



## **ANÁLISIS DE SUPUESTOS CONTEXTUALES EN LA AUDIODESCRIPCIÓN DEL HUMOR DE UN TEXTO AUDIOVISUAL**

**MELISSA MONTERO ROJAS**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES  
FACULTAD DE ESTUDIOS SOCIALES Y EMPRESARIALES  
MAESTRÍA EN TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN  
MANIZALES, CALDAS**

**2020**

**ANÁLISIS DE SUPUESTOS CONTEXTUALES EN LA AUDIODESCRIPCIÓN  
DEL HUMOR DE UN TEXTO AUDIOVISUAL**

Autora

MELISSA MONTERO ROJAS

Trabajo de grado para obtener el título de Magíster en Traducción e Interpretación

Asesora:

MG. ALEXANDRA SUAZA RESTREPO

Magíster en Traducción

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES  
FACULTAD DE ESTUDIOS SOCIALES Y EMPRESARIALES  
MAESTRÍA EN TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN  
MANIZALES, CALDAS

2020

## AGRADECIMIENTOS

*A mis amados padres, José Belmar y Beatriz, con todo mi amor y cariño, por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes, entre ellos, el presente trabajo. Gracias, por su sacrificio y esfuerzo; por darme una carrera para mi futuro; por toda su confianza y creer en mis capacidades; y porque siempre han estado allí para mí, brindándome su comprensión, cuidados y amor.*

*A mi adorado hermanito, Juan David, por ser una de mis más grandes fuentes de motivación, pues, el hecho de saber que sigues mis pasos de manera constante, me hace desear ser una mejor persona cada día y dar siempre lo mejor de mí; alcanzar mi mejor versión, para que tu tengas un buen ejemplo y te sientas muy orgulloso de mí.*

*A mi amada abuelita, Nidia, por haber estado siempre pendiente de mí, cuidándome y demostrándome tu amor, como sólo tú sabes hacerlo.*

*A mi querida directora de tesis, Alexandra Suaza Restrepo, por tu paciencia, motivación y apoyo constante durante este arduo proceso. Para ti, mis más sinceros y profundos agradecimientos, pues este trabajo no hubiera sido posible sin tu valiosa ayuda.*

*Por último, pero no menos importante, a la persona que despertó en mí el amor y el interés por la pragmática, con sus múltiples y valiosas enseñanzas, las cuales tengo muy presentes y recuerdo siempre con mucho cariño, mi querida maestra de pregrado, Martha Cecilia Giraldo Montoya.*

## RESUMEN

El objetivo principal de este estudio es proporcionar mayor información sobre la forma en la que se aborda el humor en la modalidad de audiodescripción. Por lo anterior, se optó por realizar un análisis pragmático que permitiera dar cuenta de las características de los supuestos contextuales, presentes en la audiodescripción del género humorístico, en un texto audiovisual. Para realizar dicho análisis, se hace un contraste entre los segmentos potencialmente humorísticos de la versión original y de la versión audiodescrita de la película ‘500 días con ella’, perteneciente al género de comedia romántica, utilizando la teoría de la relevancia aplicada a la traducción. En dicho análisis, fue posible evidenciar las características de los supuestos contextuales presentes en cada versión, así como el grado de semejanza interpretativa entre cada uno de los segmentos, teniendo en cuenta los efectos generados en cada uno de ellos. Asimismo, se pudo determinar que la omisión de información relevante en la versión audiodescrita puede acarrear consecuencias negativas, como la pérdida parcial o total del chiste. Por último, se pudo establecer un patrón recurrente sobre la manera en la que viaja el humor en este tipo de producto: el reforzamiento constante de un supuesto contextual, que finalmente va a ser contradicho.

**Palabras Clave:** Texto audiovisual, audiodescripción, teoría de la relevancia, supuestos contextuales, género humorístico.

## ABSTRACT

The main objective of this study is to provide more information about the way in which humor is approached in audio-description. Hence, a pragmatic analysis was carried out, in order to highlight the features of the contextual assumptions, presented in the audio-description of humor of an audiovisual product. For this analysis, the theory of relevance applied to translation, was used to draw a comparison between the, original and audio described, potentially humorous segments of the movie “500 days of Summer”, which belongs to the romantic comedy genre. In this analysis, it was possible to reveal the features of the contextual assumptions of each version as well as the degree of interpretative resemblance between the segments, according to the cognitive effects in each one of them. Likewise, it could be determined that the omission of relevant information in the audio-described version, may have negative consequences such as total or partial loss of the joke. Finally, a regular pattern in the way in which humor is conveyed in this product could be established: a constant strengthening of a contextual assumption, that eventually is going to be contradicted.

**Keywords:** audiovisual text, audio-description, Theory of relevance, contextual assumptions, comedy genre.

## CONTENIDO

1	PRESENTACIÓN.....	12
2	CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA .....	15
2.1	ACCESIBILIDAD AUDIOVISUAL .....	15
2.2	DISCAPACIDAD VISUAL .....	16
2.3	ACCESIBILIDAD Y AUDIODESCRIPCIÓN EN COLOMBIA .....	18
2.4	POLÍTICAS PÚBLICAS DE TECNOLOGÍA ASISTIDA PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN COLOMBIA.....	19
2.5	RESTRICCIONES Y DIFICULTADES DE LA AUDIODESCRIPCIÓN (AD)..	20
3	ANTECEDENTES.....	22
3.1	ANTECEDENTES DESDE LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL .....	22
3.2	ANTECEDENTES DESDE LA AUDIODESCRIPCIÓN (AD) DEL HUMOR..	24
3.3	ANTECEDENTES DESDE LA PRAGMÁTICA.....	25
4	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	30
5	PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....	37
6	JUSTIFICACIÓN.....	38
7	OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS .....	41
7.1	OBJETIVO GENERAL:.....	41
7.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS: .....	41
8	REFERENTE TEÓRICO.....	42
8.1	TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL (TAV).....	42
8.2	TAV: UN TIPO DE TRADUCCIÓN INTERSEMIÓTICA .....	44

8.3	AUDIODESCRIPCIÓN (AD).....	46
8.4	ASPECTOS CULTURALES DEL HUMOR.....	47
8.4.1	Definición Del Concepto “Humor” .....	47
8.4.2	Tipos De Humor .....	51
8.4.2	Indicadores Del Género Humorístico .....	52
8.4.3	La comedia romántica .....	53
8.5	TRADUCCIÓN DEL HUMOR.....	54
8.6	TEORÍA DE LA RELEVANCIA.....	56
8.6.1	Teoría De La Relevancia Y Cognición.....	57
8.6.2	Teoría De La Relevancia Y Pragmática .....	59
8.6.3	Teoría De La Relevancia En La Traducción .....	60
8.7	RECAPITULACIÓN DE CONCEPTOS CLAVES.....	61
9	ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....	64
9.1	ENFOQUE.....	64
9.2	TIPO DE ESTUDIO .....	64
9.3	UNIDAD DE ANÁLISIS .....	65
9.4	UNIDAD DE TRABAJO .....	67
9.4.1	Diseño De Audiencia Y Espectador Ideal .....	67
9.5	CRITERIOS DE SELECCIÓN DEL CORPUS AUDIOVISUAL.....	70
9.6	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	71
9.7	PROCEDIMIENTOS.....	73

9.7.1	Sistematización De La Información .....	76
9.7.2	Caracterización De Supuestos Contextuales .....	81
10	ANÁLISIS Y RESULTADOS .....	86
10.1	ANÁLISIS INTRASEGMENTO .....	87
10.2	ANÁLISIS INTERSEGMENTO.....	126
10.3	ANÁLISIS DE POSTULADOS DE LA TEORÍA DE LA RELEVANCIA .....	130
11	DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	136
12	CONCLUSIONES .....	140
13	RECOMENDACIONES .....	145
14	ANEXOS.....	147
15	REFERENCIAS .....	148

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Aportes principales de los antecedentes. ....	28
Tabla 2 . Códigos semánticos según el canal de comunicación.....	44
Tabla 3. Criterios de selección del producto audiovisual.....	70
Tabla 4. Ejemplo extraído de la Matriz de Segmentos Humorísticos.....	78
Tabla 5. Caracterización de Supuestos Contextuales (SC) en versión origen (VO) y versión audiodescrita (AD).....	121
Tabla 6. Número de casos por categoría de SC.....	124
Tabla 7. Postulados y preguntas orientadoras. ....	131

## LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Número de Supuestos Contextuales (SC) por segmento potencialmente humorístico.....	125
Gráfica 2. Número de casos por categoría de SC, en versión origen (VO) y versión audiodescrita (AD).....	125
Gráfica 3.Semenjanza interpretativa según cantidad de SCVO Y SCAD .....	130

## **LISTA DE ABREVIATURAS EMPLEADAS**

AD	Audiodescripción
ILS	Interpretación de lengua de signos
ONCE	Organización nacional de ciegos españoles
SC	Supuestos contextuales
SCAD	Supuestos contextuales de la audiodescripción
SCVO	Supuestos contextuales de la versión original/origen
SE	Supuestos existentes
SPH	Segmentos potencialmente humorísticos
SPS	Subtitulado para sordos
TAV	Traducción audiovisual
TR	Teoría de la relevancia
VO	Versión original/origen

## 1 PRESENTACIÓN

Durante muchos años, el concepto de *accesibilidad* ha sido concebido como el acceso sin dificultades para las personas que presentan algún tipo de discapacidad física. En otras palabras, la percepción que se ha tenido sobre accesibilidad ha sido muy limitada, puesto que se ha relacionado casi de manera exclusiva con aspectos como la supresión de las barreras físicas, para posibilitar la movilidad del cuerpo a personas que se movilizan en silla de ruedas (Díaz-Cintas, 2010). Pese a que esta idea de accesibilidad no es falsa; como se dijo inicialmente, es muy limitada, pues es necesario tener en cuenta que este concepto ha evolucionado a través del tiempo. En la actualidad, el término accesibilidad involucra no solo personas con alguna discapacidad física, sino que también involucra personas con discapacidades cognitivas y sensoriales.

Por otra parte, la fuerza con la que los medios de comunicación audiovisual se manifiestan en sociedades como la nuestra es enorme, pues ejercen un papel de dominio al momento de informar, educar, manipular, vender, entretener, entre otros. Lo anterior, según Díaz-Cintas (2010), convierte a los medios de comunicación en una de las piedras angulares de todo ordenamiento social. Desde esta perspectiva, es indispensable que todas las personas, incluyendo aquellas que presentan algún tipo de discapacidad, tengan libre acceso a toda la cantidad de información que proporcionan los medios de comunicación audiovisual, pues este es uno de los derechos fundamentales e inalienables de todo ciudadano. De este modo, se concibe la noción de accesibilidad desde el campo de los productos audiovisuales, y emerge el concepto de “*accesibilidad audiovisual*”.

Como consecuencia de la necesidad de libre acceso a la información para las personas con discapacidad, el Artículo 30: “Participación en la vida cultural, las actividades recreativas, el esparcimiento y el deporte”, de la *Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad* (2006) promueve el acceso a programas de televisión, películas, teatro, entre otras actividades culturales en formatos accesibles que involucren a las personas con discapacidad. Asimismo, a pesar de que dicha convención no establece de manera exacta

las modalidades que se deben emplear para convertir los formatos en formatos accesibles, existe un consenso general de que son tres las prácticas traductoras:

1. El subtítulo para sordos y personas con discapacidad auditiva (SpS)
2. La audiodescripción para personas ciegas y con discapacidad visual (AD)
3. La interpretación de lengua de signos (ILS)

Como se ha podido evidenciar, la accesibilidad, en el marco de la traducción audiovisual, presenta tres modalidades que posibilitan la inclusión de público con diferentes tipos de discapacidad, visual o auditiva, en situaciones de entretenimiento. Es precisamente la **audiodescripción (AD)** y sus características particulares, la que constituye la modalidad de interés explorada en este trabajo. La AD se define como una técnica que permite que los deficientes visuales puedan disfrutar de los productos audiovisuales del modo más similar posible al de cualquier vidente (Mendiluce y Cabrera, 2005), a través de la incorporación de comentarios en los silencios de películas, obras de teatro y programas de televisión para describir las imágenes relacionadas con el escenario, la utilería, el vestuario, las expresiones faciales, el lenguaje corporal, la acción, etc. (Silverwood, 1992).

A partir de una revisión de literatura en el campo de la accesibilidad y la traducción audiovisual, el presente estudio se enmarca en los aspectos pragmáticos de la audiodescripción del humor de un texto audiovisual. Martínez (en Díaz-Cintas, 2001) afirma que cuando vemos una película nos enfrentamos simultáneamente a imágenes acústicas (sonidos), visuales (imagen) y verbales (lenguaje), códigos que interactúan entre sí, y permiten la comprensión del mensaje fílmico. La combinación de dichos componentes semióticos da lugar a la interpretación del sentido del texto audiovisual, según sea su naturaleza. De este modo, la audiodescripción se encarga de posibilitar el acceso a la comprensión del sentido por parte de las personas con discapacidad visual, incluso ante la ausencia de uno de estos componentes: el visual. Sumado a las dificultades técnicas que conlleva la audiodescripción, la tarea del audiodescriptor se torna más compleja en el caso del humor, dada la presencia de factores culturales propios del contexto original y meta, que no siempre coinciden.

Debido a estos factores, resulta pertinente analizar el trasvase del humor en la modalidad de audiodescripción para describir los elementos que constituyen la base para su semejanza interpretativa en un texto audiovisual de dicho género. En nuestro caso, dichos elementos serán entendidos como *supuestos contextuales*, definidos por Sperber y Wilson (2004) como la información nueva que llega al receptor a través de sus sistemas de recepción, para integrarse con la información ya almacenada en su memoria conceptual, y así, dar lugar a la comunicación, en este caso, al efecto humorístico. En la modalidad de audiodescripción dichos supuestos contextuales son transmitidos por el audiodescriptor en forma de narración, teniendo en cuenta la ausencia del canal visual para las personas con discapacidad visual.

Para esto, un análisis contrastivo entre un producto audiovisual doblado y su versión audiodescrita permitirá identificar, describir y caracterizar los supuestos contextuales presentes en la audiodescripción del humor para la conservación de una semejanza interpretativa, que como se expondrá más adelante, guarda una estrecha relación con los aspectos culturales de cada sociedad.

## 2 CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA

Con el fin de brindar un panorama general de la accesibilidad audiovisual, discapacidad visual y la situación del tema en nuestro contexto, presentamos el siguiente capítulo de contextualización.

### 2.1 ACCESIBILIDAD AUDIOVISUAL

Hoy en día, nos encontramos en una época de información y conocimiento compartido, por lo que la demanda de constantes ajustes normativos, sociales, educativos y tecnológicos es cada vez mayor. De acuerdo con Belmonte (2013), en la actualidad se están realizando diversas modificaciones en el terreno de lo audiovisual, las cuales abarcan el ámbito concerniente a la accesibilidad en numerosos entornos sociales. Asimismo, esta autora vaticina que estas modificaciones irán en aumento, y serán más evidentes en los próximos años, debido a que los productos audiovisuales deberán cubrir las nuevas exigencias de las personas que poseen alguna clase de discapacidad, y que deben ser incluidas en el proceso comunicativo.

“La accesibilidad es la condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos o instrumentos, herramientas y dispositivos, para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas en condiciones de seguridad y comodidad y de la forma más autónoma posible” (Belmonte, 2013:4). Como se puede observar, la accesibilidad abarca diferentes aspectos de la vida cotidiana, tales como objetos, lugares y servicios. En este sentido, la accesibilidad aplicada a los productos audiovisuales como servicio, sin importar cuál sea su formato, pretende brindar otras alternativas para que las personas con algún tipo de discapacidad puedan disfrutar de su contenido (Sama y Sevillano, 2012). Podemos decir entonces que, la accesibilidad constituye el grado en el que todas las personas pueden acceder a los productos audiovisuales sin importar sus capacidades cognitivas o físicas (particularmente

sensoriales). Conforme lo expresan estos autores, las medidas de accesibilidad adoptadas por los productos audiovisuales, están en su mayoría dirigidas a personas que presentan algún tipo de discapacidad auditiva o visual: el subtítulo para las personas sordas (SpS), el vídeo signado o la interpretación en lengua de signos (ILS) para personas con deficiencias auditivas, y la audiodescripción (AD) para personas ciegas. Al respecto, Orero (2005) destaca la creciente atención que se le está dando a estas nuevas prácticas a nivel de investigación.

En este sentido, podemos afirmar que, la audiodescripción es una modalidad que surge como medida de accesibilidad, para que las personas con deficiencia visual puedan acceder a una variedad de productos audiovisuales, como películas, programas de tv, teatro, entre otros.

## **2.2 DISCAPACIDAD VISUAL**

Para iniciar, es necesario resaltar que, en el presente trabajo, resulta pertinente hablar de discapacidad visual, teniendo en cuenta la naturaleza del producto audiovisual que se analiza. En otras palabras, dado que, el producto audiovisual con el que se trabaja en esta investigación pertenece a la modalidad de audiodescripción, es necesario hacer una breve descripción de este término. Lo anterior, partiendo del hecho de que la audiodescripción es una modalidad de la traducción audiovisual, cuyo propósito es permitir el acceso, a las personas con discapacidad visual, a diversos productos audiovisuales.

El sentido de la vista tiene un papel de suma importancia dentro de la vida del ser humano, ya que a través de este las personas pueden percibir el mundo, relacionarse con sus semejantes, obtener información del entorno en el que se encuentran, y además, interactuar con él. Es por esto que las alteraciones visuales y las patologías que perjudican la visión, dan lugar a ciertas limitaciones en las diferentes actividades que realiza un ser humano, como por ejemplo ver una película.

“La visión es uno de los sentidos más significativos del hombre, pues es la ventana al universo exterior” (Cañón, 2011). Esta idea concepción consolida la idea anterior, ya que pone de manifiesto la relevancia del sentido de la vista como herramienta para conocer el mundo. Asimismo, resalta el impacto tan significativo que representa la ceguera, en la vida de una persona; puesto que genera modificaciones psicosociales y funcionales.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la función visual está dividida en cuatro niveles: visión normal, discapacidad visual moderada, discapacidad visual grave y ceguera. De acuerdo con la ONCE (Organización Nacional de Ciegos Españoles), las personas con ceguera son aquellas que no pueden ver absolutamente nada, o que solamente pueden percibir una pequeña cantidad de luz, en ocasiones, alcanzan a distinguir la luz de la oscuridad. Por otra parte, las personas con discapacidad visual pueden distinguir, con demasiada dificultad, algunos objetos a escasa distancia.

Según la OMS, en el mundo existen aproximadamente 285 millones de personas con discapacidad visual, de las cuales 39 millones padecen de ceguera y 246 millones presentan baja visión. Hay que mencionar, además, que entre el 1% y el 4% de los países en Latinoamérica padecen de ceguera (Lansing y Sánchez, 2014). En Colombia, según los datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) para el año 2013, había ya registrados 1.143.992 casos de personas con algún tipo de discapacidad visual, lo que representa el 43,5% del total de discapacitados de todo el país.

Conforme lo manifiesta Marquès (2005), a la información se accede por medio de los sentidos. Lastimosamente para las personas con ceguera total, o con algún tipo de discapacidad visual, la sociedad de hoy en día está caracterizada por el enardecimiento de la imagen, y los medios audiovisuales que, en incontables ocasiones, transmiten su información a través de numerosos componentes visuales (Marquès, 2005). No obstante, como lo expresan Belmonte (2013) y Rodríguez (2008), ya existen formas para ir abriendo paso a la posibilidad de acceso íntegro a la cultura visual para las personas que presentan discapacidad, incluyéndolos en el mundo de lo audiovisual. Una de estas formas de accesibilidad se denomina *audiodescripción para discapacitados visuales*, la cual ha sido

definida por diferentes autores y que a continuación presentamos brevemente por ser la modalidad de interés en esta investigación.

### **2.3 ACCESIBILIDAD Y AUDIODESCRIPCIÓN EN COLOMBIA**

Para iniciar, es imprescindible mencionar a Orrego (2013), quien indica que una particularidad propia de los productos audiovisuales, es la complejidad para transmitir información a través de dos distintos canales, el canal acústico y el canal visual. Dichos canales, suministran información contenida en signos pertenecientes a diferentes códigos semánticos, que pueden ser verbales o no verbales.

Según Orrego (2013), dentro de los elementos verbales, podemos encontrar el diálogo de los personajes, así como el texto escrito en pantalla (nombres de calles, periódicos y revistas, subtítulos, etc.). Asimismo, dentro de los elementos no verbales, se encuentran los efectos sonoros de la película, la música instrumental, la iluminación y la escenografía.

Por otra parte, conforme con lo establecido en la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (2006), y acogido en Colombia con la ley 1346 de 2009; es deber del Ministerio de Cultura de Colombia garantizar la accesibilidad a los escenarios de participación y fomentar la práctica de los derechos de las personas que presentan algún tipo de discapacidad, entre ellas, la visual. Asimismo, en consonancia con lo expresado en la convención (artículos 9°, 21° y 30°), la accesibilidad debe garantizarse no sólo en los espacios físicos de la ciudad y sus edificaciones, sino que también deben plantearse mecanismos que aseguren el acceso a la información, a las comunicaciones y a la vida cultural, por parte de las personas discapacitadas.

La audiodescripción nació en los Estados Unidos en los años setenta (Benecke 2005: 78), se desarrolló en los ochenta primero en los Estados Unidos y después en el Reino Unido (Hernández-Mendiluce 2004: 266). En lo que se refiere al acceso a productos cinematográficos en nuestro contexto colombiano, se han implementado diferentes

estrategias con el fin de adaptar este material en formatos accesibles para la audiencia con discapacidad visual y auditiva; entre estas estrategias se encuentra el servicio de audiodescripción para discapacitados visuales. Así, el Ministerio de Cultura ha creado *MiCineAccesible*<sup>1</sup>, con el propósito de responder a la necesidad de promover espacios culturales accesibles para esta comunidad en particular. Esta iniciativa, puesta en marcha en el año 2013, permite que las personas con discapacidad visual y auditiva tengan la posibilidad de visualizar películas colombianas, las cuales han sido adaptadas por medio de la audiodescripción, subtítulo e interpretación en el lenguaje de señas. En el año 2015, esta iniciativa llegó a su tercera edición comprendiendo obras colombianas de corto y largometraje, de ficción y documentales. Estas obras, aparte de haber sido intervenidas con sistemas de accesibilidad, cuentan con una guía básica, cuyo propósito es dar recomendaciones para que los gestores culturales puedan organizar y llevar a cabo una programación cinematográfica responsable e inclusiva.

## **2.4 POLÍTICAS PÚBLICAS DE TECNOLOGÍA ASISTIDA PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN COLOMBIA<sup>2</sup>**

En Colombia, existen políticas públicas de tecnología para personas con discapacidad, desarrolladas por el gobierno de Colombia, las cuales pueden ser encontradas en la página web del Ministerio de Tecnologías de la información y Comunicaciones y de información del Centro de Relevancia de FENASCOL. Una de estas políticas es la denominada *Cine para todos*, una estrategia desarrollada para las personas con discapacidad auditiva y visual en 5 ciudades del país, la cual se presenta dos sábados al mes en forma gratuita. A través de una aplicación que se puede descargar de forma gratuita en el celular, las personas con discapacidades visuales o auditivas gozan de accesibilidad a productos audiovisuales a través de audiodescripción de escenarios, colores, movimientos, acciones; y subtitulación de diálogos y elementos contextuales de la escena.

---

<sup>1</sup> Mayor información en <http://www.inclucine.gov.co/inclucine>

<sup>2</sup> Recuperado de <http://www.riadis.org/destaques/politicas-publicas-de-tecnologia-asistida-para-personas-con-discapacidad-en-colombia/> el 10 de octubre de 2018.

Por su parte, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de la República de Colombia (MinTIC), en su documento “*Política nacional para promover la inclusión y el desarrollo de la población con discapacidad a través del acceso, uso, apropiación y aprovechamiento de las TIC*” (2012), destaca lineamientos de política para el fortalecimiento del marco regulatorio en cuestiones de accesibilidad a productos audiovisuales. Estos constituyen una serie de principios, objetivos y estrategias con algunas líneas de acción que deberán ser implementadas en un horizonte estimado de 10 años; por ejemplo, que la televisión nacional, regional y local en Colombia, tanto pública como privada, emita su programación con traducción en lengua de señas, *closedcaption*, subtitulación, y audiodescripción.

En efecto, se evidencia un interés en nuestro contexto nacional por incursionar en las cuestiones relacionadas con la accesibilidad audiovisual, no sólo por hacer parte de las políticas de inclusión a nivel mundial, sino porque desde la investigación en este campo, han ido emergiendo hallazgos que indican la necesidad de mejorar estas prácticas dirigidas a población con algún tipo de discapacidad sensorial. Es precisamente a solventar dicha necesidad que busca apuntar esta investigación.

## **2.5 RESTRICCIONES Y DIFICULTADES DE LA AUDIODESCRIPCIÓN (AD)**

La audiodescripción (AD) traduce las imágenes en palabras ofreciendo acceso a los elementos visuales mediante descripciones insertadas en los espacios sin diálogo. Varios investigadores y expertos concuerdan que la AD debe ser redactada en un estilo neutral, como por ejemplo Fix y Morgner (2005), Jiménez (2007), Jüngst (2005) y Yos (2005). En este sentido, subrayan la importancia de la neutralidad, cuando afirman que ésta debe ser el objetivo central a la hora de elaborar una AD. En palabras de la autora, “la necesidad más alta es la neutralidad de lo verbalizado. No se puede añadir nada inventado (lamentablemente es necesario omitir mucho por cuestiones de espacio) y el texto no debe ser valorativo” (Jüngst, 2006:1). De manera concreta, una de las principales restricciones de la AD es la brevedad de los silencios en los cuales se inserta la descripción de la parte

visual de la escena. El hecho de que la corta duración de los silencios no permita incluir en detalle dicha descripción, conlleva a una posible omisión de información que podría ser relevante en la escena, para desencadenar un efecto deseado. Es precisamente este uno de los aspectos que constituye una dificultad propia de esta modalidad de traducción audiovisual.

En efecto, estos factores que se presentan como restricciones de la AD, vienen de las dificultades de otras modalidades audiovisuales como la subtitulación o el doblaje por mencionar algunas. Asimismo, constituyen algunas dificultades más concretas en el marco de la TAV el enfrentarse a la traducción de los nombres propios, dialectos, metáfora, humor, formas de tratamiento, registros, terminología, fraseología, elementos culturales, elementos pragmáticos, etc. El hecho de estar influenciados por la imagen en la AD, incrementa la dificultad al abordar estos fenómenos lingüísticos.

Por otra parte, y según lo destaca Matamala (2007), la multiplicidad de códigos lingüísticos presentes en esta modalidad intersemiótica también se presenta como una dificultad propia de esta modalidad. En este caso, el descriptor debe condensar la información visual y textual en una descripción fluida, y en otros casos más complejos como la AD de ópera, debe tener en cuenta música, letra y puesta en escena. Estas son, entre otras, algunas de las restricciones y dificultades de la audiodescripción que han de tenerse en cuenta para su práctica.

### 3 ANTECEDENTES

Con el fin de conocer el estado actual de nuestro tema de interés, y de señalar la ruta de la presente investigación, se consultaron diversas fuentes que proporcionaron un contexto teórico y metodológico en relación con la accesibilidad audiovisual y el humor. Dentro de esta revisión de literatura, se tuvieron en cuenta algunos estudios que permitieron llegar a la formulación del problema, al poner en evidencia factores que juegan un papel muy importante dentro de la traducción audiovisual, más específicamente en la audiodescripción del humor. Dichos factores fueron concebidos desde tres temáticas diferentes: *traducción audiovisual, audiodescripción del humor y pragmática*.

#### 3.1 ANTECEDENTES DESDE LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL

Desde la temática de la traducción audiovisual, tenemos en primer lugar a Hernández y Mendiluce (2005), quienes llevaron a cabo un estudio centrado en la traducción para personas con deficiencias sensoriales, cuyas necesidades específicas no han sido estudiadas a profundidad dentro del ámbito académico. De esta manera, los autores realizaron un análisis del proceso de la audiodescripción para invidentes y de sus múltiples implicaciones, así como de las complejas relaciones semióticas que le subyacen. El análisis fue llevado a cabo con el fin de que sus resultados contribuyeran, de manera significativa, al mejoramiento de la modalidad de audiodescripción, particularmente del sistema europeo AUDESC. Este sistema, impulsado por la ONCE (Organización Nacional de Ciegos Españoles), emplea la AD como herramienta para facilitar el acceso de productos audiovisuales a personas invidentes y con deficiencia visual. Como se dijo anteriormente, el propósito general de este estudio fue direccionado para el beneficio del sistema AUDESC con respecto a la reducción de costes y tiempo, sin embargo, también fue posible apreciar dos aspectos de gran relevancia para el desarrollo de la presente investigación. El primero de los aspectos mencionados tiene que ver con el hecho de que diversos estudios realizados en traducción audiovisual se han interesado, en mayor medida, en el proceso traductor, por lo que los estudios enfocados desde el producto han sido mínimos. Por lo tanto, uno de los

aportes del presente trabajo de investigación consiste en adentrarse un poco más en el campo de la traducción audiovisual, con el propósito de obtener información desde la perspectiva del producto y no desde el proceso, como se ha hecho en estudios anteriores. El segundo aspecto está relacionado con la heterogeneidad característica de los productos audiovisuales, y la complejidad semiótica que esto representa para la audiodescripción, teniendo en cuenta los diferentes códigos que conforman un producto audiovisual que, conjugados entre sí, dan lugar a un valor significativo único, como se detalla más adelante.

En segundo lugar, dentro de la misma temática de la traducción audiovisual, Díaz-Cintas (2001) a raíz de la poca atención que han recibido los estudios de traducción audiovisual desde un enfoque semiótico, realizó un análisis de varios ejemplos específicos de situaciones humorísticas de varias películas subtituladas, con el fin de observar cómo han sido presentadas a la audiencia meta. Díaz-Cintas hace la aclaración de que, si bien los signos esenciales para la traducción son los signos verbales, “el traductor no puede ni debe olvidar las demás dimensiones que participan en la comunicación audiovisual” (Díaz-Cintas, 2001). Por consiguiente, este autor hizo su análisis a la luz de los chistes visuales y complejos, lo que permitió poner en manifiesto el valor de la dimensión semiótica no sólo a la hora de subtitular, sino de trasvasar situaciones cómicas. A manera de conclusión, el autor resaltó la importancia del sonido y de la imagen, no solo en la composición de un producto audiovisual, sino también en la transferencia del humor, que no se fundamenta únicamente en la codificación lingüística. De esta manera, el estudio realizado por Díaz-Cintas (2001) sirvió como punto de partida para determinar la importancia de los factores culturales con respecto a la interpretación del humor, además, dicho factor cultural puede suponer un obstáculo a la hora de transferir el humor a otras lenguas. Asimismo, el gran aporte de la pista sonora, pero sobre todo de la imagen, favorece el trasvase del componente humorístico en los formatos fílmicos.

### 3.2 ANTECEDENTES DESDE LA AUDIODESCRIPCIÓN (AD) DEL HUMOR

Por otra parte, desde la temática de la audiodescripción (AD) del humor, Martínez (2015) realizó un doble estudio de caso, en el que primero analizó, desde una perspectiva descriptiva, una serie de chistes tomados de la película *I Want Candy*, una comedia británica dirigida por Stephen Surjik en el año 2007. Después, a la luz de la teoría de la relevancia, también conocida como el principio de relevancia, una teoría discursiva desarrollada por Sperber y Wilson, Martínez (2015) realizó un análisis de los chistes pertenecientes a la película *Borat: Cultural Learnings of America for Make Benefit Glorious Nation of Kazakhstan*, una comedia estadounidense dirigida por Larry Charles en el año 2006. Para llevar a cabo el análisis descriptivo de los elementos potencialmente humorísticos contenidos en la película *I Want Candy*, el autor los dividió en tres categorías: los chistes basados en el lenguaje, los chistes basados en el sonido y los chistes basados en la imagen. Cada fragmento fue registrado en una tabla con cuatro columnas: el chiste, el tipo de chiste, si se describe y cómo, y un breve comentario. Este primer análisis permitió evidenciar que se perdió aproximadamente el 37% de los 101 chistes visuales analizados, debido a que no se proporcionó ninguna descripción. Por otro lado, en el análisis ejecutado desde una perspectiva pragmática, se aplicó la teoría de la relevancia tanto a la versión original de la película, como a su versión audiodescrita, con el fin de identificar y de comparar los elementos pragmáticos de cada una de las versiones. En otras palabras, se compararon los *supuestos contextuales* y *supuestos existentes* de cada versión, así como los *efectos cognitivos*<sup>3</sup> derivados de su combinación. Además, como en el primer análisis, el autor añadió ciertos comentarios sobre lo observado. Este segundo análisis puso en evidencia que los elementos pragmáticos trabajan en conjunto para lograr la máxima relevancia posible, por lo que, en la audiodescripción, no sería adecuado separar la descripción de la película del resto de los elementos que la conforman, contrario a lo que sugieren autores como Orero y Wharton (2007). El propósito de este estudio era ofrecer una aproximación a la manera en cómo viaja el humor en la AD, lo que a su vez permitió tener en cuenta, para nuestra investigación, los siguientes aspectos:

---

<sup>3</sup> Las nociones de *supuestos contextuales*, *supuestos existentes* y *efectos cognitivos*, también denominados *efectos contextuales*, son conceptos centrales en nuestro trabajo y se abordarán más adelante.

- La dificultad propia de la traducción del humor, sumada a las restricciones propias de la AD y a la limitación de contar solo con el código acústico en el caso de las personas invidentes.
- Los tipos de análisis: descriptivo y pragmático, para entender cómo viaja el humor en la AD.
- El cuestionamiento sobre si la descripción de la imagen, en la AD, debe ser entendida como un elemento intrínseco del filme, o como un elemento distante de los demás elementos que conforman el producto audiovisual.
- La necesidad de desarrollar una clasificación de elementos potencialmente humorísticos.

### **3.3 ANTECEDENTES DESDE LA PRAGMÁTICA**

Finalmente, con respecto a la temática de pragmática, resaltamos otros estudios de investigación. El primero de ellos es el de Rami (2006), quien realizó un análisis comparativo de dos audiodescripciones, una en alemán y otra en español, de una película alemana con fuertes connotaciones culturales: *Good Bye Lenin*. En dicho análisis, la autora estableció el contraste entre las referencias culturales, la descripción de las miradas y la expresión de los sentimientos, la adjetivación, las repeticiones, entre otros. De forma similar, Matamala (2009), en su artículo, toma como punto de partida el trabajo de investigación de Rami (2006) para ahondar en el tratamiento que se les ha dado a los referentes culturales, así como para centrarse en aspectos secundarios como la cantidad de información, el tratamiento de los sentimientos y la interpretación, y la adjetivación. Ahora bien, como se mencionó inicialmente, el objetivo principal del análisis era observar la manera en cómo se transmitieron algunos de los referentes culturales pertenecientes a la RDA (República Democrática Alemana), tanto en la versión en alemán como en la versión en español, ya que no se trata de espacios culturalmente compartidos. Por lo tanto, para

Rami (2006) y para Matamala (2009) resultó particularmente interesante la forma en la que fueron trasvasados unos mismos elementos, y las técnicas que se aplicaron para compensar la distancia con la audiencia española, empleando la propuesta de Hurtado y Molina (2002). Para ejemplificar la forma en la que se realizó dicho análisis, Matamala (2009) registró cada fragmento que contuviera referentes culturales en una tabla con tres categorías: audiodescripción española, audiodescripción alemana, y traducción al español de la audiodescripción alemana; cada tabla se encontraba acompañada de un breve comentario explicativo. Este análisis permitió verificar que para compensar la distancia que separa a la audiencia española de la audiencia alemana, con respecto a los referentes culturales, es necesario utilizar diferentes estrategias de descripción. Asimismo, se pudo evidenciar que algunas de las técnicas usadas en la traducción interlingüística también pueden ser aplicadas a un tipo de traducción intersemiótica como la audiodescripción. No obstante, se dejan de lado las cuestiones relacionadas con la traducción intralingüística, lo cual nos da pie para considerar esta opción como un elemento a retomar en la formulación de nuestro trabajo.

Por otra parte, con respecto a los elementos secundarios observados en el trabajo de Rami (2006), como la cantidad de información, la autora evidenció que esta es bastante dispar, puesto que el guion audiodescrito de la versión española no alcanzó ni siquiera las 4.700 palabras, mientras que el de la versión alemana excedió las 8.000 palabras. De acuerdo con Matamala (2009), es posible que lo anterior sea debido a que en la audiodescripción alemana se hayan aprovechado de mejor forma los silencios entre los diálogos, para detallar las características físicas de los personajes más relevantes. De igual manera, fue posible determinar un aspecto contradictorio dentro de la audiodescripción española, pues mucha de la información presentada era deducible por la audiencia invidente, sin necesidad de una descripción.

En relación con las emociones, los sentimientos y su interpretación, algunos autores como Siebel y Jiménez (en prensa) y la norma Española sugieren que los audiodescriptores deben limitarse única y exclusivamente a describir lo que ven, sin recurrir a interpretaciones. Sin embargo, tanto Rami (2006) como Matamala (2009) pudieron corroborar que en la práctica

este criterio se transgrede, sobre todo en la audiodescripción alemana, sin que ello implique que se haya hecho una mala audiodescripción. Finalmente, por lo que se refiere a la adjetivación, también fue posible observar diferencias significativas, puesto que el uso de adjetivos fue mucho más pronunciado en la audiodescripción alemana, mientras que la audiodescripción española, el uso de los mismos fue más escueto. A manera de conclusión, Matamala (2009) manifestó que las diferencias observadas a lo largo del estudio no se presentan sólo en la forma de transmitir los referentes culturales, sino también en la cantidad de información presentada, en la descripción de sentimientos y emociones, así como en el uso de los adjetivos. Lo anterior puede conllevar a una recepción diferente de un mismo producto a partir de cómo lo encamine el audiodescriptor. En otras palabras, este análisis permitió evidenciar que existen diferentes maneras de describir la información visual presentada en una película por parte de los audiodescriptores, pertenecientes a diferentes entornos culturales, y que se dirigen a audiencias con idiomas y culturas diferentes. De esta manera, y tomando dichos estudios como referente metodológico, hemos optado por un análisis contrastivo para la realización del presente trabajo, pero ya no de dos audiodescripciones, sino de una audiodescripción con el doblaje de su respectivo producto original.

Para terminar, en otro de los estudios correspondientes a la temática de la pragmática, Villa (2015) efectuó un análisis pragmático-cognitivo de cuatro fragmentos, tomados de tres versiones diferentes en español del cuento de Edgar Allan Poe, *The Tell-Tale Heart*. Para ello, el autor siguió el enfoque traductológico propuesto por Gutt (2000) con base en la teoría de la relevancia de Sperber y Wilson. El objetivo principal de este estudio era identificar si el traductor llevó a cabo una “ semejanza interpretativa ” que correspondiera con el principio cognitivo de relevancia, para que el receptor pueda obtener el mayor grado de beneficio inferencial realizando el menor esfuerzo cognitivo posible. Es por esto que en este análisis se determinaron los recursos interpretativos que los traductores de esta misma obra literaria utilizaron en el momento de inferir los contenidos implícitos del texto origen, para después transmitirlos a los lectores del texto meta.

Con la intención de favorecer la comprensión de este análisis por parte de los lectores, Villa (2015) clasificó por orden alfabético las diferentes versiones de *The Tell-Tale Heart*. Por lo tanto, la letra A se le asignó a la traducción realizada por López Folgado, la letra B para la traducción de Cortázar, y la letra C se le asignó a la versión de Rolfe y Gómez de la Serna. De esta manera, la autora organizó cada fragmento en inglés, con sus respectivas traducciones al español, en tablas que permitieran compararlos de una manera más sencilla; cada una de las tablas estaba acompañada, además, por un comentario que daba cuenta de lo ocurrido en cada caso.

Los resultados arrojados por el estudio indicaron que, de manera general, cada uno de los traductores intentó transmitir un máximo de las pistas comunicativas que fueran más relevantes en el texto origen, es decir, en la mayor parte de las traducciones se conserva el principio de relevancia y la “ semejanza interpretativa”, maximizando así los efectos cognitivos derivados del texto origen. Sin embargo, hubo ocasiones en las que las traducciones B y C, concretamente, distaron de lograr tal semejanza y no se ajustaron al principio de relevancia, por lo tanto, la transmisión de los supuestos contextuales proporcionados por el autor de la obra no fue del todo provechosa. Por lo anteriormente dicho, el presente trabajo de investigación se inclina por la teoría de la relevancia como principio fundamental para lograr una semejanza interpretativa en la traducción, en este caso a través de la modalidad de audiodescripción.

A continuación, presentamos, a manera de resumen, los aportes principales de las investigaciones que constituyen la base de nuestra revisión de literatura:

*Tabla 1. Aportes principales de los antecedentes.*

<b>Temática</b>	<b>Estudio consultado</b>	<b>Aporte para nuestro trabajo</b>
<b>Traducción audiovisual</b>	<b>La Semiótica de la Traducción Audiovisual para invidentes.</b> <i>Hernández y</i>	Comprensión de la complejidad semiótica de la AD, debido a los diferentes códigos que conforman el producto audiovisual.

	<i>Mendiluce (2005)</i>	Conocimiento de que la mayoría de trabajos en TAV se han centrado en el proceso traductor.
<b>Traducción audiovisual</b>	<b>Aspectos Semióticos en la Subtitulación de Situaciones Cómicas.</b> <i>Díaz - Cintas (2001)</i>	Pistas sobre la importancia de la dimensión semiótica a la hora de traducir el humor.
<b>La AD y el humor</b>	<b>La AD del Humor. Un Enfoque descriptivo y Pragmático.</b> <i>Martínez (2015)</i>	<p>La dificultad propia de la traducción del humor, sumada a las restricciones propias de la AD y a la limitación de contar solo con el código acústico en el caso de las personas invidentes.</p> <p>Los tipos de análisis: descriptivo y pragmático, para entender cómo viaja el humor en la AD.</p> <p>La necesidad de desarrollar una clasificación elementos potencialmente humorísticos.</p>
<b>Pragmática</b>	<b>Análisis Comparativo de la AD Española y Alemana de <i>Good - Bye Lenin.</i></b> <i>Rami (2009)</i>	Desde lo metodológico, el tipo de análisis contrastivo. No de dos audiodescripciones, sino de la audiodescripción y del original. Perspectiva intralingüística.
<b>Pragmática</b>	<b>Análisis Pragmático – Cognitivo de Tres Versiones en Español de <i>The Tell-Tale Heart</i> de Edgar Allan Poe.</b> <i>Villa (2015)</i>	Aporte de tipo teórico y metodológico en cuanto a la Teoría de la Relevancia como principio fundamental para lograr una semejanza interpretativa en la traducción.

Fuente: Elaboración propia

#### 4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Una película de humor es un producto audiovisual que transmite su mensaje humorístico a través de dos canales: el acústico y el visual. La misión de un producto audiovisual de este género es provocar la risa en sus espectadores, a través de una multiplicidad de códigos semióticos que, a su vez, fomenta la equidad de oportunidades, en cuanto al acceso a la información. Asimismo, esta interrelación de los códigos favorece el contacto de la audiencia con el contexto cultural, lo cual es muy importante al tratarse de un texto audiovisual del género humorístico.

De acuerdo con Soler (2013), durante las últimas décadas los movimientos sociales y la investigación en el campo de la discapacidad han fomentado una importante transformación que se evidencia en el paso de un modelo médico a uno social, en el sentido de que las discapacidades ya no son concebidas como una rama exclusiva de la deficiencia física de la persona, sino que son resultados de las barreras impuestas por una sociedad cuyo diseño no ha sido proyectado para abarcar la diversidad humana. Este modelo social centra su atención en la eliminación de dichas barreras físicas y actitudinales, las cuales constituyen un obstáculo para que las personas discapacitadas puedan integrarse en la sociedad, con igualdad de condiciones.

A causa de esta nueva percepción de la discapacidad, empezó a promoverse la accesibilidad universal que inició como una filosofía de diseño inclusivo, interesada en eliminar las barreras físicas; y que hoy en día fomenta el incremento de productos, servicios y entornos, creados por y para la heterogeneidad humana, entre ellos la audiodescripción de películas para discapacitados visuales.

Ahora bien, Hurtado (2011) define la traducción como “un proceso interpretativo y comunicativo consistente en la reformulación de un texto con los medios de otra lengua que se desarrolla en un contexto social y con la finalidad determinada”. Además, asegura que su esencia radica en la diferencia presente entre las lenguas y las culturas. El punto de partida

de dicha afirmación es la idea de la traducción como proceso comunicativo interlingüístico, la cual ha sido el foco de los estudios en el campo de la traducción. No obstante, según comenta Soler (2013), en el contexto real de la práctica traductora puede evidenciarse no solo una mediación entre lenguas, sino también entre diferentes sistemas de signos, incluso a nivel intralingüístico. De modo que, es imprescindible concebir la traducción como un acto comunicativo entre diferentes códigos, y por supuesto entre distintas culturas. En otras palabras, se debe considerar a la traducción como un mecanismo de mediación entre lenguas y sistemas de códigos, que favorece la comunicación intercultural y la interacción social, como componentes indispensables para la consecución de la accesibilidad universal en cualquier contexto.

La traducción accesible en el campo audiovisual cinematográfico es la práctica traductora, puesta al servicio de la accesibilidad universal, que posibilita el acceso a películas a todas las personas con discapacidad sensorial a través de dos modalidades: el subtítulo para personas sordas y la audiodescripción para personas con discapacidad visual. De estas dos modalidades, el subtítulo para sordos es la que ha recibido mayor atención en la literatura. En consonancia con Díaz-Cintas (2008), la audiodescripción “consiste en transformar imágenes visuales a palabras que se pronuncian durante los intervalos de silencio de programas audiovisuales o de situaciones en directo”; además, permite que el discapacitado visual puede hacerse una imagen mental de lo que no puede ver (Salzhauer y Sobol, 2003).

Teniendo en cuenta lo anteriormente dicho, se hizo posible determinar tres temáticas que fueron el punto de partida para formular el presente trabajo de investigación: la traducción audiovisual, el humor en la audiodescripción y la pragmática.

En primer lugar, desde la perspectiva de la traducción audiovisual se pudo percibir, por una parte, la falta de estudios relacionados con el producto, pues la mayoría de ellos se han centrado en el proceso traductor. Por otra parte, se evidenció la complejidad semiótica presente en la traducción audiovisual, debido a los diferentes códigos que conforman el producto, y que al interrelacionarse entre sí facilitan la comprensión del mensaje fílmico

por parte de la audiencia, incluso cuando este mensaje se produce en la misma lengua. Asimismo, se determinó la importancia de la dimensión semiótica presente en los productos audiovisuales, sobre todo en aquellos que cuentan con carga humorística. Esta relación entre semiótica y humor se evidencia al reconocer el humor como un acto comunicativo y de lenguaje, conformado por signos lingüísticos que se transmiten a través de dos canales (acústico y visual), y de diversos códigos (verbales y no verbales) que en conjunto transmiten un mensaje, y con él, un efecto en sus receptores.

En segundo lugar, la perspectiva del humor en la audiodescripción permitió dar cuenta, por una parte, de las dificultades<sup>4</sup> que se pueden presentar en esta modalidad, debido a las restricciones presentes en la misma. Además de esto, las dificultades propias de la traducción del humor, y las limitaciones que supone, en el caso de las personas invidentes, el contar únicamente con el código acústico y no con el visual. Por otra parte, este enfoque sirvió para cuestionarse sobre si, en la modalidad de audiodescripción, la descripción de la imagen debe considerarse como un elemento intrínseco del filme, o por el contrario debe entenderse como un elemento extrínseco, distante de los demás elementos que conforman el producto audiovisual. Igualmente, teniendo como fundamento el modelo de análisis que utiliza Martínez (2015), se establecieron dos tipos de análisis acordes con el propósito de nuestra investigación para entender cómo viaja el humor en la audiodescripción: análisis descriptivo y pragmático. Asimismo, otros autores como Ortuño (2017), quién acudió a un análisis de naturaleza descriptiva y pragmática, para realizar un estudio cuantitativo y cualitativo de las técnicas empleadas por el traductor, para observar de qué forma concreta se había plasmado el humor presente en la película. Por último, se hizo evidente la necesidad de caracterizar los supuestos contextuales, presentes en un producto audiovisual, con el fin de obtener más información sobre la manera en la que se trasvasa el humor en esta modalidad.

En tercer y último lugar, desde la pragmática, se logró establecer la teoría de la relevancia aplicada a la traducción, como principio fundamental para lograr una semejanza

---

<sup>4</sup> Las restricciones y dificultades propias de la modalidad de audiodescripción se abordarán más adelante.

interpretativa en dicho proceso. A su vez, esta perspectiva pragmática, fue de mucha utilidad para optar por un análisis contrastivo, entre un producto original y su versión audiodescrita. Dicha utilidad para la audiodescripción y para los audiodescriptores consiste en el esclarecimiento de todos los elementos que influyen en la traducción audiovisual como acto comunicativo, puesto que desde lo pragmático se pueden analizar todos los elementos extralingüísticos y contextuales que conforman el producto audiovisual, y que suelen ser muy relevantes dentro de una situación humorística.

Lo anteriormente dicho, se tuvo en cuenta para precisar que existen ciertas contradicciones, en cuanto a la audiodescripción de un producto audiovisual perteneciente al género humorístico. Dichas contradicciones están relacionadas con la pérdida del canal visual, en el caso de las personas invidentes, y la manera en cómo la información, que antes se transmitía visualmente, es ahora transmitida por el canal acústico a través del proceso de audiodescripción. A su vez, se hallaron contradicciones con respecto a la relación de la descripción, del producto audiodescrito, y los demás elementos que intervienen en la comprensión del mismo. Es necesario recalcar que, fueron estas contradicciones las que llevaron a indagar sobre cómo se da el trasvase del humor en la modalidad de audiodescripción, para discapacitados visuales. A continuación, se profundiza en estas contradicciones, las cuales constituyen la base para este planteamiento del problema.

Para comenzar, como lo manifiestan Hernández y Mendiluce (2005), los textos audiovisuales son muy heterogéneos, ya que se componen de diversos elementos que, en combinación, le proporcionan al producto audiovisual un valor significativo único. Simultáneamente, estos autores añaden que todos los textos audiovisuales emiten su contenido por medio de dos canales, el acústico y el visual. Estos canales deben mantener una coordinación, a la cual se le conoce como sincronización, y que supone cierto nivel de complejidad semiótica. No obstante, dicha complejidad va más allá, puesto que, como lo manifiesta Delabastita (1989), estos dos canales transmiten diferentes tipos de códigos: el código verbal, el código literario y teatral (argumento, estrategias narrativas, diálogos, etc.), el código de conducta no verbal (integrado por elementos proxémicos, kinésicos, morales, etc.), y el código cinematográfico (técnicas, géneros, etc.). Según Mendiluce y Cabrera (2005),

esta multiplicidad de códigos, relacionados entre sí, aporta la información necesaria para hacer del texto audiovisual una unidad significativa cohesiva. Hay que mencionar además, como lo expresa Bastos (2001), el juego semiótico de las interpretaciones, dado que un mismo texto audiovisual va a ser interpretado desde diferentes puntos de vista, teniendo en cuenta el trasfondo sociocultural y la habilidad para decodificar de cada uno de los receptores.

Con respecto a la audiodescripción, el producto audiovisual pierde uno de sus canales, el visual, lo que supone un trasvase del componente icónico al verbal, pues la información necesita ser transferida por otro medio, con el fin de no alterar el valor semiótico del producto. Ahora bien, y como ya se mencionó, dicho trasvase tiene unas connotaciones semióticas importantes (Hernández y Mendiluce, 2005).

Por lo que se refiere al humor, es uno de los aspectos con más complicaciones dentro de las modalidades de traducción audiovisual, por lo tanto, lo es también en la modalidad de audiodescripción (Martínez, 2015). Tal complejidad, en la traducción del humor, radica en el hecho de que las sociedades conceptualizan el humor de distintas maneras, por lo que encuentran el humor en distintas circunstancias (Rabadán, 1991). De este modo, la relación entre semiótica y humor se hace explícita al reconocer que este humor puede manifestarse en discursos orales, escritos o gestuales, e incluso en combinaciones de ellos, como los textos audiovisuales.

Ahora bien, las contradicciones anteriormente mencionadas y que se encontraron mediante la revisión de la literatura son las siguientes:

1. De acuerdo con Díaz-Cintas y Remael (2014), en la traducción audiovisual del humor es posible hablar de una “universalidad” de gestos, en la cual la imagen se vale por sí misma para transmitir el mensaje humorístico, es decir, que ya no hay necesidad de mediación por parte del traductor, puesto que la imagen ya está haciendo todo el trabajo. Lo anterior aplica para modalidades como la subtitulación y el doblaje, en las que aún se conservan los dos canales (acústico y visual). Sin embargo, para los deficientes visuales no es posible contar

con una fotografía del producto original (código visual), por lo tanto, la audiodescripción debe valerse solo de imágenes acústicas y verbales para lograr una adecuada transmisión del sentido humorístico.

2. Díaz-Cintas y Remael (2014) afirman que cuando el humor viene proporcionado por la imagen, se producen instancias de *no traducción* e impacto similar en ambas audiencias. No obstante, esto constituye una verdadera contradicción en el campo de la audiodescripción, pues debido a la carencia del canal visual, es imposible que se dé un impacto similar entre los espectadores videntes y los espectadores invidentes ante la aparición de un chiste visual. Por lo tanto, en el proceso de audiodescripción sí se manifiesta un tipo de traducción: la traducción intersemiótica, en la cual se hace un trasvase de los códigos de la imagen a los códigos del sonido.

3. Orero y Wharton (2007) mencionan que la narración de una película audiodescrita no debe considerarse como una parte intrínseca de la misma, por lo tanto, debe mantenerse apartada de los demás elementos que la componen: argumento, personajes, etc. Por su parte, Martínez (2015) propone una perspectiva diferente, al concebir la película audiodescrita como un todo interconectado; puesto que los espectadores de un producto audiodescrito no están expuestos únicamente a la narrativa de la audiodescripción, sino también a los sonidos y a los diálogos. Asimismo, es importante recalcar que el propósito principal de un texto audiovisual, propio del género humorístico, es producir risa en su totalidad. Además, parte de esa risa se origina gracias a los elementos visuales (Martínez, 2015).

Llegado a este punto, y teniendo en cuenta todo lo anteriormente dicho, vale la pena cuestionarse sobre la manera en cómo se lleva a cabo este tipo de trasvase en la realidad. Si se acepta que, como lo propone Martínez (2015), la audiodescripción debe ser considerada como una modalidad de la traducción audiovisual, tendría que ceñirse, por lo tanto, a los mismos estándares presentes en las demás modalidades de este campo. Estos estándares residen en el hecho de considerar un producto humorístico audiodescrito como una unidad de elementos interdependientes; de la misma manera que se hace con los productos que han

sido subtítulos y doblados. Dicho de otra manera, que las palabras, los sonidos, las imágenes y la narración, sean entendidas como un solo conjunto de elementos interrelacionados entre sí.

En este sentido, Martínez (2015) plantea lo provechoso que podría resultar el desarrollo de una clasificación de elementos potencialmente humorísticos, en audiodescripción, y equipararlos en sus versiones audiodescrita y no audiodescrita de un mismo producto audiovisual, con el objetivo de obtener más datos sobre el trasvase del humor en esta modalidad. No obstante, en el presente trabajo, se considera necesario delimitar aún más el aspecto de los elementos potencialmente humorísticos, es decir, indagar sobre las partes que conforman dichos elementos. Es necesario resaltar que, desde la teoría de la relevancia, dichos elementos potencialmente humorísticos están conformados por supuestos existentes, supuestos contextuales y efectos cognitivos. Por lo tanto, para dar continuidad a los aportes y perspectivas de Martínez (2015), cuyos planteamientos teóricos y metodológicos son piezas clave en nuestra investigación, se opta por elaborar una caracterización de los supuestos contextuales, que son una de las partes que conforman los elementos potencialmente humorísticos de un producto audiovisual. De este modo, buscamos obtener información más precisa sobre lo que sucede con el trasvase del humor en la audiodescripción, cuando la carga humorística reside en las imágenes de un producto audiovisual, y para alcanzar este fin pretendemos determinar las características de los supuestos contextuales presentes en la audiodescripción del humor de un texto audiovisual.

## 5 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

Tras analizar todos los elementos previamente señalados, emerge la siguiente pregunta de investigación en el marco de nuestro interés en torno al trasvase del humor en la audiodescripción, cuando la carga humorística reside en las imágenes de un producto audiovisual: **¿Qué características tienen los supuestos contextuales presentes en la audiodescripción del humor en un texto audiovisual?**

## 6 JUSTIFICACIÓN

Autores como Hernández y Mendiluce (2005), Chaume (2002) y Martínez (2015) coinciden en su postura respecto a un incremento de la investigación en el campo de la traducción audiovisual. No obstante, de acuerdo con Bravo (2003) y Chaume (2002) la traducción audiovisual para colectivos discapacitados requiere aún de mucha más investigación. A su vez, De Linde y Kay (1999) y Mayoral (2001) sostienen que, de los pocos estudios realizados a favor de dichos colectivos, la mayoría se ha enfocado en la modalidad de subtitulación para sordos. En consecuencia, Hernández y Mendiluce (2005) recalcan el hecho de que las necesidades de los deficientes visuales han recibido una atención mínima en la literatura; por lo tanto, el propósito del presente trabajo es hacer un aporte que contribuya al campo investigativo de la modalidad de *audiodescripción* de los productos audiovisuales.

Asimismo, la mayoría de estudios en el campo de la traducción se ha centrado única y exclusivamente en los signos verbales (combinaciones lingüísticas), y en cómo llevar a cabo su transferencia a otro código lingüístico. No obstante, el traductor no puede ni debe olvidar las demás dimensiones que participan en la comunicación audiovisual, ni los códigos comunicativos de la realidad cinematográfica. Dichos códigos, propios de la imagen y del sonido, en combinación, dan lugar a una serie de limitaciones que caracteriza la entrega de cualquier producto audiovisual (Díaz-Cintas, 2001).

Ahora bien, tal y como lo afirma Martínez (2015), la audiodescripción de productos audiovisuales humorísticos sólo cuenta con investigaciones recientes, aunque cada vez son más abundantes. De igual modo, Ortuño Carbonero recalca que existen múltiples investigaciones acerca de las posibilidades de traducción interlingüística de los chistes verbales, sin embargo, son muy pocos los trabajos que se enfocan en la traducción intersemiótica o la traducción de chistes no verbales. Además, el gran aporte semiótico de la pista sonora y de la imagen, en ocasiones está jerarquizada por encima de la palabra. Igualmente, Martínez (en Díaz-Cintas, 2001) afirma que una ruptura en esa simbiosis de

códigos representa serias dificultades, como en el caso de las personas discapacitadas visualmente, dónde la pérdida del canal visual implica la pérdida de los códigos que este transmite. Así, se crea la necesidad de que la información que antes se proporcionaba a través de la imagen, se transmita mediante otro medio, el código verbal, para no alterar su valor semiótico significativo. Dicho trasvase, del componente visual al verbal tiene connotaciones semióticas muy importantes. A esto se le añade el hecho de que, en la audiodescripción, el tiempo para proporcionar la descripción puede ser demasiado breve.

A las complejidades semióticas anteriormente mencionadas, se suma la limitación de contar solo con el código acústico, en el caso de las personas invidentes, y a esto a su vez se le añade, como lo menciona Martínez (2015), el hecho de que el humor es uno de los aspectos más difíciles de manejar en las diferentes modalidades de traducción audiovisual, incluyendo la audiodescripción; puesto que la transferencia del humor puede verse afectada por factores técnicos y culturales. De este modo, debido a la complejidad de la dimensión humorística, autores como Díaz-Cintas (2001) y Martínez (2015) afirman que es necesario ahondar más en el campo de la traducción audiovisual, en especial, en los productos audiovisuales que cuentan con carga humorística; pues el humor es uno de los aspectos que más complicaciones puede presentar a la hora de traducir un determinado producto audiovisual.

En el presente trabajo se optó por abordar la dimensión humorística en el campo audiovisual, en consonancia con lo propuesto por Martínez (2015), puesto que, teniendo en cuenta su carácter subjetivo y relativo, es la que mayores dificultades presenta en la traducción de un producto audiovisual determinado. Asimismo, este estudio busca esclarecer interrogantes relacionados con la transmisión del humor expresado mediante imágenes a una audiencia que no puede acceder a ellas, reforzando la decisión de seleccionar el humor como un aspecto relevante para explorar. Además, Ortuño (2017) señala que la audiodescripción del humor es un campo de traducción de naturaleza social, sobre el que no se han hecho muchos estudios teóricos ni pragmáticos que sustenten su práctica.

Por lo tanto, consideramos que este trabajo es importante para la Traducción Audiovisual (TAV), la audiodescripción (AD) y el traductor porque:

- Proporcionará información sobre la manera como se transmite el humor en la modalidad de AD.
- Brindará herramientas metodológicas y aplicadas al audiodescriptor para realizar audiodescripciones más adecuadas del subgénero humorístico.
- Proporcionará una propuesta de clasificación de supuestos contextuales que puede servir como punto de partida para la audiodescripción de otros géneros y subgéneros audiovisuales.

## **7 OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS**

El presente trabajo de investigación pretende hacer un aporte a línea de traducción audiovisual, más específicamente a la audiodescripción como una modalidad de traducción intersemiótica, y a la forma en que se trasvasa el humor dentro de dicha modalidad, por lo cual se han establecido los siguientes objetivos:

### **7.1 OBJETIVO GENERAL:**

Determinar las características de los supuestos contextuales presentes en la audiodescripción del humor de un texto audiovisual.

### **7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Identificar elementos potencialmente humorísticos para la clasificación de supuestos contextuales en un texto audiovisual.
- Establecer las características pragmáticas que presentan los supuestos contextuales en el texto audiovisual.
- Presentar una propuesta de clasificación de los supuestos contextuales contenidos en el producto audiovisual, a partir de las características de los mismos.

## 8 REFERENTE TEÓRICO

Una vez presentado un breve panorama para ilustrar de manera general el estado actual y tema de interés de la presente investigación, presentamos a continuación el desarrollo de las nociones centrales que servirán de apoyo para el análisis en el marco de este estudio.

### 8.1 TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL (TAV)

En lo que respecta la Traducción Audiovisual (TAV), Mayoral (1993) sugiere que en el estudio de este campo se debe de asumir una postura flexible, adecuando las definiciones que se tienen de ella, de acuerdo con el dinamismo de la realidad. De acuerdo con Chaume y Agost (2001), la TAV es una de las modalidades de traducción que, en el pasado, se consideraban como artes u oficios, es decir, que eran tratadas como aspectos de la formación profesional y no tanto como una actividad con base académica. Sin embargo, la emancipación de la traducción como disciplina ha favorecido la realización de investigaciones concretas en campos como el de la traducción audiovisual (Chaume y Agost, 2001). Asimismo, O'Connell (2007) comenta que recientemente, el campo de la TAV ha llamado la atención de numerosos profesionales del lenguaje y también de traductólogos; debido al incremento de su uso en el ámbito de la comunicación masiva, y a la naturaleza multi-dimensional y polisemiótica de un producto audiovisual.

Según el panorama general propuesto por Chaume (2004), los estudios de investigación en TAV pueden dividirse en dos vastos tipos: los que se realizan desde el proceso, “estudios centrados en las fases de traducción” (Chaume, 2004), y los que enfocan su atención en el producto, “estudios centrados en el análisis del texto meta” (Chaume, 2004). Teniendo en cuenta la anterior clasificación, es pertinente decir que el presente trabajo de investigación se sitúa dentro de los estudios que centran su atención en el producto, ya que tiene como objetivo fundamental analizar cómo se da del trasvase del humor en un texto audiovisual.

De acuerdo con Mayoral (1993), los productos audiovisuales son aquellos productos de comunicación que utilizan el canal acústico y el visual para la transmisión de un mensaje. A

su vez, estos dos canales pueden transmitir la información mediante signos verbales y no verbales; es justamente la unión de estos cuatro elementos, lo acústico, lo visual, lo verbal y lo no verbal, lo que constituye la producción de un texto audiovisual. En este sentido, un texto audiovisual es dinámico, en tanto se considera el componente oral y el componente visual. El canal acústico siempre es dinámico y las imágenes de un texto audiovisual también deberían serlo. Así, el concepto clave para definir el texto audiovisual es el dinamismo temporal (Bartoll, 2015). De este modo, la traducción audiovisual puede ser definida como la traslación de estos productos, que emiten su contenido de forma dinámico-temporal a través de los dos canales anteriormente mencionados (Bartoll, 2015). En palabras de Lorenzo y Pereira (2000), la traducción audiovisual implica trabajar con un producto que será difundido a través del cine, la televisión, el video, el DVD, la ópera, e incluso, Internet.

Asimismo, Mayoral (2001), reconoce la multiplicidad de códigos y señales que, en un producto audiovisual interactúan entre sí para lograr la comprensión del mensaje fílmico. En la traducción audiovisual, la comunicación se produce a través de dos canales, el acústico y el visual, quienes a su vez emiten diferentes tipos de señales: imagen en movimiento, imagen fija, texto, diálogo, narración, música y ruido. De ahí, que surja la necesidad de una sincronización o adaptación entre estos múltiples sistemas de señales, con el fin de lograr la transmisión del mensaje de forma eficaz (Mayoral y otros, 1998). Sin embargo, conforme lo expresa Bartoll (2015), la TAV es considerada, por algunos autores, como “...un tipo de traducción especial, restringida, condicionada...”, precisamente por la labor de traducir un producto que emite su contenido por medio de dos canales diferentes. Por lo anterior, la TAV fue considerada por muchos años como un tipo de adaptación y no como una modalidad de la traducción.

Para entender la TAV como una modalidad más de la traducción, es necesario recurrir a la taxonomía de la traducción propuesta por Jakobson (1959), en la cual propone tres tipos de traducción: Traducción interlingüística, traducción intralingüística y traducción intersemiótica.

## 8.2 TAV: UN TIPO DE TRADUCCIÓN INTERSEMIÓTICA

Tal y como lo afirma Orrego (2013), y como se mencionó anteriormente, una característica inherente a los productos audiovisuales es la complejidad al suministrar su contenido mediante dos canales diferentes: el acústico y el visual. En este sentido, la comprensión del mensaje por parte de la audiencia depende, en gran parte, de la información emitida por ambos canales.

Así como el canal acústico, el canal visual también está constituido por signos que pertenecen a diferentes códigos semánticos, los cuales pueden ser verbales o no verbales, sin importar por cuál de los dos canales se transmitan (Orrego, 2013). Dichos códigos se encuentran un poco más detallados en la siguiente tabla:

*Tabla 2 . Códigos semánticos según el canal de comunicación*

	<b>Canal Acústico</b>	<b>Canal Visual</b>
<i>Elementos Verbales</i>	Los diálogos de los personajes.	El texto escrito en pantalla (nombres de calles, periódicos y revistas, subtítulos, etc.)
<i>Elementos No Verbales</i>	Los efectos sonoros de la película y la música instrumental.	La iluminación y la escenografía.

**Fuente:** Elaboración propia

Por su parte Gambier (2013), en un estudio minucioso sobre las múltiples combinaciones de códigos que se pueden dar en un producto audiovisual, reconoce catorce tipos distintos: lingüístico, paralingüístico (tanto verbal como no verbal), de arreglos de sonido, musical, textual, gráfico, iconográfico, fotográfico, escenográfico, cinematográfico, kinésico, proxémico y de vestuario. De este modo, podemos afirmar que la TAV es en sí un tipo de traducción intersemiótica, en la que confluyen distintos códigos o signos.

Hasta el momento, una de las principales dificultades para aproximarse a un estudio de las diferentes modalidades en traducción audiovisual, ha sido, evidentemente, esa esencia

multisemiótica de los textos audiovisuales (Orrego, 2013). Es habitual hallar investigaciones en el campo de la TAV, que estudian el código lingüístico del texto de manera aislada, dejando de lado los vínculos establecidos entre los demás códigos que conforman los productos audiovisuales (Gambier, 2013; Kaindl, 2013). No obstante, durante los últimos años la traducción intralingüística y la traducción intersemiótica se han convertido en prácticas importantes de la traducción audiovisual (Orrego, 2013).

Ahora bien, en lo que respecta las posibles interpretaciones de un signo, Jakobson (1959) plantea que existen tres posibilidades: cuando es traducido a otros signos del mismo lenguaje; cuando es traducido a signos de un lenguaje distinto; y cuando es traducido a otro sistema de signos. Así, Jakobson (1959) propone tres tipos de traducción: *traducción intralingüística*, *traducción Interlingüística* y *traducción intersemiótica*; siendo esta última, en la cual el presente estudio ha decidido enfocar su interés dada su proximidad a la TAV.

- **Traducción intralingüística:** “an interpretation of verbal signs by means of other signs of the same language” (Jakobson, 1989).
- **Traducción interlingüística:** “an interpretation of verbal signs by means of some other language” (Jakobson, 1989).
- **Traducción intersemiótica o Transmutación:** “an interpretation of verbal signs by means of signs of non-verbal sign systems” (Jakobson, 1989).

Para Torop (1995), la traducción intersemiótica es la traducción “de un tipo de arte a otro (de la literatura al cine o al teatro, etc.), es decir, el texto se saca de sí mismo”. Aunque para Jakobson (1959), inicialmente, este tipo de traducción ocurre de forma unidireccional (de un signo verbal a un signo no verbal), después extenderá la noción hacia un sentido bidireccional (Jakobson, 1971), partiendo del trasvase de un sistema de signos a otro. Así, un ejemplo palpable de traducción intersemiótica es el trasvase de una obra literaria a la cinematografía (Hernández y Mendiluce, 2005). De igual forma, autores como Osimo (2001) reconocen que es muy común encontrar transmutaciones en artes como la música y

la danza. El presente trabajo de investigación se interesa por observar este tipo de traducción dentro de un campo más específico como la accesibilidad, en el marco de la TAV.

### **8.3 AUDIODESCRIPCIÓN (AD)**

Ahora bien, otra de las nociones que nos interesa destacar en el marco de las modalidades de TAV y accesibilidad es la de *audiodescripción* (en adelante AD). La AD es un tipo de traducción que se sitúa en el marco de la accesibilidad audiovisual. Según Díaz-Cintas (2008), la AD consiste en “transformar las imágenes visuales a palabras, que se pronuncian durante los intervalos de silencio de programas audiovisuales o de actuaciones en directo”. De ahí que, la audiodescripción sea considerada por Matamala (2009), como un tipo de traducción intersemiótica, ya que trasvasa la información contenida en un sistema de signos (imágenes), a otro sistema de signos diferentes (palabras); tal y como lo expresan Hernández y Mendiluce (2005), la AD es “el arte de traducir imágenes en palabras”. Para Sama y sevillano (2012), consiste en la realización de una narración, que vaya en sincronía con el contenido del video, que aporte información sobre los detalles visuales, de los que se encuentra privado una persona ciega. Autores más recientes como Martínez (2015), definen la AD como una práctica con el propósito de favorecer a los ciegos y a las personas con algún tipo de discapacidad visual, y que estos puedan acceder fácilmente a productos audiovisuales como películas, programas de televisión, teatro y hasta ópera. Además, añade que esta modalidad se aprovecha de los silencios entre diálogos, para describir de manera verbal cada elemento visual, o a veces, acústico que sea considerado relevante. Hay que mencionar, además, que la AD puede ser interlingüística o intralingüística, pero en ambos casos intersemiótica (Orrego, 2013), pues se da la traducción de imágenes a palabras.

Por su parte, Jiménez (2007) destaca la revolución que está experimentando el concepto de *texto*, debido a los nuevos formatos electrónicos y multimedia, así como a las aplicaciones de las nuevas tecnologías a la comunicación. Esto nos lleva a hablar no sólo de textos escritos, orales, y audiovisuales, sino de *textos audiodescritos* (TAD). De este modo, un

texto audiodescrito se define como la información adicional que se incluye en la banda sonora de un producto audiovisual con el fin de explicar lo que está ocurriendo en pantalla durante los silencios de la obra audiovisual. Su función consiste en hacer accesible los productos audiovisuales a las personas ciegas o con deficiencias visuales (Jiménez, 2007).

En síntesis, podemos afirmar que la AD es un tipo de traducción intersemiótica, y a su vez, es una modalidad de la traducción audiovisual que permite el acceso de personas, discapacitadas visualmente, a la información transmitida mediante un producto audiovisual. Asimismo, el proceso de audiodescripción trae consigo múltiples implicaciones y restricciones, debido a la naturaleza semiótica de los productos audiovisuales y a la pérdida del canal visual, en el caso de los invidentes.

## **8.4 ASPECTOS CULTURALES DEL HUMOR**

### **8.4.1 Definición Del Concepto “Humor”**

De acuerdo con el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, la definición de la palabra *humor*, que proviene del latín *humor*, es la siguiente:

“1. *m.* Genio, índole, condición, especialmente cuando se manifiesta exteriormente. 2. *m.* Jovialidad, agudeza. Hombre de humor. 3. *m.* Disposición en que alguien se halla para hacer algo. 4. *m.* Buena disposición para hacer algo. ¡Qué humor tiene! 5. *m.* humorismo (modo de presentar la realidad). 6. *m.* Cada uno de los líquidos de un organismo vivo. 7. *m. Psicol.* Estado afectivo que se mantiene por algún tiempo.”

Como se puede evidenciar en la definición 6, en la antigüedad, el término humor se empleaba con un sentido totalmente distinto al sentido con el que se emplea actualmente. Esto se debía a que, de acuerdo con Gironzetti (2013), el término *humores* era usado para referirse a los distintos fluidos del cuerpo humano tales como la sangre, la bilis y la flema. De ahí, Galeno (130 – 210 D.C), un pionero griego de la medicina moderna, afirmó que los encargados de los estados mentales y de los cambios de humor en las personas eran los diferentes humores del cuerpo.

Desde la declaración de Galeno, hubo que esperar hasta el siglo XVI para que la palabra humor se usara, por primera vez, para describir la personalidad de alguien que no acataba las normas sociales, y que además era considerado ridículo por las otras personas (Gironzetti, 2013). En consecuencia, este siglo fue una etapa determinante en la evolución del término *humor*, dado que, antes del siglo XVI no había ningún vínculo entre el término y la noción de *ridículo*.

En el siglo XVII, la palabra *ridículo* se utilizaba, en concordancia con la teoría de Aristóteles, para hablar de algo que generara una risa agresiva y humillante. Asimismo, la risa era considerada algo negativo. Sin embargo, la risa se aceptaba socialmente para las clases más altas como una manera de divertirse. Con el tiempo, el factor intelectual de la risa fue adquiriendo mayor trascendencia y se convirtió en un factor más relevante que el elemento del desprecio y la humillación (Gironzetti, 2013).

Fue en el siglo XIX que ocurrió el cambio que provocó que el término en inglés *humor* empezaría a significar lo que significa hoy en día. Gracias al uso de la palabra *wit*, la cual se empleaba para referirse al tipo de humor que desata una risa más irónica, violenta e intelectual, se empezó a establecer la diferencia con la palabra humor, hasta llegar al punto de que el significado de esta última se relacione únicamente con la risa benévola (Gironzetti, 2013).

A pesar de la evolución y la especialización que ha tenido el término humor a través de los siglos, como bien lo evidencia la entrada del diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, en la actualidad sigue teniendo significados muy variados. Tal y como lo afirma Gironzetti (2013), la naturaleza del humor todavía es un misterio, ya que, aunque actualmente existen diversos trabajos de investigación dedicados al asunto, todavía no es posible definir con certeza absoluta qué es el humor. No obstante, como consecuencia de dichos trabajos de investigación, hoy es posible hablar de unos elementos que permiten el desencadenamiento y la interpretación del humor, asimismo, es posible determinar algunos elementos, a través de los cuales el humor se expresa y difunde.

Hay que mencionar que, de acuerdo con Gironzetti (2013), tanto cada cultura como cada persona tienen estrategias y normas de comunicación humorísticas determinadas, que influyen los aspectos relacionados con la producción y la comprensión del humor. De igual modo, la autora afirma que cada texto o producto humorístico tiene unas características determinadas, que también desempeñan un papel muy importante en el juego de producir y entender el humor. Dichas características tienen que ver con la estructura del producto, el tema, los procesos de cognición y percepción (tanto del humorista como de su público), entre otros.

Para Jáuregui (2007), el humor representa una auténtica paradoja, puesto que, aunque es una característica inherente al ser humano, es a su vez la barrera final para conocer una *cultura*. Según este autor, si es posible comprender los chistes de una cultura determinada, es porque ya se ha llegado al núcleo de su sistema de signos y razonamiento. Fuentes (2000) y Jáuregui (2007) afirman que el mecanismo del humor es universal, con esto quieren decir que toda persona, sin importar la edad, el sexo, la condición social o económica, cultura o periodo histórico, tiene la capacidad de percibir y desarrollar la cualidad humorística, pues es una característica propia y exclusiva del ser humano. Sin embargo, la forma de interpretar la realidad que da lugar al desencadenamiento del humor, puede cambiar de una circunstancia a otra, de una persona a otra, y sobre todo de una cultura a otra (Jáuregui, 2007). Así, por ejemplo, un chiste que para una persona es divertido, para otra puede resultar vulgar, cruel o incluso sin sentido.

Ahora bien, existe una amplia gama de categorías humorísticas que parecen ser universales, tales como la ruptura de tabúes sexuales, los insultos, la violencia, la burla, entre otras (Apte, 1983). No obstante, como lo manifiestan los autores mencionados anteriormente en este apartado, la interpretación de los estímulos humorísticos varía tan drásticamente como la cultura misma, y en paralelo con esta.

Por otro lado, autores como Bergson (1962), Fuentes (2000) y Jáuregui (2007), coinciden al expresar que el efecto humorístico aparece cuando se rompen las expectativas lógicas en

una circunstancia determinada, es decir, que se produce cuando hay una ruptura de lo legítimamente aceptado dentro de una sociedad. En palabras de Jáuregui:

“El estímulo de la risa es la percepción de que otro actor social ha incumplido su rol dentro del teatro de la vida cotidiana --el papel que él mismo se ha creado o que la sociedad le impone. Siguiendo esta clave teórica, puede decirse que lo que se considera ‘gracioso’ en una cultura se encuentra en directa relación con las expectativas sobre los roles que son relevantes en esta sociedad concreta, incluido el rol más general que podemos denominar el de una ‘persona normal’”. (Jáuregui, 2007).

Además, el autor asegura que otro rasgo que define el papel de la cultura en la producción del efecto humorístico, tiene que ver con la distancia emocional que se requiere. En otras palabras, si en determinada situación existen factores que desencadenan otro tipo de emociones, ya sea tristeza, ira o curiosidad, es posible que estas mitiguen o eliminen el efecto humorístico. Es por esto que las diferentes susceptibilidades que puedan existir en una cultura hacia diversas formas de infortunio o impudicia también pueden condicionar la producción del impacto humorístico. Incluso, el incremento de las técnicas artísticas y de los medios de comunicación influye significativamente en la eficacia humorística. Por ejemplo, el acrecentamiento de la prensa, la televisión, la radio, el internet y las redes sociales ha modificado y ampliado el contenido de la comedia, durante los dos últimos siglos (Jáuregui, 2007).

En conclusión, es posible evidenciar que la producción del efecto humorístico se hace posible gracias a los aspectos universales, de tipo cognitivo, pero también a los aspectos que son culturalmente cambiantes. Los aspectos universales tienen que ver con el mecanismo emocional, que se ejecuta bajo los mismos patrones en todas las personas. Por su parte, los aspectos culturalmente cambiantes se refieren a la multiplicidad de detonantes del humor, que son inherentes a la cultura (Jáuregui, 2007). De manera que, el presente estudio acoge los planteamientos anteriormente mencionados con respecto al desencadenamiento del humor, y el papel que juega la cultura en este proceso. Dicho brevemente, como lo confirma Jáuregui (2007), el efecto humorístico está condicionado, en

todas las culturas, por las distintas normas acerca de cómo y cuándo puede expresarse el humor, así como también por el rol que cumple un individuo dentro de su sociedad, en armonía con los significados y valores de la misma.

#### **8.4.2 TIPOS DE HUMOR**

Como se ha podido apreciar, resulta realmente difícil definir la palabra humor, tanto en su concepto como en sus variedades. Sin embargo, Lipps (en Hernández, 2008), propone una clasificación para los tipos de humor: *humor humorístico*, *humor satírico*, y *humor irónico*.

##### **Humor humorístico**

De acuerdo con Lipps (2015), la finalidad de este tipo de humor es desconcertar, volver relativas las cosas y hacer críticas a lo que parece ser definitivo. Asimismo, afirma que su propósito no es el de enseñar ni corregir, sino desordenar pensamientos y desmentir verdades.

##### **Humor satírico**

Es aquel humor que manifiesta cierto enfado o indignación hacia una persona o situación, con una finalidad moralizadora, lúdica o bien sea sólo por burla. Las injusticias o faltas son puestas en evidencia, a través de la ridiculización, la ironía, entre otros medios concebidos para obtener mejoras en la sociedad. De igual manera, Lipps (2015) afirma que, pese a que inicialmente la sátira era concebida sólo para divertirse, el objetivo fundamental de este tipo de humor no es el humor en sí mismo, sino hacer una crítica, desde la inteligencia, a una realidad reprochada por el autor.

##### **Humor irónico**

Lipps (2015) define este tipo de humor como una gran incoherencia entre las expectativas de una persona, ante un suceso, y lo que en realidad ocurre. En otras palabras, es la contradicción entre las expectativas habituales y el papel que juega la lógica, en un acontecimiento imprevisto.

#### 8.4.2 Indicadores Del Género Humorístico

Como se presentará a continuación, existen autores como Genette (2001) que, a través de sus estudios, han demostrado que existen unas características o señales que indican a los interlocutores, que se encuentran en presencia de un chiste. Incluso Nash (1985) señala que un chiste “suele ser anunciado”, por consiguiente, las expectativas de relevancia de los espectadores son orientadas hacia el humor desde ese momento.

De acuerdo con Kotthof (2006), los productos humorísticos poseen una estructura prototípica y unos índices particulares, gracias a los cuales los interlocutores, en este caso la audiencia, pueden identificar el tipo de texto al cual están a punto de ser expuestos (Nash, 1985). Estos índices ocasionan que las expectativas de relevancia de la audiencia se encaminen hacia el humor, desde el momento que saben que verán una película cómica.

Por otra parte, Nash (1985) manifiesta que hay algunos componentes que son propiamente humorísticos, tales como ruidos, palabras poco habituales o con una forma marcada e ítem gramaticales. De hecho, el autor menciona algunos recursos humorísticos tales como la aliteración; las relaciones entre sinónimos y antónimos, y entre hipónimos e hiperónimos.

Como se afirmó anteriormente, hay indicadores que permiten al público percibir una intención humorística. Dicha intención, conforme lo afirma Nash (1985), puede ser revelada por la concurrencia de distintos índices. Asimismo, el autor manifiesta que la sección del chiste encargada de cumplir dicha función, se llama “*signal*”, cuyo significado, enviado al cerebro del interlocutor, es “interpreta esto como un chiste”. De igual modo, Ross (1998) sostiene que es frecuente que las personas sean capaces de identificar un chiste, incluso cuando ni siquiera lo han entendido.

Lo anteriormente dicho, sumado a la posición de espectador ideal que asume el investigador, permite que el presente estudio nos dé pie para analizar la traducción del humor desde el producto, sin necesidad de llevar a cabo un estudio de recepción.

### **8.4.3 La comedia romántica**

Como lo menciona Cuevas (2016), Aristóteles manifestaba que, una tendencia que se presenta en la comedia es la representación de personajes inferiores y con defectos, con el objetivo principal de generar risa. Asimismo, Aristóteles expresaba que, los protagonistas de la comedia se encuentran conformados por personajes charlatanes, fanfarrones, paradójicos, curiosos y excéntricos. Sin embargo, nunca contempló la idea de incluir una historia de amor dentro del género comedia.

A su vez, Cuevas (2016) comenta que, cuando se habla de comedia romántica, se empieza a delimitar el foco de observación, teniendo en cuenta que no es un género en sí, sino una clase de comedia. Lo anterior, según Cuevas, permite que a este tipo de comedia se le pueda hacer una lectura, desde múltiples perspectivas.

Por otra parte, Hernández-Sierra (2019) define la comedia romántica, a nivel general como una historia narrada a través de la unión de la gracia y el amor. Además, añade que, a lo largo dicha historia se producen instantes cómicos y románticos que se mezclan, con el fin de transmitir emociones placenteras.

Mientras tanto, un estudio llevado a cabo por McDonald (2007) revela ciertos prejuicios que se generan, por parte de los críticos del cine y los estudiosos del mismo, en torno a las comedias románticas, considerándolas, en comparación con otros géneros, productos diseñados para las masas, escuetos y poco importantes. Esto, teniendo en cuenta que, últimamente, los productores se han ceñido a un mismo tipo de modelo para hacerlas; asimismo, la cantidad de películas de esta clase que se producen al año es muy numerosa y, principalmente, porque los temas en los que tienden a enfocarse son demasiado triviales.

Sin embargo, McDonald (2007) destaca que por más que se intente negar, este tipo de películas sí generan algo en las personas que las ven, hacen reír e incluso, en algunas ocasiones, llorar. La principal razón, para que esto ocurra, es que se centran en impresiones, emociones y placeres muy básicos. Hay que mencionar, además, que el motivo por el que estas películas siguen agradando a su audiencia es por la manera en la que el espectador

interactúa con la fantasía y la realidad, pues se le permite identificarse con alguno de los protagonistas.

Por otro lado, existe una definición de McDonald que puede dar luces sobre los elementos que le aportan identidad al género de comedia romántica, y lo ayudan a diferenciarse de cualquier otro género: “A romantic comedy is a film which has as a central narrative motor a quest for love, which portrays this quest in a light-hearted way and almost always to a successful conclusion” (McDonald, 2007: 9).

Es necesario recalcar que, de dicha definición, se pueden extraer ciertos rasgos que ayudarían a definir la comedia romántica; tales como la búsqueda del amor, como trama principal, y el hecho de enmarcar dicha búsqueda de forma jocosa y, en ciertas ocasiones, sólo alegre sin llegar a ser graciosa.

Por último, de acuerdo con el American Film Institute (AFI), la comedia romántica es: “A genre in which the development of romance leads to comic situations”. En otras palabras, en el género de comedia romántica, es el romance el que conlleva a los personajes a involucrarse en situaciones cómicas.

En conclusión, la comedia romántica es un género, cuya narrativa principal es el romance, el cual se entrelaza con momentos cómicos, para generar sensaciones agradables o jocosas en su audiencia. Es precisamente este subgénero humorístico el que se evidencia a través del texto audiovisual seleccionado en el presente estudio.

## **8.5 TRADUCCIÓN DEL HUMOR**

Hoy en día, el humor ha adquirido bastante relevancia dentro de los medios audiovisuales. Solo basta con encender el televisor para encontrarse con numerosos programas del género humorístico que transmiten en los diferentes canales de televisión, esto sin contar con la cantidad de producciones cinematográficas que pertenecen a este género.

Como se manifestó en el apartado anterior, la producción del humor es un aspecto muy subjetivo, puesto que "...depende de factores psicológicos personales, del trasfondo cultural y familiar de cada persona, y que se ve sometido en cada momento a una evolución constante por la influencia del entorno". Lo anterior, supone una condición fundamental a la hora de enfrentarse a la traducción de cualquier producto, pero sobre todo a la hora de traducir un producto audiovisual humorístico, puesto que, los elementos como la imagen y los elementos quinésicos visuales, paralingüísticos, gestuales. etc. se interrelacionan con los elementos verbales y los culturales (Fuentes, 2000). Aunque bien es cierto que el humor puede producirse de manera directa por medio de las palabras emitidas en un diálogo, puede también originarse gracias a ciertos componentes visuales contenidos en el producto. Como se ha dicho, el entorno cultural puede modificar el efecto humorístico dependiendo de la cultura que reciba el estímulo, por lo tanto, para un traductor de un producto con carga humorística, es una tarea muy compleja lograr el mismo impacto, que tuvo el producto en la audiencia original, en la audiencia meta. En un producto audiovisual, es muy probable que dicha labor resulte aún más compleja, y aunque en algunas situaciones la imagen pueda resultar de gran ayuda para el traductor, en otras supone una seria restricción para el trasvase de este género, como es el caso de la audiodescripción para discapacitados visuales.

En resumen, todo estímulo potencialmente humorístico está compuesto de diversos factores como el contexto, los personajes, las particularidades presentes en el ambiente, etc. que se entrelazan entre sí de tal modo que consiguen que se produzca el efecto deseado. En el campo de la traducción audiovisual, la traducción de tal estímulo resulta una tarea de mayor nivel de complejidad, teniendo en cuenta las restricciones ya mencionadas. Por lo anterior, para Fuentes (2000), el traductor de un texto audiovisual de carácter jocoso se transforma también en humorista, pues es su responsabilidad reconstruir un contexto, una situación, unos personajes, etc. para una nueva audiencia, a través de unos códigos diferentes. Desde esta perspectiva, siendo la audiodescripción para ciegos una modalidad de traducción audiovisual, el audiodescriptor también debería ejercer el papel de humorista, no obstante, como se indicó en el planteamiento del problema del presente estudio, autores como Orero

y Wharton (2007) están en desacuerdo con esta concepción. Esta es una de las razones por la que resulta bastante interesante estudiar la realidad de este género y esta modalidad tan peculiares, a través del análisis de los supuestos contextuales, desde la teoría de la relevancia.

## 8.6 TEORÍA DE LA RELEVANCIA

*“La comunicación puede entenderse como una convergencia de un conjunto de supuestos **contextuales** y **existentes**, donde se originan una serie de **efectos** cognitivos”. (Martínez, 2015)*

Con el fin de comprender el enfoque traductológico de Gutt (2000) para el análisis que se pretende en este estudio, es necesario ahondar conceptualmente en la Teoría de la Relevancia de Sperber y Wilson (1986). De este modo, se podrá esclarecer la teoría a la luz de la cual interpretaremos nuestra unidad de análisis.

Para Sperber y Wilson (2004), la teoría de la relevancia puede ser entendida como un intento de ahondar en dos de las tesis fundamentales de Grice. La primera de ellas es que la comunicación humana está basada en la expresión y el reconocimiento de intenciones (Grice, 1989). Grice parte de dicha tesis para el desarrollo de un *modelo inferencial* de la comunicación, alternativo al modelo clásico, meramente lingüístico, de codificación y descodificación. Según este modelo inferencial, el emisor deja patente su intención de comunicar un determinado significado; el receptor deberá, por lo tanto, a través de la inferencia, distinguir entre lo que significan las palabras, imágenes o sonidos del emisor, y lo que este quiere significar en realidad. Asimismo, la segunda tesis fundamental de Grice, en la que se basa la teoría de la relevancia, es la producción automática de una serie de expectativas que orientan al receptor, a la comprensión del mensaje emitido por el hablante. Según Sperber y Wilson (2004: 239), “los enunciados suscitan una serie de expectativas de relevancia (...) porque la búsqueda de la relevancia es una característica fundamental del conocimiento humano de la que los hablantes tienden a aprovecharse”. Dichas expectativas

de relevancia se generan únicamente cuando el estímulo, o *input*, ha sido relevante para el receptor.

En pocas palabras, la tesis central de la teoría de la relevancia es que las expectativas de relevancia generadas por el enunciado deben ser tan concisas y predecibles que puedan, fácilmente, llevar al receptor al significado transmitido por emisor. El objetivo de esta teoría es explicar, desde el campo de la cognición, las equivalencias de esas expectativas de relevancia, y cómo estas pueden aportar a una visión empírica aceptable del proceso de comprensión (Sperber y Wilson, 2004).

### 8.6.1 Teoría De La Relevancia Y Cognición

Conforme lo mencionan Sperber y Wilson (2004), la búsqueda de relevancia es la propiedad elemental del conocimiento humano, de la que los hablantes procuran sacar provecho. De ahí que surja el interrogante: ¿Qué cosas son relevantes? De acuerdo con estos autores, “cualquier estímulo externo o representación interna que sirva como *input* de un proceso cognitivo podrá considerarse relevante para un sujeto en una ocasión determinada” (Sperber y Wilson 2004). Es decir, un *input*, ya sea una imagen, un sonido, un enunciado o un recuerdo, es relevante para un sujeto cuando se relaciona con el conocimiento previo que este posee, dando lugar a un conjunto de resultados que son de su interés, tales como: resolver alguna duda que tenía en mente, incrementar el conocimiento que tenía sobre algo, hacer conjeturas, corregir una impresión errónea, etc. Sperber y Wilson (2004) denominan estos resultados como *efectos cognitivos* positivos. Dichos efectos se originan cuando se produce un cambio significativo en la representación mental que el sujeto tiene del mundo, por ejemplo, cuando el receptor puede llegar a una conclusión verdadera. En otras palabras, según lo manifiesta Martínez (2015), la comunicación puede entenderse como una convergencia de un conjunto de **supuestos contextuales** y **supuestos existentes**, donde se originan una serie de **efectos cognitivos**, entendiendo por *supuestos existentes* el conocimiento previo que posee el receptor; por *supuestos contextuales* la información nueva que llega a través de un estímulo o *input*; y

por *efectos cognitivos*<sup>5</sup>, un cambio significativo en la representación mental que el sujeto tiene del mundo.

Sperber y Wilson (1986) reconocen tres tipos de *efectos cognitivos*:

- **De reforzamiento:** la nueva información corrobora un supuesto existente.
- **De contradicción:** la nueva información atenúa o contradice los supuestos existentes, incluso hasta provocar su abandono.
- **De implicación contextual:** el más importante de los efectos, consiste en la formación de un nuevo supuesto que se convierte en parte de los supuestos existentes (conocimiento previo), a partir de la combinación de uno o más supuestos contextuales y uno o más supuestos existentes.

Conviene subrayar, como lo mencionan Sperber y Wilson (2004), que las conclusiones falsas no valen la pena, ya que son efectos cognitivos, pero de carácter negativo. Dicho de otra manera, según la teoría de la relevancia, un *input* es relevante cuando altera de algún modo la información previa del receptor, al entrar en contacto con esta. De ahí que, los autores establecen que cuanto mayor sea la cantidad de efectos cognitivos, mayor será también el grado de relevancia del *input* (Sperber y Wilson, 2004). Sin embargo, el esfuerzo requerido para el procesamiento del *input* emitido también es un factor fundamental para determinar el grado de relevancia. En términos de la teoría de la relevancia, a mayor esfuerzo requerido para procesar los supuestos contextuales emitidos por el emisor, información nueva que se relaciona con la información previa (supuestos existentes), menor será la relevancia del *input* para el receptor. En otras palabras, el esfuerzo que se hace para entender los supuestos contextuales (información nueva contenida en el *input*), determina el nivel de relevancia de dicho *input*.

---

<sup>5</sup> Es importante mencionar que, en el marco de nuestra investigación, la denominación de “efectos cognitivos” no está directamente relacionada con una perspectiva cognitiva, puesto que nuestro interés es trabajar con base en análisis de corpus. En el análisis nos referimos a estos efectos cognitivos simplemente como “efectos” para evitar ruido en nuestro propósito.

En definitiva, para Sperber y Wilson (2004), una situación comunicativa se basa en un modelo ostensivo-inferencial, en el cual el emisor desea que su receptor conozca su intención, a través de la producción de un *input*, que generará una serie de expectativas, que serán relevantes o no, dependiendo de los factores mencionados anteriormente. Como lo expresa Martínez (2015), la comunicación puede entenderse como una convergencia de un conjunto de supuestos contextuales y existentes, donde se originan una serie de efectos cognitivos.

### **8.6.2 Teoría De La Relevancia Y Pragmática**

De acuerdo con Montolío (1988), la teoría de la relevancia se basa en una tesis de carácter cognitivo que estudia la manera en cómo los seres humanos procesan la información lingüística. Sin embargo, como modelo pragmático, su propósito es dar explicación a la forma en que los hablantes interpretan los enunciados (Sperber y Wilson, 1986).

Dentro de los procesos comunicativos, Sperber y Wilson (2004), distinguen dos tipos de intención: comunicativa e informativa. La primera, se refiere al propósito del emisor de establecer un contacto con su receptor. La segunda, hace referencia a la decisión de transmitir un mensaje (Sperber y Wilson, 2004). De manera que, el emisor y el receptor ejecutan dos labores específicas que se complementan: la ostensión y la inferencia. El emisor hace uso de un estímulo ostensivo, con el fin de llamar la atención del receptor y enfocarla en el significado del emisor; el receptor, deberá entonces inferir lo que el emisor pretende significar. Es necesario recordar que, “todo estímulo ostensivo conlleva una presunción de relevancia óptima propia” (Sperber y Wilson, 2004), es decir, las expectativas que se crean a partir del *input* en el receptor de un acto comunicativo ostensivo, en función del esfuerzo realizado y la cantidad de efectos contextuales.

Según afirman los autores, “la tarea global de inferir el significado del hablante puede descomponerse en toda una serie de subtarear pragmáticas” (Sperber y Wilson, 2004), es decir, que la visión sobre el conocimiento y la comunicación que propone la teoría de la

relevancia resulta de mucha utilidad para la pragmática, esto se debe a su capacidad de prever ciertas variables y circunstancias que determinan cuando un estímulo es o no ostensivo.

### **8.6.3 Teoría De La Relevancia En La Traducción**

Gutt (1989), basado en la teoría de la relevancia de Sperber y Wilson (1986), piensa en la traducción como un proceso comunicativo. Además, sostiene que toda comunicación es un proceso ostensivo-inferencial, en el cual el emisor produce un *input* y el receptor lo interpreta de acuerdo con los supuestos contextuales emitidos de forma implícita o explícita. Como se mencionó anteriormente, la relevancia es el fundamento para regular que el receptor deduzca los supuestos contextuales que el emisor quiere transmitir.

En este sentido, Gutt (1989) plantea un enfoque traductológico, apoyado en la teoría de la relevancia, en el cual argumenta que en todos los tipos de traducción interviene un uso interpretativo del lenguaje. “a translation should convey the same interpretation as the original in secondary situations; (...) to be communicable an interpretation has to be consistent with the principle of relevance” (Gutt, 1989). Por lo tanto, es deber del traductor construir un *input* ostensivo verbal que sea fiel a los supuestos contextuales relevantes del original, para que sean transmitidos a los receptores de la lengua meta. Así, como lo menciona Villa (2015), el objetivo del traductor es lograr una semejanza interpretativa entre ambos textos, el origen y el meta. Conviene subrayar que “las suposiciones contextuales de relevancia óptima del texto origen, transmitidas en forma de explicaturas e implicaturas, dependen del contexto que, esencialmente, debe ser compartido por el traductor y el comunicador de la lengua origen” (Villa, 2015). En conclusión, si un *input* ostensivo es interpretado en un contexto cognitivo diferente al del emisor o al del receptor, la transmisión del mensaje no es fructífera.

A manera de síntesis, y teniendo en cuenta todo lo anteriormente dicho, para la audiodescripción de un producto humorístico, es necesario tener en cuenta diferentes

aspectos, entre ellos, los culturales. Por lo que es muy importante que, el audiodescritor de un producto como tal, procure cuidar al máximo dichos aspectos tan relevantes, en tanto las restricciones de esta modalidad se lo permitan.

Por una parte, se deben cuidar aspectos relacionados directamente con las características del producto audiovisual, supuestos contextuales y supuestos existentes, pues estos tienen una relación directa en los efectos cognitivos generados en la audiencia. Asimismo, la intención contenida en el producto original juega un papel muy importante en este proceso, pues, si la intención general de un producto de comedia es generar humor, su versión audiodescrita no debería estar muy alejada de ese propósito.

Por otra parte, en los procesos de audiodescripción del humor, es necesario considerar la cultura de la audiencia meta, con el fin de no intervenir en el trasvase adecuado del factor humorístico. Asimismo, es de igual importancia, no dejar de lado las estrategias y normas de comunicación humorísticas determinadas de cada persona. Esto último, considerando el hecho de que, desde la teoría de la relevancia, no podemos afirmar con certeza que los supuestos contextuales y existentes para un invidente sean exactamente los mismos para una persona sin esta discapacidad.

## **8.7 RECAPITULACIÓN DE CONCEPTOS CLAVES**

A manera de cierre de esta sección, y con el fin de aclarar y delimitar los conceptos clave en el marco de esta investigación, presentamos el siguiente listado a manera de glosario, organizado aleatoriamente. La claridad en estos conceptos permitirá una mejor comprensión del plan de análisis:

**Audiodescripción (AD):** consiste en la descripción del contenido principalmente visual a través de breves narraciones insertadas en los silencios entre diálogos y demás elementos sonoros de la banda sonora de un producto audiovisual. De esta manera, las personas con discapacidades visuales pueden acceder a la información contenida en las imágenes (Ortuño, 2017).

**Segmentos potencialmente humorísticos (SPH):** Teniendo en cuenta lo afirmado por Martínez (2015), los SPH se definen como los contextos del producto audiovisual que constituyen un elemento de humor y que enmarca los supuestos contextuales objeto de estudio. Además, decimos segmentos “potencialmente humorísticos” puesto que, para saber si finalmente lo fueron, sería preciso un estudio de recepción. No entraremos aquí en el terreno de los efectos.

**Chiste:** Por chiste entenderemos “todo aquello que deliberadamente o no, implícita o explícitamente, produzca humor o intente producirlo, ya sea de modo verbal o no-verbal, transmitido de forma acústica o de forma visual”, y tal como se avanzaba antes “la manera en la que dicho humor se manifieste en el receptor es otra cuestión” (Martínez, 2008, p. 118).

**Chistes visuales:** Zabalbeascoa (1996) propone una tipología de situaciones humorísticas aplicada a los productos audiovisuales. Entre ellos menciona los *visual jokes*, los cuales tienen en cuenta la dimensión visual. Los *visual jokes* descargan toda su fuerza comunicativa en la imagen. Además, distingue dos tipos de chistes visuales, aquellos que dependen solamente de la imagen, y aquellos resultantes de la unión entre imágenes y palabras.

**Versión original/origen (VO):** Por versión original/origen (VO) entendemos la imagen original del producto audiovisual seleccionado, acompañado por la transcripción de su versión doblada al español. En este sentido, la VO en este estudio es la versión doblada al español del producto audiovisual.

**Versión Audiodescrita (AD):** Por versión audiodescrita entendemos la transcripción de la versión audiodescrita al español, es decir, la transcripción de la información adicional que se incluye en la banda sonora de un producto audiovisual con el fin de explicar lo que está ocurriendo en pantalla durante los silencios de la obra audiovisual.

**Input:** También denominado estímulo. Una situación comunicativa se basa en un modelo ostensivo-inferencial, en el cual el emisor desea que su receptor conozca su intención, a través de la producción de un *input*. Un *input* es cualquier estímulo externo o representación interna, por ejemplo, una imagen, un sonido, un enunciado o un recuerdo.

**Relevancia:** Es una cualidad del *input*. Un input es relevante cuando altera de algún modo la información previa del receptor, al entrar en contacto con esta.

**Supuestos existentes (SE):** El conocimiento previo que posee un sujeto, la representación mental que éste tiene del mundo.

**Supuestos contextuales (SC):** Información nueva contenida en el input, que llega al receptor a través de imágenes, sonidos, enunciados, etc.

**Efectos Cognitivos:** Una diferencia significativa en la representación mental que un sujeto tiene del mundo (Sperber y Wilson, 2004), por ejemplo, cuando el receptor puede llegar a una conclusión verdadera. Existen 3 tipos: de reforzamiento, de contradicción y de implicación contextual. En el análisis nos referimos a ellos como “efectos” para evitar la dimensión cognitiva del sujeto, puesto que trabajamos con base en análisis de corpus.

**Efectos de reforzamiento:** Cuando la nueva información *corrobora* un supuesto existente.

**Efectos de contradicción:** Cuando la nueva información *atenúa o contradice* los supuestos existentes, incluso hasta provocar su abandono.

**Efectos de implicación contextual:** Cuando la formación de un *nuevo supuesto* se convierte en parte de los supuestos existentes (conocimiento previo), a partir de la combinación de uno o más supuestos contextuales y uno o más supuestos existentes.

## 9 ESTRATEGIA METODOLÓGICA

### 9.1 ENFOQUE

Al ser de naturaleza comprensiva, el presente es un estudio se ubica en un enfoque cualitativo, ya que está basado en un proceso de observación y en una lógica inductiva, es decir, que de lo particular se llega a lo general. En otras palabras, el investigador empieza observando los hechos hasta desarrollar una teoría congruente para sustentar lo observado (Esterberg, 2002). Además, para la recolección de datos se utilizará la técnica de observación estructurada, por lo que el proceso de indagación será mucho más flexible (Hernández-Sampieri, 2014) y permitirá, al menos en cierta medida, “reconstruir” la realidad de la audiodescripción del humor en un producto audiovisual.

### 9.2 TIPO DE ESTUDIO

Con el fin de delimitar los pasos a seguir en el presente trabajo, es necesario definir y profundizar en el tipo de investigación que se va a seguir. De esta forma, y teniendo en cuenta que “los tipos de investigación difícilmente se presentan puros; generalmente se combinan entre sí” (Tamayo y Tamayo, 1999:42), el presente estudio es de corte *empírico-descriptivo*.

De acuerdo con Martínez (s.f.), la investigación empírica es aquella que está basada en la observación con el fin de descubrir algo desconocido o probar una hipótesis. La investigación empírica se fundamenta en la acumulación de datos que serán analizados después, para determinar su significado. De manera similar, Best (1983) manifiesta que este tipo de investigación recolecta sus datos de una forma directa en el ámbito real, donde ocurren de manera natural los hechos a tener en cuenta. Finalmente, Tamayo y Tamayo (1999) definen la investigación empírica como la investigación que se hace con la presencia del investigador o científico en lugar de que ocurra el fenómeno.

Por otra parte, señala Grajales (2000) que autores como Babbie (1979), Selltiz et al. (1976) reconocen, entre otros tipos de investigación, la descriptiva. Al respecto subraya que los estudios descriptivos pretenden elaborar una fiel representación del fenómeno estudiado partiendo de sus particularidades. En esta clase de investigaciones se miden variables o conceptos, con el propósito de establecer las características relevantes del fenómeno analizado. Este autor menciona que el énfasis se encuentra en el análisis independiente de cada característica, y que es factible que de alguna forma se integren las mediciones de dos o más características para establecer cómo es o cómo se manifiesta el fenómeno.

De esta forma, y considerando los planteamientos teóricos expuestos, inferimos que este estudio es *empírico* porque se basa en la observación del fenómeno (los supuestos contextuales) de modo directo por el investigador; y *descriptivo* porque abarca la descripción, registro, análisis e interpretación de los datos.

Así, en este estudio se realizará un análisis empírico-descriptivo de un producto audiovisual audiodescrito del género humorístico. Para ello, se adoptará el enfoque traductológico de Gutt (1989/2000), basado en la teoría de la relevancia de Sperber y Wilson, el cual se explicará más adelante.

### **9.3 UNIDAD DE ANÁLISIS**

El audiodescriptor, quien conoce el género al que pertenece el producto audiovisual y el contexto histórico-cultural en que este se enmarca, llevó a cabo la tarea de inferir los supuestos contextuales emitidos visualmente en el producto original, para transmitirlos de manera verbal y así producir, en las personas con discapacidad visual, los mismos efectos cognitivos provocados en la audiencia original. En este sentido, al comparar los segmentos potencialmente humorísticos de la versión original del producto audiovisual con los de su versión audiodescrita, resultará muy significativo poner en evidencia las características presentes en los supuestos contextuales de ambas versiones. Además, con el propósito de obtener información más precisa, se tendrán en cuenta los efectos derivados de la fusión

entre supuestos contextuales y supuestos existentes. De ahí que el objeto de estudio de la presente investigación sean los **supuestos contextuales** presentes en los segmentos potencialmente humorísticos de una película audiodescrita y su versión original, en relación con su contenido y los efectos contextuales que puedan provocar.

Con respecto a la unidad de análisis, Azcona, Manzini y Dorati (2013), la definen como el “tipo de objeto delimitado por el investigador para ser investigado”. Es preciso aclarar que por “tipo de objeto”, los autores se refieren a que “el referente de cualquier unidad de análisis es un concepto: una clase de entidades y no una entidad determinada o concreta del espacio tiempo”. Autores como Marradi, Archenti & Piovani (en Azcona, Manzini, y Dorati, 2013) aseguran que la unidad de análisis “tiene un referente abstracto”, con esto se sugiere que el referente de una unidad de análisis no es un caso individual, por el contrario, “es todo un conjunto (potencialmente infinito) de entidades” (Azcona, Manzini, y Dorati, 2013).

En el marco de este trabajo, la unidad de análisis está conformada por el corpus audiovisual de una película humorística en su versión original y audiodescrita. Dicha unidad, fue establecida mediante la delimitación del universo de entidades posibles de abordaje, teniendo en cuenta la presencia de un número relevante de chistes visuales en diversos candidatos audiovisuales. El texto audiovisual seleccionado es la película **“500 días con ella”**, una comedia romántica estadounidense del año 2009. Sus personajes principales son Tom, un hombre romántico que tiene por trabajo escribir tarjetas de felicitación, y Summer su novia, quien lo abandona de manera imprevista. Tras ocurrir este hecho, Tom decide analizar los 500 días que pasó junto a Summer, con el fin de encontrar los aspectos en los cuales falló su relación amorosa, y en este proceso, se encuentra con sus verdaderas pasiones en la vida.

## 9.4 UNIDAD DE TRABAJO

Con respecto a la unidad de trabajo, Azcona, Manzini y Dorati, (2013) se refieren a ella como los referentes empíricos que el indagador emplea para obtener los datos necesarios de la unidad de análisis. De acuerdo con esto, la unidad de trabajo está dirigida por la construcción que el investigador ya tiene de unidad de análisis y sus variables. Los autores mencionados manifiestan que la unidad de trabajo es el material al cual se le aplican las técnicas de recolección de datos, además señalan una importante diferencia entre unidad de análisis y unidad de trabajo: la primera, como ya se mencionó anteriormente, siempre tiene un referente abstracto, mientras que, en la segunda, su referente es observable. Asimismo, exponen que una unidad de análisis puede tener varias unidades de trabajo, pero no viceversa.

En virtud de lo anteriormente dicho, dentro del presente estudio, la unidad de trabajo se encuentra conformada por los *supuestos contextuales*, los cuales son analizados dentro de un segmento potencialmente humorístico específico, ya que a partir de estos es posible encontrar información sobre los atributos y características que presenta la audiodescripción del humor.

### 9.4.1 Diseño De Audiencia Y Espectador Ideal

Resulta muy importante recalcar que, para identificar los supuestos contextuales y existentes, así como los efectos cognitivos, se asumirá el rol de espectador promedio o *espectador ideal*, en términos de Kovačič, (1995) y como también lo asume Martínez (2015) en su estudio. El *espectador ideal* es aquel que cuenta con las capacidades cognitivas, personales y sociales requeridas para poder percibir el producto audiovisual de manera semejante a como lo pensó el autor. En este sentido, el traductor también adapta el producto a un espectador ideal a quien no conoce, por lo tanto, es su deber pensar en sus particularidades e integrar su apreciación personal del producto: “*she will impose her own reception of the linguistic part of the programme (and through it of the programme as a whole) on the entire audience*” (Kovačič, 1995).

Como ya se mencionó, en este trabajo la investigadora juega el rol del espectador ideal que, como se muestra a continuación, se ve fuertemente relacionado con teoría del diseño de audiencia propuesto por Bell en los años ochenta, la cual parte del supuesto de que todo emisor adecua el mensaje de acuerdo a su receptor potencial. En otras palabras, el emisor adapta su discurso conforme al tipo de receptor.

Bell (1984) distinguía cuatro tipos de receptor, estructurados jerárquicamente de acuerdo a su proximidad o cercanía con el emisor: *addressees* (conocidos por el emisor, quien se dirige a ellos de forma directa; son partícipes del acto comunicativo), *auditors* (conocidos por el emisor, sin embargo, este no se dirige a ellos de forma directa; no son partícipes del acto comunicativo), *overhearers* (el emisor sabe que existen, mas no sabe si participen en el acto comunicativo) y *eavesdroppers* (no son conocidos por el emisor). En este sentido, los *addressees* serán quienes mayor influencia tengan en el estilo del discurso emitido por el hablante, seguidos de los *auditors* y por último los *overhearers*.

Por su parte, Hatim y Mason (1997) realizaron una adaptación de la teoría de Bell aplicada al estudio de la traducción audiovisual. Dichos autores reconstruyen el concepto de emisor-receptor dentro del ámbito del diálogo cinematográfico, en el cual los actores de una película hablan entre sí como si fueran reales, cuando la verdad es que el guionista es quien elabora el libreto para influir en la audiencia, para comunicarse con ella (Gironzetti, 2013). Así, reconocen dos clases de emisores y tres clases de receptores (Hatim y Mason, 1997):

- Emisor 1= guionista (director, etc.)
- Emisor 2= personaje A en la pantalla.
- Receptor 1= personaje B en la pantalla.
- Receptor 2= espectadores de cine.
- (Receptor 3= otros receptores potenciales)

Al esquema anterior, Hatim y Mason le acondicionaron el de Bell, por lo tanto, los actores de la pantalla interactúan entre sí como *addressees* en un mundo irreal en el que la

audiencia serían los *eavesdroppers*. Sin embargo, en el momento en que se crea la película, el guionista piensa en la audiencia como *auditors*, dado que este conoce de su existencia, aunque no se dirija a ellos de forma directa, ni participen en el acto comunicativo. No está de más añadir que para Bell, cuando se trata de comunicación masiva, los *auditors* son mucho más importantes que los *addressees*.

De todo lo anteriormente dicho, se puede concluir que el autor de toda película, incluyendo la seleccionada como corpus audiovisual del presente trabajo, se hace una imagen mental de la clase de grupo sociocultural que él cree que va a recibir su mensaje. En otras palabras, al autor le corresponde suponer la gran mayoría de las características de su audiencia, con el objetivo de transmitir su mensaje de la manera más clara y efectiva posible.

De la misma forma, y con una concepción semejante a la de Bell y Hatim y Mason, Kovačič (1995), emplea el concepto de *espectador ideal* de Staiger (1992)<sup>6</sup> en el campo de la recepción de la traducción audiovisual, por el que ese espectador ideal debería tener las capacidades cognitivas, personales y sociales requeridas para entender un producto cinematográfico del mismo modo en el que lo pensó el autor.

Como se ha podido evidenciar hasta aquí, es viable que en el presente trabajo la investigadora asuma el rol del espectador ideal, puesto que, como se puede observar en los criterios de selección del corpus, la película seleccionada fue elaborada para una audiencia con unas características que encajan con el perfil de la investigadora. Asimismo, la investigadora cuenta con las capacidades del espectador ideal mencionadas arriba, por lo que está en la capacidad de reconocer una intención humorística, incluso si no la encuentra graciosa.

Asimismo, cabe destacar que el presente estudio toma en cuenta el planteamiento de Fuentes (2000), en el que manifiesta que la unidad de traducción en la modalidad de

---

<sup>6</sup> Staiger (1992) adapta su propuesta de *espectador ideal* a la recepción de productos audiovisuales basándose en la teoría literaria del *lector ideal*, propuesta por diferentes autores como Barthes (1967) o Kristeva (1970) y bajo distintos nombres, entre ellos sobresale *el lector modelo* de Eco (1979).

traducción audiovisual, es el producto audiovisual completo, a partir de la cual es posible crear una nueva versión, y a su vez analizarla.

## 9.5 CRITERIOS DE SELECCIÓN DEL CORPUS AUDIOVISUAL

Como se ha mencionado en distintos apartados, el presente trabajo se fundamenta en lo planteado por Martínez (2015) y sus avances en el campo de la AD del humor. En este sentido, la formulación de los criterios para la selección del corpus audiovisual también tuvo como referente las orientaciones en dicho estudio. Los siguientes constituyen de manera general los criterios que se tuvieron en cuenta para selección del corpus audiovisual:

*Tabla 3. Criterios de selección del producto audiovisual.*

<b>CRITERIO</b>	<b>JUSTIFICACIÓN</b>
<b>GÉNERO:</b> Película.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por la gran acogida que tienen las películas como medio de entretenimiento audiovisual.</li> <li>• Diversidad de contextos para estudiar el trasvase del humor.</li> </ul>
<b>IDIOMA:</b> Con versión doblada al español latino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porque la AD de una película se hace en la lengua de su banda sonora.</li> </ul>
<b>FORMATO:</b> Que la película tenga versión audiodescrita.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porque el estudio se centra en esta modalidad, la cual precisa más evidencia en el marco de la TAV.</li> </ul>
<b>FORMATO:</b> Que la AD también se encuentre en español latino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para que haya coherencia con el perfil del espectador ideal y con la versión doblada.</li> <li>• Para brindar evidencia de la traducción intralingüística en AD.</li> </ul>
<b>SUBGÉNERO:</b> Humorístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por las dificultades que representa para la AD, el trasfondo y la especificidad cultural del humor.</li> </ul>
<b>AÑO:</b> Producida a partir del año 2000.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porque se quiere realizar un estudio contemporáneo de supuestos contextuales y darle al estudio un carácter actual.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta al género del producto, se optó por trabajar con una película, debido a la gran acogida que estas tienen como medio de entretenimiento audiovisual. De igual manera, es importante recalcar que, en el momento en que se analiza el humor en una película, se tiene la ventaja de contar con diversos contextos que facilitan el estudio del trasvase del mismo, dada la variedad de escenas y extensión de dicho producto fílmico.

En lo que respecta al criterio concerniente al idioma, se consideró necesario que la película tuviera versión doblada al español latino, teniendo presente que la AD de una película se hace con base en la lengua de su banda sonora. Asimismo, otro criterio que se tuvo en cuenta fue que tuviera AD, y que la versión audiodescrita estuviera también disponible en español latino. Lo anterior, con una pretensión de coherencia entre el producto audiovisual, el diseño de audiencia y el espectador ideal. Además, la coherencia entre el idioma de la película y su AD (español latino) permitió explorar las particularidades no solo de la TAV como un tipo de traducción intersemiótica, sino intralingüística, aspecto novedoso del presente trabajo.

En relación con el subgénero de la película, se tuvieron en cuenta, como se mencionó anteriormente, los obstáculos que se presentan a la hora de traducir, y en concreto, de audiodescribir el humor, debido a la naturaleza del mismo. De ahí que, se eligiera la comedia o subgénero humorístico, dentro de los criterios de selección.

Finalmente, con la intención de realizar un estudio contemporáneo de supuestos contextuales, y darle al mismo un carácter actual, se decidió que las películas candidatas a corpus de análisis deben haber sido producidas a partir del año 2000.

## **9.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

Para la determinación de técnicas e instrumentos que presentamos a continuación, tomamos como punto de partida cada uno de los objetivos específicos, así como una aproximación general a los procedimientos llevados a cabo<sup>7</sup>. En conjunto, estos constituyen los pasos que dan cuenta del objetivo general de este estudio:

---

<sup>7</sup> Los procedimientos se detallan en el siguiente apartado de este trabajo.

**Objetivo específico N° 1:**

- *Identificar elementos potencialmente humorísticos para la clasificación de supuestos contextuales (SC) en un texto audiovisual.*

PROCEDIMIENTOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Visualización de película, esto es, la versión origen (VO), para identificar los segmentos potencialmente humorísticos asociados con la imagen.</li><li>• Escucha de la versión audiodescrita (AD) y sincronización con la película para identificar los mismos segmentos.</li><li>• Transcripción de escena y diálogos de VO y AD: contextualización.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Observación de la versión origen (VO).</li><li>• Contacto con la versión audiodescrita (AD).</li><li>• Reproductor de video y audio que permita sincronizar imagen y el sonido.</li><li>• Matriz de supuestos contextuales con base en el análisis propuesto por Martínez (2015).</li></ul>

**Objetivo específico N° 2:**

- *Establecer las características pragmáticas que presentan los supuestos contextuales (SC) en el texto audiovisual.*

PROCEDIMIENTOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificación de supuestos existentes (SE), supuestos contextuales (SC) y efectos en la VO.</li><li>• Identificación de SE, SC y efectos en la AD.</li><li>• Establecimiento de relaciones entre la VO y la AD, a partir del grado de relevancia de los SC y los efectos generados en cada versión.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Observación de la versión origen (VO).</li><li>• Contacto con la versión audiodescrita (AD).</li><li>• Reproductor de video y audio que permita sincronizar imagen y el sonido.</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificación de la manera en que se cumplen o no los efectos contextuales en la traducción intersemiótica ( semejanza interpretativa).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Matriz de supuestos contextuales con base en el análisis propuesto por Martínez (2015).</li> </ul>
--	---

**Objetivo específico N° 3:**

- *Presentar una propuesta de clasificación de los supuestos contextuales contenidos en el producto audiovisual, a partir de las características de los mismos.*

PROCEDIMIENTOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A partir de las características pragmáticas identificadas, proponer una caracterización de SC, en la que también se tenga en cuenta la información textual contenida en ellos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denominación propia de las características. Propuesta de caracterización de supuestos contextuales (SC) y sus respectivas definiciones.</li> </ul>

**9.7 PROCEDIMIENTOS**

Como ya se ha dicho, para Gutt (1989) la traducción es también un proceso comunicativo, ostensivo-inferencial, en el que concurren supuestos contextuales y supuestos existentes, y que el fundamento para que la comunicación sea un éxito es la relevancia. De acuerdo con esto, en su enfoque traductológico, manifiesta que en todo tipo de traducción existe un uso interpretativo del lenguaje, que debe ser consistente con la teoría de la relevancia, y que además debe transmitir el mismo mensaje que el texto original (Gutt,1989/2000). Por lo tanto, el traductor, debe reconocer las intenciones presentes en el producto original para expresarlas de la manera más exacta posible en el producto meta, lo que Villa (2015) reconoce como *semejanza interpretativa*.

El presente trabajo buscó analizar la manera en la que el audiodescriptor llevó a cabo dicha semejanza interpretativa en una película del género humorístico. Para ello, se estudiaron los *supuestos contextuales* tanto de la VO (versión origen), esto es, la versión doblada al

español del producto audiovisual; como los supuestos contextuales de la AD, para así determinar las características presentes en cada versión.

Cabe precisar que, los supuestos contextuales son la información nueva para la audiencia, que en la VO puede ser transmitida por el canal acústico o visual; y en la AD, es transmitida por el canal acústico.

Es necesario aclarar, además, que el objeto de estudio de esta investigación son los *supuestos contextuales*, sin embargo, los efectos también juegan un papel importante dentro del análisis, puesto que sirven como punto de referencia para establecer las relaciones entre los supuestos contextuales y los existentes, y así ayudar a especificar las características de los primeros.

A continuación, se presenta la secuencia de procedimientos llevados a cabo desde la conformación del corpus de análisis, hasta el análisis de los datos obtenidos.

1. En primer lugar, se visionó el producto audiovisual en búsqueda de segmentos potencialmente humorísticos con chistes visuales<sup>8</sup>. Para cada segmento potencialmente humorístico identificado en la versión origen (VO), se realizó la marcación de tiempo de entrada y salida, con el fin de identificar los mismos segmentos en la versión audiodescrita (AD).

2. Se conformó un listado con 13 segmentos potencialmente humorísticos con chistes visuales que se encontraron en la VO, y su respectivo segmento alineado de la versión AD. Posteriormente, se redactó la contextualización de las escenas, describiendo los acontecimientos que se presentan en cada una de ellas. Asimismo, se realizó la transcripción de los diálogos presentes en la VO y en la AD, visionando el producto y escuchando la audiodescripción.

---

<sup>8</sup> En el marco de este trabajo, entendemos como *chiste visual* aquel chiste cuyo factor humorístico viene proporcionado por la imagen. Zabalbeascoa (1993), distingue dos tipos de chistes visuales, aquellos que dependen solamente de la imagen, y aquellos resultantes de la unión entre imágenes y palabras.

3. Desde la perspectiva del analista como espectador ideal (Kovačič, 1995), y a partir de los conocimientos que comparten el emisor (productor) y receptor (audiencia), se redactaron los **supuestos existentes de la VO y la versión AD**. En el marco de este trabajo entendemos por ‘supuestos existentes’ aquella información que deberían haber adquirido previamente tanto emisor como receptor, y que se puede inferir a partir del contexto dado. En otras palabras, los supuestos existentes son esa información previa compartida entre emisor y receptor, como premisa verdadera, y que se infiere a través del contexto (en este caso la escena), necesaria para que se produzca un efecto, cuando se relaciona con uno o más supuestos contextuales.

4. Posteriormente, se redactaron y enumeraron los **supuestos contextuales de la VO y de la versión AD**. En el marco de este trabajo, entendemos por ‘supuestos contextuales’ la información nueva, es decir, sobre la cual el receptor del mensaje no tenía conocimiento previo. Dicha información viene proporcionada en la VO por los canales acústico y visual, mientras que en la AD es transmitida solamente a través del canal acústico. En el marco de la teoría de la relevancia, todas las películas encajan en modelo de comunicación ostensivo-inferencial, puesto que el emisor (director, guionista, etc.) tiene de antemano una intención de comunicar, en este caso a través del humor. Por lo tanto, los supuestos contextuales se redactan a partir de la información que sea nueva para el receptor. De este modo, a partir de la información que ofrece la escena se redactan y se enumeran las afirmaciones que transmite el texto audiovisual.

5. Con el fin de determinar los **efectos presentes en la VO**, se cruza cada uno de los supuestos contextuales de la VO con cada uno de los supuestos existentes. De igual manera, para determinar los **efectos presentes en la AD**, se hace el cruce entre cada uno de los supuestos contextuales de la AD con cada supuesto existente. En este cruce de información, se busca establecer algún tipo de relación o no, entre los supuestos. Dicha relación puede

manifestarse con efectos de *reforzamiento*, *contradicción* o la *creación* de un nuevo supuesto existente.<sup>9</sup>

6. Después, se compararon los **efectos** de ambas versiones, con la intención de determinar si se cumplen las mismas relaciones entre los supuestos contextuales y los supuestos existentes que conforman cada segmento potencialmente humorístico.

7. Finalmente, se incluyen comentarios de cada caso, siguiendo la metodología propuesta por Martínez (2015), consignando toda la información pertinente en la matriz propuesta.

Con la comparación de los efectos entre ambas versiones (VO y AD), se regresó nuevamente al objeto de estudio (supuestos contextuales), para ver sus características y describirlas. Posteriormente, se sugirió una clasificación en función de las relaciones con sus efectos correspondientes.

### 9.7.1 Sistematización De La Información

Para sistematizar la información extraída del producto audiovisual en su versión original y audiodescrita y así llevar a cabo el análisis, se diseñó una *matriz de segmentos humorísticos* (ver Anexo 1), que abarca los 13 segmentos que conforman nuestro corpus de análisis. Para cada segmento se extrajo la siguiente información, con base en la propuesta metodológica de Martínez (2015):

- **Tiempo VO (Tiempo versión original) y tiempo AD (Tiempo versión audiodescrita):** Se identificó el minuto y segundo exacto en el que se presentaba (inicio y fin) el segmento en cada versión de la película.
- **Contextualización (Descripción de la escena):** Esta permitió presentar el contexto situacional de la escena específica y los personajes para enmarcar el diálogo en el segmento.

---

<sup>9</sup> Estas nociones se explican en la sección de *Recapitulación de conceptos claves*.

- **Diálogo + AD (Transcripción del diálogo):** Se incluyeron las intervenciones de cada personaje, como se escucha en la versión original, así como las intervenciones del audiodescritor en la versión audiodescrita.
- **Supuestos Existentes VO y AD:** Se extrajeron los supuestos existentes, es decir, la información de base a partir de la experiencia del receptor ideal.
- **Supuestos contextuales VO:** Esto es, los hechos que describe la escena en la versión original por los canales visual y acústico.
- **Supuestos contextuales AD:** Es decir, la información que se percibe en la escena en la versión audiodescrita exclusivamente por el canal acústico.
- **Efectos Cognitivos VO:** En la versión original, se identificaron 3 posibles tipos de relaciones entre los SCVO (supuestos contextuales de la versión original) y los SE (segmentos existentes): De reforzamiento, de contradicción y de creación de un nuevo SE.
- **Efectos Cognitivos AD:** En la versión audiodescrita, de igual manera, se identificaron los 3 tipos de relaciones entre los SCAD (supuestos contextuales de la versión audiodescrita) y los SE (segmentos existentes).
- **Codificación:** Se incluyeron códigos del tipo SE1, para “*Supuesto Existente 1*”; SCVO1, para “*Supuesto Contextual Versión Original 1*”; y SCAD1, para “*Supuesto Contextual Versión Audiodescrita 1*”. La codificación continúa según el número de casos en cada categoría.
- **Comentarios VO y AD:** Finalmente, se incluyeron anotaciones específicas en el análisis de cada segmento o escena que conformaba el corpus de análisis.

A continuación, presentamos un ejemplo de un segmento potencialmente humorístico, que incluye la información descrita anteriormente. El mismo ejercicio se siguió para todos los segmentos identificados en el producto audiovisual:

Tabla 4. Ejemplo extraído de la Matriz de Segmentos Humorísticos.

<b>Segmento 11. Summer y sus ex parejas.</b>	
<b>TIEMPO VO</b>	50: 27 - 51:08
<b>TIEMPO AD</b>	47:16 – 47:58
<b>CONTEXTUALIZACION (DESCRIPCIÓN DE LA ESCENA)</b>	Tom le pide a Summer que le cuente sobre sus parejas pasadas. Summer empieza a contarle que salió con varias personas, entre ellas una mujer llamada ‘Charlie’ y un chico conocido como ‘El puma’, debido al tamaño de su pene.
<b>DIÁLOGO + AD</b>	<p><i>Summer:</i> Bueno, en mi escuela había un Marcus</p> <p><i>Tom:</i> Era el mariscal de campo del equipo</p> <p><i>Summer:</i> ¡No! Practicaba el remo. Era muy atractivo. Por un tiempo en la universidad salí con Charlie, era linda, pero...</p> <p><i>AD:</i> Tom imagina a los amantes de Summer</p> <p><i>Summer:</i> Luego vino mi semestre en Viena, Fernando Belardelli, (se ríe) conocido como ‘el puma’.</p> <p><i>Tom:</i> ¿‘El puma’?</p> <p><i>Summer:</i> Sí, el puma. Porque... tu entiendes.</p>
<b>SUPUESTOS EXISTENTES VO Y AD</b>	<p>SE1: Es común que, a lo largo de la vida, las personas hayan tenido diferentes parejas.</p> <p>SE2: Summer es una chica atractiva.</p> <p>SE3: En las películas, los mariscales de campo de un equipo suelen ser físicamente atractivos.</p> <p>SE4: Las mujeres atractivas suelen salir con hombres atractivos.</p> <p>SE5: ‘Charlie’ es un nombre de hombre.</p> <p>SE6: Summer es heterosexual.</p> <p>SE7: Las personas suelen ponerse apodos entre sí.</p> <p>SE8: Los apodos suelen estar relacionados con la apariencia física de las personas.</p> <p>SE9: Culturalmente, el sexo es un tema tabú, que las personas tienden a esconder.</p> <p>SE10: Tom y Summer están saliendo.</p>

<p><b>SUPUESTOS CONTEXTUALES VO</b></p>	<p>SCVO1: Summer le cuenta a Tom que, cuando estaba en la escuela, tuvo un novio que se llamaba Marcus.</p> <p>SCVO2: Tom supone que Marcus era el mariscal de campo del equipo.</p> <p>SCVO3: En la pantalla aparece la imagen de un apuesto mariscal de campo.</p> <p>SCVO4: Summer le dice a Tom que no, que Marcus practicaba el remo.</p> <p>SCVO5: Summer, en medio de un suspiro, dice que Marcus era muy atractivo. Sus gestos lo confirman.</p> <p>SCVO6: Summer le cuenta a Tom que, en la universidad, salió con Charlie.</p> <p>SCVO7: En la pantalla se ve una imagen de un hombre cantando con un micrófono en su mano. Al fondo se puede notar la silueta de una mujer, pero está borrosa.</p> <p>SCVO8: Summer dice que Charlie era linda.</p> <p>SCVO9: Tom hace un gesto de sorpresa.</p> <p>SCVO10: En la pantalla se muestra la misma imagen del hombre cantando y la chica al fondo, pero esta vez, se ve borroso el hombre y nítida la chica.</p> <p>SCVO11: Summer le dice a Tom que, cuando estuvo en Viena, salió con Fernando Belardelli, un chico al que apodaban el puma.</p> <p>SCVO12: Cuando Summer menciona el apodo "el puma" lo hace con una amplia sonrisa y un poco sonrojada.</p> <p>SCVO13: Tom le pregunta a Summer: ¿el puma?</p> <p>SCVO14: Summer responde afirmativamente, y dice: porque... tú entiendes, y continúa riendo.</p> <p>SCVO15: En la pantalla aparece la imagen de un hombre, con un pene que salta a la vista, por debajo de su pantalón.</p>
<p><b>SUPUESTOS CONTEXTUALES AD</b></p>	<p>SCAD1: Summer le cuenta a Tom que, cuando estaba en la escuela, tuvo un novio que se llamaba Marcus.</p> <p>SCAD2: Tom supone que Marcus era el mariscal de campo del equipo.</p> <p>SCAD3: Summer le dice a Tom que no, que Marcus practicaba el remo.</p> <p>SCAD4: Summer, en medio de un suspiro, dice que Marcus era muy atractivo.</p> <p>SCAD5: Summer le cuenta a Tom que, en la universidad, salió con Charlie.</p> <p>SCAD6: Summer dice que Charlie era linda.</p> <p>SCAD7: Tom imagina a los amantes de Summer</p>

	<p>SCAD8: Summer le dice a Tom que, cuando estuvo en Viena, salió con Fernando Belardelli, un chico al que apodaban el puma.</p> <p>SCAD9: Cuando Summer menciona el apodo "el puma", lo hace en medio de risas.</p> <p>SCAD10: Tom le pregunta a Summer: ¿el puma?</p> <p>SCAD11: Summer responde afirmativamente, y dice: porque... tú entiendes, y continúa riendo.</p>
<p><b>EFFECTOS COGNITIVOS VO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SCVO1, SCVO6 y SCVO11 <b>Refuerzan a SE1</b></li> <li>• SCVO1, SCVO2 <b>Refuerzan a SE2, SE3, SE4</b></li> <li>• SCVO3 <b>Refuerza a SE3</b></li> <li>• SCVO4 <b>Crea un nuevo SE (SE11)</b> (Marcus no era el mariscal de campo, practicaba el remo).</li> <li>• SCVO5 y SE2 <b>Refuerzan a SE4</b></li> <li>• SCVO1, SCVO6, SE5 y SE10 <b>Refuerzan a SE6</b></li> <li>• SCVO6 y SCVO7 <b>Crean un nuevo SE (SE12)</b> (El hombre de la foto es Charlie).</li> <li>• SCVO6 y SCVO7 <b>Refuerzan a SE5</b></li> <li>• SCVO8 y SCVO10 <b>Contradican a SE12</b></li> <li>• SCVO8, SCVO10 <b>Crean un nuevo SE (SE13)</b> (Charlie en realidad es la mujer en la imagen y no el hombre).</li> <li>• SCVO8, SCVO10 y SE13 <b>Crean un nuevo SE (SE14)</b> (Charlie puede ser un nombre de mujer).</li> <li>• SCVO6, SCVO8, SCVO9, SE6 y SE13 <b>Crean un nuevo SE (SE15):</b> Summer es bisexual.</li> <li>• SCVO6, SCVO8, SCVO9, y SE15 <b>Contradican a SE6</b></li> <li>• SCVO11, SCVO13 <b>Refuerzan a SE7</b></li> <li>• SCVO11, SCVO15 <b>Refuerzan a SE8</b></li> <li>• SCVO12, SCVO14 y SCVO15 <b>Refuerzan a SE9</b></li> </ul>
<p><b>EFFECTOS COGNITIVOS AD</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SCAD1, SCAD5 y SCAD8 <b>Refuerzan a SE1</b></li> <li>• SCAD1 y SCAD2 <b>Refuerzan a SE2, SE3 y SE4</b></li> <li>• SCAD3 <b>Crea un nuevo SE (SE11)</b> (Marcus no era el mariscal de campo, practicaba el remo).</li> <li>• SCAD4 y SE2 <b>Refuerzan a SE4</b></li> <li>• SCAD1, SCAD5, SE5 y SE10 <b>Refuerzan a SE6</b></li> <li>• SCAD6 <b>Crea un nuevo SE (SE13)</b> (Charlie en realidad es una mujer).</li> <li>• SCAD6, SE13 <b>Crean un nuevo SE (SE14)</b> (Charlie puede ser un nombre de mujer).</li> <li>• SCAD5, SCAD6, SE6 y SE13 <b>Crean un nuevo SE (SE15)</b> (Summer es bisexual).</li> <li>• SCAD5, SCAD6 y SE15 <b>Contradican a SE6</b></li> <li>• SCAD8, SCAD10 <b>Refuerzan a SE7</b></li> </ul>

<p><b>COMENTARIOS VO</b></p>	<p>En el presente segmento, se presentan dos momentos que dieron lugar al desencadenamiento del humor. El primero de ellos es cuando nos damos cuenta que Summer es bisexual. Como se puede apreciar en el efecto 6, la misma escena se encarga de reforzar el SE6, para después ser contradicho en el efecto 12. Cabe resaltar que, es la misma imagen en el SCVO7 y en el SCVO10, sin embargo, en SCVO7 ayuda a reforzar, de manera indirecta, a SE6; mientras que, en SCVO10 contradice, también de manera indirecta, a SE6. Asimismo, la expresión de Tom en SCVO9 acentúa el factor sorpresa, lo cual es el detonante del humor dentro de esta escena; ya que se detecta una relación inesperada entre dos elementos opuestos (SE6 y SE15).</p> <p>Por otra parte, en el efecto 15 no se hace mención de una forma directa al pene grande de Fernando Bernardelli, sin embargo, la imagen presentada en SCVO15 y el apodo "el puma", usado por Summer como eufemismo para referirse al tamaño de las partes íntimas de Fernando, son el detonante del humor en este caso.</p>
<p><b>COMENTARIOS AD</b></p>	<p>En la AD del presente segmento, se pierde en gran medida el primer chiste, ya que se carece de las imágenes que, en la VO, ayudan a reforzar, y después, a contradecir a SE6. Asimismo, no se cuenta con la imagen presente en SCVO9, que, en la VO, ayuda a detonar, en gran medida, el humor.</p> <p>Por otra parte, tampoco es posible contar con la imagen en la que se hace alusión al tamaño del pene de "el puma", por lo que el origen de su apodo es un misterio en esta versión, a diferencia de la VO en donde sí se aprecia esto. Por lo anterior, el segundo chiste presente en la VO, se pierde en la AD.</p>

Fuente: Elaboración propia

### 9.7.2 Caracterización De Supuestos Contextuales

La presente propuesta de caracterización de supuestos contextuales se hizo con base en la información transmitida por el producto audiovisual elegido para este estudio, y abarca los supuestos contextuales de la VO y de la AD. La propuesta de caracterización consiste en la denominación de categorías temáticas bajo las cuales se pueden agrupar los supuestos contextuales según su contenido y el papel que juegan dentro del producto audiovisual.

Para la extracción de las categorías que se presentan a continuación, se revisó cada uno de los SCVO (Supuestos Contextuales de la Versión Original), con el fin de identificar sus características y conocer el tipo de información que transmitían. Lo anterior, permitió

reconocer las similitudes y diferencias entre cada uno de los SCVO, lo que facilitó la creación de las categorías, pues cuando dos o más SCVO presentaban similitudes se incluían dentro de la misma categoría, pero si presentaban diferencias, se hacía necesario crear una nueva categoría, que abarcara sus características y tipo de información. De igual manera, se realizó el mismo procedimiento con los SCAD (Supuestos Contextuales de la Versión Audiodescrita), para después comparar el tipo de información que se presentó en cada una de las versiones, con la ayuda de las categorías ya creadas.

Antes de presentar las categorías resultantes de este análisis, es necesario destacar que, la Real Academia define *caracterizar* como "determinar los atributos peculiares de alguien o de algo, de modo que claramente se distinga de los demás". Por lo anterior, la caracterización que se presenta a continuación da respuesta a la pregunta de investigación planteada en este trabajo, pues, deja en evidencia las características que tienen los supuestos contextuales presentes en la audiodescripción del producto audiovisual humorístico analizado en este estudio.

Dicho lo anterior, se presenta, a continuación, la caracterización propuesta, producto de este estudio:

**I. SC relacionados con *Ubicación Espacial/Desplazamiento***

Supuesto contextual que indica el movimiento espacial y de direccionalidad de alguno de los personajes, en el espacio de la escena.

**II. SC relacionados con *Actividades o Acciones Intencionales***

Supuesto contextual que indica que alguno de los personajes está ejecutando una acción o actividad.

**III. SC relacionados con *Interrelación***

Supuesto contextual que manifiesta una relación objetiva, no verbal, entre los personajes de una escena. Se establece una relación Sujeto-Objeto indirecto. Se puede dividir en:

### **III. a) Preguntas y Respuestas**

Supuesto contextual que permite evidenciar cuando los personajes se hacen, y responden, preguntas objetivas entre sí.

### **III. b) Petición**

Supuesto contextual que indica cuando uno de los personajes hace una petición a otro.

### **III. c) Saludos y despedidas**

Supuesto contextual que indica cuando los personajes se saludan y se despiden, o dejan latente su intención de partir.

### **IV. SC relacionados con *Lenguaje Corporal***

Supuesto contextual que indica algún gesto o expresión, facial o corporal, de alguno de los personajes. Categoría física.

### **V. SC relacionados con *Estados de Ánimo y Actitudes***

Supuesto contextual que indica un sentimiento o estado anímico, implícito o explícito, de uno de los personajes. Disposición de ánimo manifestada de algún modo. Categoría emocional.

También, revela la postura de uno de los personajes frente a algo. Categoría de proyección sobre un suceso importante.

### **VI. SC relacionados con *Preferencia***

Supuesto contextual que revela los gustos e inclinaciones de alguno de los personajes. Categoría de introspección.

### **VII. SC relacionados con *Ambientación***

Supuesto contextual que indica o describe alguna imagen, sonido de fondo o silencios.

### **VIII. SC relacionados con *Denominación (sobrenombres)***

Supuesto contextual que indica un apodo calificativo de alguno de los personajes.

**IX. SC relacionados con *Reacciones Involuntarias***

Supuesto contextual que indica una respuesta física y espontánea de alguno de los personajes. Asimismo, esta categoría incluye supuestos contextuales que indiquen una situación que se presenta de manera involuntaria, como por ejemplo caídas o accidentes.

**X. SC relacionados con *Hechos y Realidades***

Supuesto contextual que describe situaciones que, aunque no se muestren en ninguna parte de la película, sucedieron en algún momento, y son verídicas para los personajes. Asimismo, esta categoría incluye supuestos contextuales que se muestren en alguna escena y sean ciertos para los personajes, o que se hayan mostrado en alguna parte de la película, y hayan sido retomados en determinado momento.

**XI. SC relacionados con *Lenguaje Soez y Contenido Sexual***

Supuesto contextual en el que un personaje utiliza un lenguaje vulgar o con contenido sexual. También, se refiere a imágenes alusivas a este tema.

**XII. SC relacionados con *Apariencia Física***

Supuesto contextual que describe o hace alusión al aspecto físico de alguno de los personajes.

**XIII. SC relacionados con *Negación***

Supuesto contextual en el que uno de los personajes responde negativamente, o se niega a realizar alguna acción

La caracterización de estas categorías, así como la clasificación de supuestos contextuales en las mismas permitió comprender de mejor manera la naturaleza pragmática de cada

segmento a la luz del producto audiovisual, así como las relaciones que se podían establecer con los efectos humorísticos causados.

Posterior a esta caracterización de supuestos, se procedió a realizar un análisis en tres niveles o fases: a nivel *intrasegmento*, esto es, analizando la información contenida al interior de un segmento; a nivel *intersegmento*, es decir, comparando la información obtenida por segmentos y extrayendo macrocategorías, y un análisis *teórico* de postulados, en el que se revisan los planteamientos de la teoría de la relevancia aplicada a la modalidad de audiodescripción en nuestro producto audiovisual humorístico. A continuación, presentamos los principales hallazgos en el capítulo de “Análisis y resultados”.

## 10 ANÁLISIS Y RESULTADOS

En el producto audiovisual seleccionado para este estudio, con una duración de 95 minutos, se evidenciaron en total 34 escenas en las que se pudo percibir el factor humorístico, o por lo menos un intento de este. Dichas escenas contenían chistes tanto verbales como no verbales. Sin embargo, para conformar nuestro corpus de análisis, se seleccionaron 14 segmentos potencialmente humorísticos de carácter visual (Zabalbeascoa, 1996), es decir que, en estos segmentos, la imagen es canal indispensable para la producción del chiste. Teniendo en cuenta lo anterior, podemos decir que, del 100% de los chistes contenidos en el producto audiovisual y percibidos por el *espectador ideal*, en términos de Kovačič (1995), el **41,2%** son chistes que involucran el canal visual como medio de transmisión para la audiencia. El hecho de que involucren el canal visual para transmitir información, ya es un riesgo para que se presenten dificultades en el proceso de audiodescripción, ya que, en el producto audiodescrito, hay ausencia de dicho canal. Cabe aclarar de estos 14 segmentos potencialmente humorísticos relacionados con chistes visuales, solo 13 de ellos ofrecían información complementaria mediante la AD. Por esta razón, el corpus de análisis está conformado por 13 segmentos potencialmente humorísticos de carácter visual (Zabalbeascoa, 1996), en los cuales VO se complementa con AD.

El análisis de los datos obtenidos se hizo en tres fases, a saber: **(I) análisis intrasegmento**, en el cual se analizó, caso por caso, cada uno de los 13 segmentos potencialmente humorísticos para identificar las características propias de cada escena; **(II) análisis intersegmento**, en el cual se consideraron globalmente los segmentos del corpus de análisis identificando casos en común y agrupándolos por macrocategorías; y finalmente, **(III) análisis de postulados de la teoría de la relevancia**, en el cual presentamos los principales aportes de dicha teoría y los revisamos a la luz de la modalidad de audiodescripción en nuestro producto audiovisual humorístico. Paralelamente, en cada fase del análisis se presentan resultados concretos, según las características de la modalidad y producto audiovisual bajo estudio.

## 10.1 ANÁLISIS INTRASEGMENTO

En este apartado presentaremos un análisis detallado de cada uno de los segmentos potencialmente humorísticos encontrados en el producto audiovisual, cuyo humor se encuentra relacionado con elementos o información proporcionados directamente por la imagen, esto es, el canal visual. Para algunos de los segmentos hemos incluido, además, imágenes de apoyo extraídas de la película.

Inicialmente, hablaremos de la cantidad de supuestos contextuales (SC) presentes en las dos versiones (original y audiodescrita) de cada segmento, así como, del número, tipo y frecuencia de aparición de las categorías (esto es, I. Ubicación espacial y desplazamiento, II. Actividades o acciones intencionales, III. Interrelación, etc.) que se manifiestan en cada versión. Posteriormente, discutiremos el cambio de categoría que se presenta en algunos SC debido al proceso de audiodescripción; además, examinaremos las categorías que comprenden los SC con mayor grado de relevancia, en función del efecto humorístico. Para terminar el análisis intrasegmento, se presentan los tipos de efectos generados, y los que fueron más representativos en cada una de las versiones. Toda la información relacionada con el análisis intrasegmento se encuentra consignada con mayor detalle en la matriz de supuestos contextuales (anexo 1).

### ***Segmento 1. Tom y Summer en el ascensor.***

*La escena muestra un edificio de oficinas. Los personajes principales de la historia, Tom y Summer, finalizan su jornada laboral. Ambos ingresan al ascensor, aunque no se han hablado antes. Tom está escuchando música con audífonos, parece no prestarle atención a Summer. Además, Tom piensa que Summer es antipática, por algo que le contó su compañero McKenzie.*

En este segmento se puede evidenciar menor número de supuestos contextuales en la VO (14), con respecto a la audiodescripción (16). Esto nos lleva a comprobar que para que se

transmita el mensaje solamente a través del canal acústico, se requiere más detalle en la descripción de la escena.

Por una parte, el número de categorías se conserva, y son las mismas, en ambas versiones: I. Ubicación espacial y desplazamiento, II. Actividades o acciones intencionales, III. Interrelación, III.a) Preguntas y respuestas, IV. Lenguaje corporal, V. Estados de ánimo y actitudes, VI. Preferencia, VII. Ambientación. Esto nos da pie para pensar que en este segmento se da una semejanza interpretativa entre las dos versiones.

Por otra parte, la frecuencia de aparición de algunas categorías varía de la VO a la AD, tal y como se muestra a continuación:

Primero, la categoría de *lenguaje corporal* aparece 6 veces en la VO, pero en la AD aparece 1 sola vez. Lo anterior, se debe a que, en la VO, el lenguaje corporal viene transmitido principalmente por la imagen, con la que no se cuenta en la AD. En este sentido, dicha información de carácter visual debería ser transmitida mediante el canal acústico; no obstante, el audiodescriptor sólo consiguió transmitir 1 vez la información perteneciente a esta categoría. Lo anterior, no representa la pérdida de 6 SC, al transmitir la información, puesto que algunos de ellos pertenecen a varias categorías al mismo tiempo. De la misma manera, lo anterior tampoco significa que no se haya perdido ningún SC, pues en el caso del SCVO5 hubo pérdida total del mismo, ya que estaba compuesto por información transmitida por el canal visual, que no fue posible evidenciar en el canal acústico.

Asimismo, la categoría de *estado de ánimo y actitudes* se encuentra 2 veces en la VO y 1 vez en la AD. Esto ocurre porque, en algunas ocasiones, la información contenida en esta categoría, también viene proporcionada en la imagen, y el audiodescriptor no consigue transmitirla de la misma manera, mediante el canal acústico. Por lo tanto, el SCVO5, al estar compuesto por información perteneciente a esta categoría, y a la anterior, se perdió totalmente en la AD.

Con respecto a la categoría de *ambientación*, ocurre algo diferente, ya que en la VO aparece 2 veces, mientras que, en la AD, se encuentra 5 veces. Lo anterior, a causa de que, en la VO,

la mayor parte de la información contenida en esta categoría hace alusión a sonidos no verbales, tales como el sonido de una campana. En cambio, en la AD, el audiodescriptor debe dar algo de información adicional, para intentar lograr una semejanza interpretativa, entre ambas versiones. Dicha información adicional tiene que ver, no solo con imágenes, sino también con sonidos y silencios, que son necesarios resaltar, para sopesar la pérdida del canal visual. En el caso de los silencios, cabe mencionar que la brevedad de los mismos constituye una limitación para la AD, pues de no ser extensos, no permitirán incluir información pertinente que describa la ambientación.

Lo anterior, se puede evidenciar en el SCAD5 y en el SCAD1, los cuales pretenden relevar una parte del SCVO9. Dado que, en la AD, no se puede ver el momento en que Tom se quita sus audífonos, el audiodescriptor opta por utilizar el silencio, y el aumento del sonido de la música, que en un principio era leve. Esto, con el fin de sugerir, a la audiencia, que Tom se retiró sus audífonos, y por lo tanto el sonido de la música puede ahora salir libremente.

Ahora bien, en el caso del SCAD3, el audiodescriptor decide dar a conocer a la audiencia, cuando el ascensor se pone en funcionamiento. No obstante, este SC resulta de poca, o ninguna, relevancia a la hora de entender el chiste, teniendo en cuenta que, no se encuentra involucrado en ninguno de los efectos generados. Conviene subrayar que, el SCAD3 se encuentra incluido dentro de la categoría de ambientación.

Se debe agregar que, hay algunos supuestos que, en la VO, pertenecen a ciertas categorías. Sin embargo, los equivalentes de estos SCVO, en la AD, no pertenecen a las mismas categorías. Asimismo, hay algunos SCVO que no tienen ningún equivalente en la AD. De manera que, se realizaron cambios significativos en la transmisión de los SCAD, con respecto a los SCVO, debido a la cantidad de información visual que tiende a perderse.

En términos de la Teoría de la Relevancia, los SCVO con mayor grado de relevancia para alcanzar el *efecto* humorístico fueron los clasificados en las categorías de ubicación espacial y desplazamiento; interrelación; preguntas y respuestas; lenguaje corporal; estado de ánimo y actitudes; y preferencia. Mientras que, en la AD, los SCAD con mayor grado de relevancia, en función de una semejanza interpretativa, estuvieron clasificados en las

categorías de ubicación espacial y desplazamiento; actividades o acciones intencionales; preguntas y respuestas; lenguaje corporal; estado de ánimo y actitudes; y preferencia.

Por lo que se refiere a los tipos de efectos generados, fueron los mismos en ambas versiones: de reforzamiento, de contradicción, y de implicación contextual. Sin embargo, el efecto más representativo, tanto en la VO como en la AD, fue el de **reforzamiento**, puesto que es el que aparece con mayor frecuencia.

### ***Segmento 2. Apodos en la escuela.***

*Summer y Tom entablan una conversación en la que mencionan los apodos que cada uno tenía cuando estaban en la escuela. Tom se sorprende por el apodo de Summer, y reacciona botando explosivamente su bebida, mientras que a ella parece incomodarle su reacción.*

Acerca del segmento 2, se puede decir que se conservó el mismo número de SC, en ambas versiones (9 SCVO y 9 SCAD). Lo anterior, no significa que no se haya perdido información relevante, pues no todos los SC se transmitieron exactamente de la misma forma en la AD, como en la VO. Así, en la AD algunos de los SC fueron transmitidos de manera parcial, sacrificando, en gran parte, la información transmitida por el canal visual.

Al mismo tiempo, ambas versiones mantienen igual número de categorías: I. Ubicación espacial y desplazamiento, II. Actividades o acciones intencionales, III. c) Saludos y despedidas, V. Estados de ánimo y actitudes, VII. Ambientación, VIII. Denominación (sobrenombres), IX. Reacciones involuntarias, X. Hechos y realidades.

En relación con la frecuencia de aparición de las categorías identificadas, en las 2 versiones del presente segmento la mayoría de ellas se mantienen intactas, con excepción de la categoría referente a los **Estados de Ánimo y actitudes**. Dicha categoría, se presenta 4 veces en la VO, y 3 veces en la AD. Considerando que, en el SCVO8, es posible notar la incomodidad de Summer gracias al canal visual, con la ausencia de este, en la AD, dicha

información se pierde. Sin embargo, dicha actitud de incomodidad, se puede percibir, en el SCAD6, gracias al tartamudeo en la voz de Summer. En otras palabras, la información contenida en esta categoría (estados de ánimo y actitudes), puede ser, en algunas ocasiones, transmitida a la audiencia, mediante la voz de los personajes, sin necesidad de la intervención del audiodescriptor.

Asimismo, la categoría de *ambientación* presenta, también, diferencias en cuanto a la frecuencia de su aparición, en ambas versiones. El hecho de que, esta categoría aparezca más veces en la AD (2) que en la VO (1), se debe a la necesidad de describir la información que, debido a la pérdida del canal visual, tiende a perderse en la AD. Esto, con el objetivo de que la audiencia meta (discapacitados visuales), puedan acceder a la información de manera similar a como lo hace la audiencia de la VO.

Por otra parte, es importante recalcar que, en su gran mayoría, los SCAD conservan la misma categoría a la que pertenecían en la VO. De ahí que, podamos señalar que la información se intentó transmitir de manera similar en ambas versiones; y que esto se hizo posible debido a la poca cantidad de información visual que tendía a desaparecer en la AD.

Todavía cabe señalar que, a la luz de la teoría de la relevancia, los SCVO que presentaron mayor grado de relevancia, con el fin de obtener el efecto humorístico, pertenecen a las categorías de estados de ánimo y actitudes; ambientación; denominación (sobrenombres); reacciones involuntarias; y hechos y realidades. De la misma manera, los SCAD involucrados en la tarea de lograr la semejanza interpretativa, pertenecen exactamente a las mismas categorías que los SCVO.

Finalmente, en cuanto a los tipos de efectos generados en el presente segmento, estos se mantuvieron intactos de versión a versión, lo que no quiere decir que hayan sido exactamente los mismos SC los que los generaron en cada versión. Esto se debe a que, en la AD, se requiere de información adicional para intentar equilibrar la pérdida de algunos elementos visuales, por lo que, para generar algunos efectos, se necesita mayor cantidad de SC en la AD que en la VO. Así que, los efectos generados en ambas versiones fueron de reforzamiento; de contradicción y de implicación contextual.

### ***Segmento 3. Tom se rinde con Summer.***

*Tom les dice a sus amigos que se rinde al pretender algo con Summer, porque ella no se fija en él, después de, según él, haberlo intentado muchas veces. Después, hay un flashback donde Summer les habla a Tom y a sus compañeros en la oficina.*

Por lo que se refiere a los SC, que se presentan en ambas versiones de este segmento, se puede constatar, que el número de ellos es mayor en la AD (9) que en la VO (8). Esto se debe a que, la información transmitida en el SCVO4 se divide en SCAD4 y SCAD5, teniendo en cuenta que, el audiodescriptor pudo aprovechar el silencio, que no fue tan breve en el SCAD4, para indicar que Summer se quedaba callada. Asimismo, en el SCAD5, optó por describir los gestos de Summer, que venían dados por la imagen, en el SCVO4. En otras palabras, en la VO, es posible transmitir varios códigos al mismo tiempo, ya que se cuentan con 2 canales que transmiten la información, el visual y el acústico. Por su parte, en la AD, al contar solo con el canal acústico, la información tiende a dosificarse, como en este caso. Esto quiere decir que, lo que en la VO constituye un solo SC, en la AD la misma información puede estar fragmentada en dos o más SCAD, lo que permite suponer que se requieren más detalles en la descripción de la escena.

Con respecto a las categorías encontradas en cada versión, en la AD, aparece una categoría de más, la categoría de ***ambientación***, con la que no se cuenta en la VO. Se hace necesario mencionar que, esta categoría está presente en dos SC, de la AD. Esto se debe a que, al no contar con la imagen en la AD, los sonidos, pero también los silencios se hacen más necesarios, a la hora de entender este segmento a cabalidad, y por lo tanto deben hacerse más evidentes, y en el caso de los silencios, aprovecharse para incluir información. Así, por ejemplo, en el SCVO6, es posible darse cuenta que Summer se marcha hacia la bodega gracias a la imagen. Sin embargo, en el SCAD7, esto no es posible, por lo que el sonido de unos pasos alejándose, cobra mayor relevancia.

A su vez, el resto de categorías que componen este segmento, se conservan en ambas versiones, con algunas diferencias en la frecuencia de aparición de una de ellas, en cada versión. Dichas categorías son: I. Ubicación espacial y desplazamiento, III. a) Preguntas y respuestas, IV. Lenguaje corporal y V. Estados de ánimo y actitudes.

Por lo que se refiere a la categoría del *lenguaje corporal*, en esta se presentaron cambios significativos, entre ambas versiones, puesto que, en la VO aparece 4 veces, y en la AD 1 vez. Como se ha explicado, anteriormente, esto se debe a la pérdida de los gestos transmitidos por el canal visual, con el cual no se cuenta en la AD.

Acerca de los SC que conforman cada versión, la mayoría de estos conservaron su categoría. Sin embargo, algunos de los SCVO, de la categoría de *lenguaje corporal*, pasaron a ser SCAD pertenecientes a la categoría de *ambientación*. Esto con el fin de equilibrar la información y poder generar los efectos de la forma más similar posible en ambas versiones. En ocasiones, algunos SC que, en la VO, pertenecían a dos categorías al mismo tiempo, pierden una de las categorías en la AD, lo que puede suponer una reducción en el efecto humorístico. Para corroborar lo anterior, sería prudente realizar un estudio de recepción.

En lo que respecta a las categorías que comprenden los SCVO con mayor grado de relevancia, en el presente segmento, son las siguientes: *lenguaje corporal y estados de ánimo y actitudes*. Por su parte, con la finalidad de lograr una semejanza interpretativa, las categorías que abarcan los SCAD que evidenciaron mayor grado de relevancia fueron: *lenguaje corporal; estados de ánimo y actitudes; y ambientación*. Por esta razón, se puede suponer que la categoría de ambientación juega un papel muy importante en la recuperación de la información que se pierde en la AD, a causa de la ausencia del canal visual.

En último lugar, en ninguna de las 2 versiones del presente segmento se generaron efectos de contradicción, pero si hubo efectos de reforzamiento y de implicación contextual, en los que predominaron los de reforzamiento. Dicho lo anterior, podemos inferir que hubo una

semejanza interpretativa del 100%, sin embargo, sería pertinente aplicar un estudio de recepción para verificar que el efecto humorístico se haya transmitido al mismo nivel.

#### ***Segmento 4. McKenzie convence a Tom de asistir al karaoke***

*Tom y McKenzie están en la oficina. McKenzie está tratando de convencer a Tom de asistir el sábado a un karaoke con sus compañeros de oficina.*

Para iniciar, se puede evidenciar que la cantidad de SC es la misma en las dos versiones. Además, en este segmento, se perdió muy poca información en la AD, ya que una parte se pudo percibir gracias a las voces de los actores. Asimismo, el audiodescriptor logró transmitir información perteneciente a las categorías de ***interrelación y lenguaje corporal***, mediante la categoría de ***ambientación***.

Otro punto es, la clase de categorías presentes en cada versión de este fragmento, que son las mismas, tanto en la VO como en la AD: III. Interrelación; IV. Lenguaje corporal; V. Estados de ánimo y actitudes; VII. Ambientación; X. Hechos y realidades; y XIII. Negación. Esto nos permite pensar que el audiodescriptor procuró conservar en la mayoría de los SCAD, el mismo tipo información presente en los SCVO.

Por otra parte, la frecuencia de aparición de las categorías, en cada una de las versiones, es prácticamente la misma, salvo en la categoría de ***lenguaje corporal***. Esta categoría aparece 2 veces en la VO y 1 sola vez en la AD, ya que, en esta última versión, se pierde la mirada sugestiva de uno de los actores.

Considerando que, en este segmento, la gran mayoría de SC conservan la misma categoría, de versión a versión; es probable que sea uno de los segmentos donde la información se preservó de la mejor manera posible.

A su vez, las categorías con mayor grado de relevancia, para originar el efecto humorístico en la VO, fueron las siguientes: ***Interrelación; Lenguaje corporal; Ambientación; Hechos***

*y realidades; y Negación*. Asimismo, con el objetivo de lograr una semejanza interpretativa entre ambas versiones, en la AD, las categorías que resultaron mayormente relevantes fueron las mismas que en la VO.

En términos de la teoría de la relevancia, aplicada a la traducción, es factible hablar de una semejanza interpretativa del 100%, en el presente segmento. Lo anterior, considerando que, se cumplieron los mismos 6 efectos, tanto en la VO, como en la AD. Asimismo, dichos efectos, están constituidos por los mismos SC, también en ambas versiones. No obstante, como se ha expresado, en múltiples ocasiones, es conveniente realizar un estudio de recepción, para comprobar la veracidad de lo aquí planteado. Hay que mencionar, además, que se generaron los 3 tipos de efectos posibles: de reforzamiento; de contradicción; y de implicación contextual, siendo el más representativo el efecto de implicación contextual.

#### ***Segmento 5. Paul y Summer se conocen en casa de Tom***

*Paul entra a la casa de su amigo Tom, gritando cosas sobre Summer, sin saber que ella también se encuentra allí. Después, cuando Paul ve a Summer, la situación se torna un poco incómoda.*

*Ilustración 1. Segmento potencialmente humorístico N° 5 del corpus de análisis*





*Fuente: Película '500 días con ella' (2009)*

En primer lugar, la cantidad de SCAD supera la cantidad de SCVO, 21 y 25, respectivamente. Esto, teniendo en cuenta que, como consecuencia de la pérdida del canal visual, la información debe fraccionarse y, de cierta forma, ser un poco más detallada, en la AD para denotar la evidente incomodidad de los personajes expresada en sus rostros. En otras palabras, mientras que, en la VO, la información se suministra de manera más rápida, debido a la interrelación de sus canales (visual y acústico); en la AD la información se va proporcionando de manera gradual, pues solo el canal acústico se encuentra disponible.

En segundo lugar, las clases de categorías presentes en ambas versiones son la mismas, es decir, que estas se conservaron, y no hubo necesidad de añadir categorías adicionales, ni tampoco hubo pérdida total de las mismas. Por lo tanto, las categorías que conforman el presente segmento son: I. Ubicación espacial y desplazamiento; II. Actividades o acciones intencionales; III. Interrelación; III. a) Preguntas y respuestas; III. b) Petición; III. c) Saludos y despedidas; IV. Lenguaje corporal; V. Estados de ánimo y actitudes; VII. Ambientación; X. Hechos y realidades; XI. Lenguaje soez y contenido sexual.

Ahora bien, la frecuencia de aparición de algunas categorías si presenta algunos cambios en la AD, con respecto a la VO. En particular, las categorías que presentaron dichos cambios fueron las siguientes: ***actividades o acciones intencionales; interrelación; lenguaje corporal; estados de ánimo y actitudes; y ambientación.***

Como se ha mencionado en segmentos anteriores, a causa de la fragmentación de la información, por la pérdida del canal visual, la categoría de ***actividades o acciones intencionales*** aparece 2 veces en la VO y 3 veces en la AD. Como se puede evidenciar, en el SCVO1, es posible saber que alguien está tocando la puerta de la casa de Tom, pues la imagen así lo muestra. Sin embargo, este mismo SCVO1 se convierte en los SCAD1 y SCAD2, pues, inicialmente, sólo se escucha el sonido de alguien llamando a la puerta (SCAD1), y después, el audiodescriptor indica que es Tom quien la abre (SCAD2).

Asimismo, la pérdida del canal visual no sólo suscita la fragmentación de la información, sino también la pérdida de la misma, tal y como sucede con las categorías de ***interrelación; lenguaje corporal; y estados de ánimo y actitudes.*** En vista de que, en algunas ocasiones, los silencios entre los diálogos son muy cortos, el audiodescriptor no siempre logra transmitir la totalidad de la información relacionada con miradas, gestos, expresiones, etc. y esto constituye una de las principales restricciones de la AD. Como se muestra a continuación, la información contenida en las categorías mencionadas disminuye, sobre todo, en la categoría de ***lenguaje corporal***, cuya frecuencia de aparición fue de 7 veces en la VO y 2 veces en la AD. De igual manera, la categoría de ***interrelación*** aparece 2 veces

en la VO y 1 vez en la AD; y, por último, la categoría de *estados de ánimo y actitudes* aparece 9 veces en la VO y 7 veces en la AD.

Por otro lado, a la categoría de *ambientación*, le ocurre totalmente lo opuesto, sin embargo, la causa es la misma: la pérdida del canal visual. Como se ha mencionado anteriormente, a parte de la descripción de las imágenes, los sonidos y silencios, cobran mayor relevancia en la AD. Por lo tanto, la frecuencia de aparición de esta categoría es de 1 vez en la VO y 5 veces en la AD, con el fin de contextualizar mejor a la audiencia meta. En contraste con lo anterior, existen algunos silencios que podrían estar mejor aprovechados por el audiodescriptor, si se diera una explicación más detallada de lo que ocurre en la escena. Por lo anterior, una vez más, se sugiere un estudio de recepción, para constatar qué es más relevante para la audiencia con la discapacidad, si los silencios o la información adicional, en función de la semejanza interpretativa.

Con respecto al cambio de categoría de los SC, de versión a versión, se puede decir que los que son sólo de diálogo conservaron su categoría intacta. Sin embargo, los SCVO que pertenecen a varias categorías, entre ellas alguna manifestada de manera visual, pasan a formar parte de la categoría de *ambientación*, o simplemente se pierde dicha categoría, cuando se convierten en SCAD.

En cuanto a las categorías de la VO que contienen los SC que presentan mayor grado de relevancia, teniendo en cuenta la cantidad de efectos en los que estuvieron involucrados, para producir el impacto humorístico, fueron las siguientes: *ubicación espacial y desplazamiento; lenguaje soez y contenido sexual; estados de ánimo y actitudes; preguntas y respuestas; hechos y realidades; ambientación; interrelación; y saludos y despedidas*. De igual modo, en la AD, las categorías que involucran SC con mayor grado de relevancia, en función de la semejanza interpretativa entre ambas versiones, fueron exactamente las mismas. Por lo que es posible afirmar que, en ambas versiones, se utilizó el mismo tipo de información para generar el efecto humorístico. No obstante, algunas de estas categorías en la AD, aunque sean las más relevantes de su versión, son un poco

menos más relevantes, con respecto a su equivalente en la VO. De lo anterior, podríamos suponer que, el efecto humorístico en la AD es menor que en la VO.

Para terminar, en ambas versiones se presentan las mismas 3 clases de efectos: de reforzamiento, de contradicción y de implicación contextual; con una predominancia de los supuestos de reforzamiento. Es necesario resaltar que, aunque la cantidad y los tipos de efectos son los mismos en ambas versiones, en la AD hay efectos que requieren mayor cantidad de SCAD, para poder generarse.

### ***Segmento 6. La familia de chinos en la alcoba.***

*Tom y Summer están en un centro comercial, empiezan a jugar y correr por todo el lugar. Cuando llegan a la sección donde hay camas, se acuestan en una de ellas y descubren que hay una familia de chinos observándolos.*

Inicialmente, el número de SC del presente segmento es igual en ambas versiones. Aunque, la mayoría de la información permanece intacta, una pequeña parte de esta se pierde, al ser transmitida por el canal visual. De manera puntual, nos referimos al SCVO4, cuyo equivalente en la AD es el SCAD4. En este SCAD4, el audiodescriptor opta por dejar el silencio de, aproximadamente, 5 segundos; sin incluir la información transmitida en el SCVO4.

Enseguida, con respecto a la cantidad de categorías que conforman este segmento, podemos decir que fue la misma, sin embargo, esto no significa que hayan sido el mismo tipo de categorías en ambas versiones. Así, por ejemplo, en la VO las categorías presentes son las siguientes: II. Actividades o acciones intencionales; III. Interrelación; IV. Lenguaje corporal; V. Estados de ánimo y actitudes; X. Hechos y realidades. Asimismo, las categorías que componen la AD del presente segmento son las siguientes: II. Actividades o acciones intencionales; III. Interrelación; IV. Lenguaje corporal; V. Estados de ánimo y actitudes; VII. Ambientación. Es decir, que, en la AD, se pierde la categoría de hechos y realidades, no obstante, esta es reemplazada por la categoría de ambientación.

Por lo que se refiere a la frecuencia de aparición de cada una de las categorías, en este segmento, para ambas versiones fue muy semejante, sin embargo, como se menciona arriba, la categoría de *hechos y realidades* no aparece en la AD. Al mismo tiempo, la categoría de *ambientación* no aparece en la VO. En ambos casos, la frecuencia de aparición de estas categorías es de 1 sola vez.

Por otra parte, en este segmento todas las categorías conservan la misma categoría, a excepción de las categorías mencionadas en el párrafo anterior. En este caso, el audiodescriptor optó por usar en la AD un silencio (*ambientación*), que en la VO corresponde al momento donde Summer y Tom voltean a ver y se encuentran con una familia de chinos observándolos. Lo anterior no implica que se pierda del todo esta información, pues más adelante, el audiodescriptor la retoma, para indicar que la familia de chinos está observando a Summer y a Tom con enojo.

Acerca de las categorías más relevantes de la VO, podemos afirmar que, debido a la cantidad de efectos en las que están involucradas, son las siguientes: *actividades o acciones intencionales; interrelación; y hechos y realidades*. Por su parte, en la AD, las categorías más relevantes son: *actividades o acciones intencionales; interrelación; y estados de ánimo y actitudes*. Es necesario mencionar que el SCAD 4, el cual contiene el silencio que se menciona en el párrafo anterior, no se encuentra involucrado en ningún tipo de efecto, por lo tanto, podemos decir que este SC no es relevante para cumplir con la semejanza interpretativa.

En último lugar, los tipos de efectos generados en la VO de este segmento son 2, de reforzamiento y de contradicción, donde predominan los efectos de reforzamiento. De la misma manera, en la AD se generan estos mismos tipos de efectos y también prevalecen los de reforzamiento.

### ***Segmento 7. Tom y Summer tienen sexo.***

*Tom y Summer tienen un encuentro sexual, después de esto, Tom se siente el hombre más feliz y afortunado.*

En primera instancia, es necesario mencionar que la cantidad de SCVO es menor que la cantidad de SCAD, 9 y 12, respectivamente. Lo anterior, se debe a la necesidad de, en la AD, hacer explícito lo que en la VO viene transmitido de manera visual, de forma que, la audiencia meta se pierda de la menor cantidad posible de información.

En segunda instancia, tanto el número como las clases de categorías resultantes son las mismas, para cada una de las versiones del presente segmento. De lo anterior, podemos deducir que el audiodescriptor no vio la necesidad de añadir ningún tipo de información adicional. Asimismo, se podría pensar que la información de la VO fue transmitida de la misma forma en la AD, y que no hubo ningún tipo de pérdida, sin embargo, esto no es del todo verdad. Baste como muestra de lo anterior, el SCVO8 y el SCAD8, pues, allí se evidencia la sustitución de la información original, por otra de menor relevancia. De ahí que, podamos deducir que existe la posibilidad de que el grado de efecto humorístico de la AD, en este fragmento, se haya visto afectado, en función de la semejanza interpretativa de la que se ha hablado. Se debe agregar que, los tipos de categorías presentes en ambas versiones de este segmento son: I. Ubicación espacial y desplazamiento; II. Actividades o acciones intencionales; III. Interrelación; III. c) Saludos y despedidas; IV. Lenguaje corporal; V. Estados de ánimo y actitudes; VII. Ambientación; XII. Apariencia física.

A su vez, la frecuencia de aparición de las categorías varía de manera significativa en las dos versiones, pues, algunas se presentan con mayor frecuencia en la VO que en la AD, y viceversa.

Para ser más específicos, la categoría de *actividades o acciones intencionales* se presenta 3 veces en la VO, mientras que, en la AD su frecuencia de aparición es de 2 veces. La disminución de esta categoría en la AD se da porque, debido a la pérdida del canal visual, el audiodescriptor decide incluir otro tipo de información, la cual corresponde a otro tipo de categoría. Tal es el caso, como se menciona anteriormente, del SCVO8 y el SCAD8. Asimismo, se presenta el caso, donde el audiodescriptor decide incluir silencios, que

corresponden a la categoría de *ambientación*, cuyo equivalente en la VO incluye información que pertenece a la categoría de *actividades o acciones intencionales*. De lo anterior, podemos decir que es posible que esto interfiera con el efecto humorístico de la AD, porque, como veremos más adelante, aunque la cantidad de efectos generados es la misma en ambas versiones, algunos se generan de forma diferente.

De manera semejante, la categoría de *interrelación* aparece 2 veces en la VO, y en la AD aparece 1 vez. Esto, podría ser un indicio de que el audiodescriptor, en algunas ocasiones, no está teniendo en cuenta el tipo de información que se transmite en la VO, para retransmitirla de la forma más similar posible en la AD. En este orden de ideas, es posible que esta situación afecte de manera negativa la semejanza interpretativa entre las dos versiones.

Como se ha podido observar en segmentos anteriores, la categoría que ayuda a recuperar la información perdida en la AD es la categoría de *ambientación*, por lo tanto, es común que presente mayor frecuencia de aparición en la AD que en la VO. Sin embargo, en el presente segmento, la categoría de *estado de ánimo y actitudes* se presenta con mayor frecuencia en la AD que en la VO, 3 veces y 1 vez, respectivamente. Existe la posibilidad de que lo anterior ocurra a causa de la ausencia de la imagen, ya que, el audiodescriptor necesita detallar más información, con el fin de obtener mejores resultados y generar el mismo efecto humorístico. Por lo tanto, el audiodescriptor opta por incluir algunos adjetivos, que ponen en evidencia el ánimo o las actitudes de los personajes.

Como se ha mencionado en el párrafo anterior, la categoría de *ambientación* es la más propensa a presentarse con mayor frecuencia en la AD que en la VO, ya que es la encargada de ofrecer más detalles de lo que ocurre en la escena. Es por esto que, en el presente segmento esta categoría aparece 2 veces en la VO y 3 veces en la AD. En este caso, la categoría mencionada obedece a silencios; sonidos, como el de una puerta que se abre; y descripción de imágenes.

Avanzando en nuestro análisis, la mayoría de SCVO cambian de categoría cuando pasan a formar parte de los SCAD. Asimismo, algunos de los SCVO que pertenecían a más de una

categoría, en el proceso de AD pierden una o más de una categoría. Hay que mencionar que, hay algunos SCVO que no pueden ser retransmitidos exactamente de la misma manera en la AD, por lo tanto, su información se transfiere a través de varios SCAD. Algunos de estos cambios de categoría se dan, en gran parte, debido a la forma en la que el audiodescriptor decide retransmitir la información contenida en la VO.

Con respecto a la relevancia de las categorías presentes en este segmento, podemos decir que las más relevantes en la VO son las siguientes: *Ubicación espacial y desplazamiento; actividades o acciones intencionales; interrelación; lenguaje corporal; estados de ánimo y actitudes; ambientación; y apariencia física*. Por otra parte, en función de una semejanza interpretativa, las categorías que evidencian mayor grado de relevancia son: *Ubicación espacial y desplazamiento; actividades o acciones intencionales; interrelación; lenguaje corporal; estados de ánimo y actitudes; ambientación; y apariencia física*. De lo anterior, podemos decir que, con respecto a las categorías, hubo un equilibrio en cuanto a su relevancia. Sin embargo, el SCAD9, perteneciente a la categoría de *actividades o acciones intencionales*, no se encuentra involucrado en ninguno de los efectos generados en esta versión. Por lo tanto, podemos suponer que, en este caso, el audiodescriptor no tuvo en cuenta la semejanza interpretativa ni la relevancia de los SCVO, para transmitir los SCAD.

Para finalizar, los efectos generados son los mismos en ambas versiones: de contradicción, de reforzamiento y de implicación contextual. En este segmento, predominan 2 tipos de efectos en ambas versiones: los de reforzamiento y los de contradicción. Sin embargo, esto no garantiza que se produzca el mismo grado de efecto humorístico en ambas audiencias, teniendo en cuenta que el audiodescriptor realizó cambios en la información contenida en algunos de los SCAD.

#### ***Segmento 8. Tom y Summer en la tienda de películas***

*Tom y Summer se encuentran en una tienda de películas. De repente, Summer toma a Tom de la mano y lo conduce hacia la sección de películas para adultos. Tom, al principio se*

*resiste, pero después se deja llevar. Cuando entran a esta sección, de allí sale un hombre que se ve un poco molesto por la presencia de Summer y de Tom.*

*Ilustración 2. Segmento potencialmente humorístico N° 8 del corpus de análisis.*





*Fuente: Película '500 días con ella' (2009)*

Primero, vamos a decir que, en este segmento, la cantidad de SC es mayor en la VO que en la AD, 5 y 4, respectivamente. Esta vez, posiblemente debido a la restricción de tiempo, el audiodescriptor decide omitir uno de los SCVO más relevantes que genera el efecto humorístico de la escena: el letrero de “sólo para adultos” y la reacción del sujeto que sale de la sala.

En segundo lugar, las categorías que conforman la VO del actual segmento son las siguientes: I. Ubicación espacial y desplazamiento; III. Interrelación; V. Estados de ánimo

y actitudes; VI. Preferencia; y XIII. Negación. Mientras tanto, las categorías que conforman la versión audiodescrita son: I. Ubicación espacial y desplazamiento; III. Interrelación; III.

a) Preguntas y respuestas; V. Estados de ánimo y actitudes; VI. Preferencia; y XIII. Negación.

Como se puede evidenciar, en la AD hay una categoría de más: **la categoría de preguntas y respuestas**. Esto ocurre porque, hay información, transmitida por el canal acústico, que en la VO pasa desapercibida, pues el canal visual proporciona información que permite entender, fácilmente, el contexto de la escena. Sin embargo, en la AD, al no contar con el canal visual, la información que pasa desapercibida en la VO, cobra mayor importancia, para ofrecer un panorama más detallado de lo que está sucediendo.

En tercer lugar, la frecuencia de aparición de las categorías es la misma en casi todas, a excepción de la categoría de **ubicación espacial y desplazamiento**, la cual aparece 3 veces en la VO y 1 sola vez en la AD. Esto ocurre porque, en ocasiones, a causa de la ausencia del canal visual, no es posible conocer la ubicación o el desplazamiento de los personajes, en la versión audiodescrita. Asimismo, cuando en el proceso de audiodescripción se pierde algún SC, como en el caso del SCVO4, es lógico que también se pierda la categoría a la cual pertenece.

Por otro lado, casi todos los SCAD conservan la categoría a la cual pertenecen sus equivalentes en la VO, sin embargo, no ocurre lo mismo con aquellos SCAD en los que el audiodescriptor decide añadir información adicional para detallar el contexto de la escena, ya que, dicha información pertenece a una categoría diferente.

El siguiente aspecto trata del grado de relevancia que presentan las categorías en las dos versiones de este segmento, así, por ejemplo, en la VO las más relevantes fueron las siguientes: **interrelación**, y **estados de ánimo y actitudes**. Por el contrario, las categorías de la AD en las que se evidencia mayor grado de relevancia son: **ubicación espacial y desplazamiento**, e **interrelación**. Como se puede observar, la categoría de **estados de ánimo y actitudes** no es tan relevante en la AD, como lo es en la VO, debido a la pérdida total del SCVO4 en la versión audiodescrita, el cual contiene información referente a dicha

categoría. Además, el SCVO4 es el detonante del humor en este segmento, por lo tanto, está involucrado en múltiples efectos en la VO.

Por último, pero no menos importante, la cantidad de efectos es menor en la AD que en la VO, 3 y 4, respectivamente. Lo anterior, se debe a la pérdida total del SCVO4 en la AD, pues es uno de los SC con mayor grado de relevancia, además, el detonante visual del factor humorístico. Los 3 primeros efectos de ambas versiones son de reforzamiento, mientras que el cuarto, que se genera sólo en la VO, es un efecto de implicación contextual. Asimismo, teniendo en cuenta la pérdida del SCVO4, los efectos de reforzamiento se originan de forma diferente en cada una de las versiones. De acuerdo con lo previamente dicho, podemos decir que la AD de este segmento no cumple con el objetivo de semejanza interpretativa. De igual manera, podemos afirmar que en esta versión audiodescrita el chiste visual se pierde, pues no hay imagen, ni tampoco un SCAD que describa la información que esta transmite.

### ***Segmento 9. Tom y Summer ven una película para adultos.***

*Tom y Summer están viendo una película para adultos. Summer le propone a Tom que imiten la escena que están viendo, por lo que se van a la ducha a intentarlo, y sufren una caída.*

Para empezar, vamos a decir que, en este segmento hay 5 SCVO y 4 SCAD. Lo anterior sucede porque, como en segmentos anteriores, la información transmitida por el canal visual en la VO no consigue ser retransmitida en la AD, lo que genera la pérdida del chiste, o como en este caso, el deterioro del mismo.

Por otra parte, las categorías generadas en ambas versiones del segmento son las mismas: II. Actividades o acciones intencionales; III. Interrelación; III. b) Petición; V. Estados de ánimo y actitudes; VII. Ambientación; IX. Reacciones involuntarias. Sin embargo, como veremos a continuación, la frecuencia de aparición de algunas de las categorías difiere entre

las dos versiones. Lo anterior, se debe a que algunos SCVO pierden parte de su información visual al convertirse en SCAD, modificando así, la frecuencia de aparición de las categorías con contenido visual, o acústico, como es el caso de la categoría de *ambientación*.

Como se dijo previamente, algunas categorías difieren en su frecuencia de aparición, en cada una de las versiones. Así, por ejemplo, la categoría de *actividades o acciones intencionales* aparece 5 veces en la VO y 2 veces en la AD. La razón para que esto ocurra es que, las acciones que están ejecutando los personajes, en esta escena, son transmitidas directamente por la imagen y no hay ningún indicio de ellas en los SCAD. Existe la posibilidad de que, la audiencia con discapacidad visual pueda llegar a inferir algunas de estas acciones o actividades, sin embargo, para poder dar una respuesta concreta, es necesario aplicar un estudio de recepción.

Ahora veamos, como la categoría de *ambientación*, presenta también ciertas diferencias entre ambas versiones, con respecto a su frecuencia de aparición. Como hemos podido apreciar, esta es una categoría que sirve para ayudar a sustituir la información que se pierde, por la falta de las imágenes. Asimismo, ayuda a destacar los sonidos y silencios que cobran mayor relevancia en la AD. En este caso, su frecuencia de aparición es de 1 vez en la VO y 3 veces en la AD, es decir, que esta categoría no es exclusiva de la AD, pues, también permite ambientar la VO de algunas escenas, como en este caso.

Por su parte, la frecuencia de aparición de las demás categorías permanece igual, todas aparecen solo 1 vez en las dos versiones.

Por lo que se refiere al cambio de categorías en este segmento, se da cuando alguno de los SC, que pertenece a más de una categoría en la VO, pierde alguna parte de su información, o esta sustituida por información de otra categoría. Asimismo, este cambio sucede cuando alguno de los SCAD requiere la ayuda de la categoría de *ambientación*, por alguna de las razones mencionadas previamente.

En relación con el grado de relevancia de las categorías, podemos decir que, en la VO, las categorías más relevantes fueron: *actividades o acciones intencionales, interrelación, estados de ánimo y actitudes, ambientación, y reacciones involuntarias*. Al mismo tiempo, las categorías que manifiestan mayor grado de relevancia en la AD fueron las mismas. Aunque, su frecuencia de aparición no sea la misma, los SCVO que son más relevantes coinciden, en términos de categoría, con los SCAD que son más relevantes.

En última instancia, aunque los efectos son los mismos en ambas versiones (de reforzamiento, de implicación contextual, y de contradicción), puede ser posible que el grado de efecto humorístico se vea afectado para la audiencia con discapacidad. Lo anterior, teniendo en cuenta la pérdida significativa de la información transmitida por la imagen, pues, aunque se haya recuperado parte de esta, con la ayuda de la categoría de ambientación, puede que no haya sido suficiente para lograr el efecto deseado.

### ***Segmento 10. Tom golpea a un desconocido***

*Tom y Summer están bebiendo una copa en un bar, de repente se acerca un hombre desconocido, que invita a Summer a tomar algo. Summer lo rechaza, y él empieza a tratar a Tom de una forma despectiva, por lo que Tom se molesta y terminan peleando a los golpes.*

En el presente segmento se encuentran 18 SCVO y 17 SCAD, pues, debido a la falta del canal visual, se perdieron algunos gestos, lo cual puede generar, en ocasiones, la pérdida de algún SCAD, como en el presente caso.

A su vez, las categorías generadas en cada una de las versiones no son las mismas. como se muestra a continuación, en la VO se manifiesta un número mayor de categorías que en la AD, lo cual posiblemente ocasione un detrimento o una pérdida significativa del efecto humorístico en la AD, con respecto a la VO.

Las categorías presentes en la VO son las siguientes: I. Ubicación espacial y desplazamiento; II. Actividades o acciones intencionales; III. Interrelación; III. a) Preguntas y respuestas; III. b) Petición; IV. Lenguaje corporal; V. Estados de ánimo y actitudes; y XIII. Negación. Por otra parte, las categorías que aparecen en la AD son: II. Actividades o acciones intencionales; III. Interrelación; III. a) Preguntas y respuestas; III. b) Petición; V. Estados de ánimo y actitudes; VII. Ambientación; y XIII. Negación. Como se puede apreciar, en la AD hay un número menor de categorías, como se dijo anteriormente, esto puede ocasionar alteraciones en la calidad del chiste, tales como una pérdida parcial del mismo.

Primero, la categoría de *ubicación espacial y desplazamiento* aparece 4 veces en la VO, mientras que en la AD desaparece totalmente. Lo anterior, se debe a que, en este segmento, el movimiento espacial y la direccionalidad de los personajes vienen proporcionados directamente por la imagen, y el audiodescriptor no retoma esta información en la versión audiodescrita.

Asimismo, la categoría de *lenguaje corporal* también desaparece totalmente de la AD, mientras en la VO, su frecuencia de aparición es de 4 veces. Como en la categoría anterior, esto se debe a que el audiodescriptor no retoma la información relacionada con las expresiones gestuales y corporales de los personajes, que siempre viene transmitida por la imagen en la VO.

Con respecto a la categoría de *ambientación*, se esperaría que, debido a la pérdida significativa de las categorías mencionadas anteriormente, su frecuencia de aparición fuera mucho mayor en la AD, con el objetivo de equilibrar la pérdida de información de esta versión, con respecto a la VO. Sin embargo, la frecuencia de aparición de esta categoría es de sólo 1 vez en la AD, y no alcanza a compensar la falta de información que ocasiona la pérdida de la imagen.

Por otro lado, en el presente segmento hay algunos gestos, que proporcionan información relacionada con las actitudes o los estados de ánimo de los personajes. Al ser los gestos un tipo de información que se proporciona a través de la imagen en la VO, algunos de ellos

tienden a desaparecer en la AD. Lo anterior, es lo que ocurre con la categoría de *estados de ánimo y actitudes*, en consecuencia, tiene una frecuencia de aparición de 9 veces en la VO y 7 veces en la AD.

En cuanto a las categorías restantes, todas presentan un número igual, con respecto a su frecuencia de aparición.

En relación con el cambio de categoría de los SC, teniendo en cuenta la notable pérdida de información en este segmento, algunos de los SCVO que pertenecían a más de una categoría, perdieron una de ellas cuando se convirtieron en SCAD.

Por su parte, las categorías que abarcan los SCVO que presentan un mayor grado de relevancia son la categoría de *ubicación espacial y desplazamiento*; la de *actividades o acciones intencionales*; y la de *preguntas y respuestas*. Por el contrario, las categorías que comprenden los SCAD más relevantes son las siguientes: la categoría de *actividades o acciones intencionales* y la de *ambientación*. Como es evidente, la única categoría que se conserva en esta situación fue la de *actividades o acciones intencionales*, pues, de omitir la información que contiene, se hubiera perdido el chiste en su totalidad. Asimismo, hay información que para la VO presenta un determinado grado de relevancia, sin embargo, para la AD, debido a sus condiciones, su relevancia no es la misma.

En lo que concierne a la cantidad de efectos que se generan, podemos afirmar que fue la misma en ambas versiones, no obstante, en la AD hubo algunos que se generaron con menor cantidad de SC. Lo anterior, nos permite inferir que, en efecto, la calidad del chiste en la AD tiende a disminuir, ya que disminuye la información con la que audiencia hace las conexiones, que llevan al efecto.

*Segmento 11. Summer y sus ex parejas.*

*Tom le pide a Summer que le cuente sobre sus parejas pasadas. Summer empieza a contarle que salió con varias personas, entre ellas una mujer llamada Charlie y un chico conocido como 'el puma', debido al tamaño de su pene.*

En la VO del presente segmento existen 15 SC, mientras que, en la AD sólo se pueden evidenciar 11. Lo anterior, tiene consecuencias significativas en la semejanza interpretativa de la AD, con respecto al efecto humorístico de la VO, pues como veremos más adelante, el chiste se pierde totalmente.

Asimismo, las categorías presentes en la VO son las siguientes: II. Actividades o acciones intencionales; III. a) Preguntas y respuestas; IV. Lenguaje corporal; V. Estados de ánimo y actitudes; VII. Ambientación; VIII. Denominación (sobrenombres); X. Hechos y realidades; XI. Lenguaje soez y contenido sexual; XII. Apariencia física; y XIII. Negación. Por el contrario, en la AD las categorías presentes son: II. Actividades o acciones intencionales; III. a) Preguntas y respuestas; IV. Lenguaje corporal; VIII. Denominación (sobrenombres); X. Hechos y realidades; XII. Apariencia física; y XIII. Negación. Como se puede evidenciar, en la VO existe mayor número de categorías que en la AD, 10 y 7, respectivamente.

Para iniciar, la categoría de *estados de ánimo y actitudes* aparece 1 vez en la VO, no obstante, en la AD no se encuentra presente. Lo anterior ocurre porque la información de esa categoría viene proporcionada por la imagen, pero en la versión audiodescrita no se incluye ese tipo de información, que viene transmitida por un gesto, y representa una actitud.

Igualmente, ocurre con la categoría de *ambientación*, la cual aparece 4 veces en la VO, sin embargo, en la AD no aparece ni una sola vez. En la VO del presente segmento hay varias imágenes, muy relevantes para generar el efecto humorístico, que no contienen ningún tipo de diálogo, y sirven para contextualizar la escena. No obstante, ninguna de estas imágenes fue transferida a la AD, con el mismo nivel de relevancia que en la VO, es por esto que la categoría de ambientación desaparece, por consiguiente, desaparece el efecto humorístico.

De igual forma, en la VO, la categoría de *lenguaje soez y contenido sexual*, comprende la imagen que desaparece totalmente en la AD, por lo tanto, desaparece también, esta categoría.

Por otra parte, hay categorías que, aunque estén presentes en ambas versiones, su frecuencia de aparición varía, como en el caso de la categoría de *actividades o acciones intencionales*, y la de *lenguaje corporal*.

Acerca de la categoría de *actividades o acciones intencionales*, su frecuencia de aparición es de 1 vez en la VO y 2 veces en la AD. Esto ocurre porque, algunas de las imágenes proporcionadas en la VO son transferidas a la AD, como si fueran una acción realizada por uno de los personajes, cuando en realidad, eran imágenes que complementaban la escena.

En cuanto a la frecuencia de aparición de la categoría de *lenguaje corporal*, es de 4 veces en la VO y 3 veces en la AD. Como se manifestó previamente, hay un gesto de uno de los personajes que se pierde, pues no es retomado en la AD, es por esto que, la frecuencia de aparición de esta categoría disminuye en la versión audiodescrita.

Por su parte, el resto de categorías que aparecen en este segmento, mantienen intacta su frecuencia de aparición en ambas versiones.

Por otro lado, hay algunos SC que cambian de categoría en el proceso de audiodescripción, pues la forma en cómo se transmiten en la VO, no es la misma forma en cómo se transmiten en la AD.

Con respecto a las categorías que comprenden los SCVO, que presentan un mayor grado de relevancia son: la categoría de *hechos y realidades*, de *ambientación*, de *apariencia física*, de *denominación (sobrenombres)*, de *lenguaje corporal*, de *estados de ánimo y actitudes*, y de *lenguaje soez y contenido sexual*. Por su parte, en la AD, las categorías que incluyen los SC con mayor grado de relevancia son: la categoría de *hechos y realidades* y de *apariencia física*. Como se puede evidenciar, en la AD, los SC son menos relevantes que en la VO, pues el número de efectos en los que se encuentran involucrados los SCAD es mucho menor que el número de efectos en los que se involucran los SCVO, por lo tanto, esto se ve

reflejado en las categorías que los abarcan. Lo anterior, nos permite suponer que la calidad del efecto humorístico disminuye en la versión audiodescrita, en comparación con la VO.

Finalmente, la cantidad de efectos generados en cada una de las versiones refleja lo que, en la AD, podría significar la pérdida total del chiste para la audiencia con discapacidad. En otras palabras, en la VO se generan 16 SC, mientras tanto, en la AD sólo se generan 10, lo que supone que, en términos de la teoría de la relevancia, la VO es mucho más relevante que la AD, y no hubo una semejanza interpretativa. Conviene subrayar que, los efectos generados en la VO son de reforzamiento, de contradicción y de implicación contextual, con una predominancia de los efectos de reforzamiento, al igual que en la AD. No obstante, en la AD se pierden 4 efectos de reforzamiento, 1 de contradicción y 1 de implicación contextual.

### ***Segmento 12. Tom se desahoga con Allison.***

*Summer ha terminado la relación que tenía con Tom. Tom, por su parte, sale con una chica en una cita a ciegas, organizada por sus amigos. Sin embargo, Tom le confiesa a la chica que aún sigue enamorado de Summer, ella lo escucha atentamente y le hace tres preguntas, que lo llevan a que se le ocurra una "gran idea".*

En el presente segmento, la cantidad de SCAD es ligeramente mayor que la cantidad de SCVO, 16 y 15, respectivamente. Lo anterior, no quiere decir que toda la información de la VO se haya transmitido totalmente en la AD, pues, como veremos a continuación, hay información que se pierde en el proceso de AD.

En relación con las categorías generadas en cada versión, podemos afirmar que en la VO las categorías presentes son: I. Ubicación espacial y desplazamiento, II. Actividades o acciones intencionales, III. Interrelación, III. a) Preguntas y respuestas, IV. Lenguaje corporal, V. Estados de ánimo y actitudes, VII. Ambientación, y XIII. Negación. Por su parte, en la AD, las categorías que se presentan son: II. Actividades o acciones intencionales, III. Interrelación, III. a) Preguntas y respuestas, IV. Lenguaje corporal, V. Estados de ánimo y actitudes, VII. Ambientación y XIII. Negación. Como se puede

apreciar, en la VO, hay una categoría de más: la categoría de ***ubicación espacial y desplazamiento***, que no es posible apreciar en la AD, pues viene transmitida por la imagen.

Posteriormente, como se evidencia a continuación, hay algunas categorías que reflejan una frecuencia de aparición diferente en cada una de las versiones, dichas categorías son: ***interrelación, lenguaje corporal, estados de ánimo y actitudes y ambientación***. El resto de categorías de este segmento, poseen la misma frecuencia de aparición en ambas versiones.

En primera instancia, la categoría de ***interrelación*** se manifiesta 4 veces en la VO y 6 veces en la AD. Esto se debe a que, hay algunos SCAD que son transmitidos de manera diferente a como se presentan en la VO. En otras palabras, es el audiodescriptor quien ha cambiado la manera de transmitir, en la AD, los SCVO; y se ha decidido por utilizar oraciones sencillas que incluyen una relación entre un sujeto y un objeto.

En segunda instancia, la categoría de ***lenguaje corporal***, manifiesta una frecuencia de aparición de 5 veces en la VO y sólo 1 vez en la AD. Como se evidencia en segmentos anteriores, esta categoría es de carácter visual, por lo que en ocasiones resulta un poco complejo, para el audiodescriptor, lograr transmitir toda la información de esta categoría, en la AD. Dicho de otra manera, el presente segmento posee momentos donde las expresiones faciales de los personajes son de gran relevancia para lograr el efecto humorístico, y debido a las restricciones de tiempo, resulta difícil, en el proceso de AD, comunicar de manera detallada toda la información referente a ellos. Por lo anterior, gran parte de la información contenida en esta categoría tiende a desaparecer.

En tercera instancia, con respecto a la categoría de ***estados de ánimo y actitudes***, teniendo en cuenta que en la VO algunos estados de ánimo y ciertas actitudes se transmiten visualmente, podemos decir que ocurre algo muy similar a lo que ocurre en la categoría anterior, aunque en menor grado, pues la frecuencia de aparición de la categoría presente es de 3 veces en la VO y 2 veces en la AD.

En última instancia, la categoría de **ambientación**, como es de esperarse, tiene una frecuencia de aparición mayor en la AD que en la VO, 2 y 3 veces, respectivamente, pues esta categoría ayuda a recuperar la información que podría perderse en el proceso de AD.

A su vez, el resto de categorías que constituyen la presente escena, conservan intacta su frecuencia de aparición en las dos versiones.

En cuanto a, el cambio de categoría de algunos SC, en el proceso de AD, ocurre debido a que, como se ha podido evidenciar en casos anteriores, algunos SCVO pierden parte de su información, por consiguiente, también pierden algunas de sus categorías, al convertirse en SCAD. Además, la forma en la que el audiodescriptor decida transmitir la información, también influye en este cambio, o pérdida de categorías, de algunos SC.

En relación con las categorías que comprenden los SCVO, que presentan un mayor grado de relevancia son: las categorías de **interrelación**; de **lenguaje corporal**; de **estados de ánimo y actitudes**; de **ambientación**; de **actividades o acciones intencionales**; y de **ubicación espacial y desplazamiento**. Por su parte, las categorías que comprenden los SCAD con mayor grado de relevancia son: las categorías de **interrelación**; de **estados de ánimo y actitudes**; de **ambientación**; de **actividades o acciones intencionales**; y de **negación**. Como se puede evidenciar, las categorías de **lenguaje corporal** y de **ubicación espacial y desplazamiento** no presentan la misma relevancia en la AD como en la VO, debido a su poca o ninguna aparición en la AD. Asimismo, la categoría de **negación** presenta un grado de relevancia superior en la AD, pues a la falta de otro tipo de información, proporcionado por la imagen, el audiodescriptor opta por aprovechar la información contenida en esta categoría, para lograr un efecto similar en la audiencia con discapacidad.

Por último, la cantidad de efectos generados es mayor en la VO que en la AD, 13 y 12, respectivamente, pues en la AD se pierde uno de los efectos de reforzamiento, en el cual se involucra información relacionada con los gestos de los personajes. En el presente segmento se manifiestan las tres clases de efectos existentes, en las dos versiones: de reforzamiento, de contradicción y de implicación contextual. Asimismo, es necesario

resaltar, que, debido a la pérdida de cierta información visual, algunos efectos también tienden a desaparecer en la AD, sin embargo, en el presente segmento, algunos SCAD pudieron relacionarse con SE, que en la VO no eran tan relevantes, para producir un efecto similar en la AD.

### ***Segmento 13. Summer y Tom asisten a una boda***

*En una escena pasada, Tom y Summer están en un parque, y Summer le dice a Tom que digan "pene". Ambos empiezan a decirlo, hasta que terminan gritando dicha palabra, y Tom acaba tapándole la boca a Summer, pues siente vergüenza de que las demás personas escuchen. En la presente escena, Tom y Summer asisten a una ceremonia de bodas. De repente, Summer le susurra a Tom la palabra "pene", pero Tom se niega a seguir nuevamente el juego.*

A pesar de ser un chiste asociado a la imagen, en el presente segmento no se incluye información adicional mediante la modalidad de audiodescripción. En otras palabras, la información que se percibe entre VO y AD es la misma.

### ***Segmento 14. Tom se queda mudo frente a la cámara***

*Los compañeros de oficina de Tom están hablando frente a la cámara sobre sus parejas y lo bien que se sienten a su lado. Sin embargo, cuando llega el turno de Tom, se queda en blanco y no sabe que decir.*

Como es posible evidenciar, la cantidad de SCVO es un poco mayor, que la cantidad de SCAD, 7 y 6, respectivamente. De lo anterior, podemos afirmar que el mensaje de la VO, no fue transmitido de la misma manera, en la versión audiodescrita.

Por lo que se refiere a las categorías presentes, en la AD hay una categoría de más: la categoría de VII. Ambientación, el resto de categorías presentes en ambas versiones son IV. Lenguaje corporal y VI. Preferencia. Asimismo, como se muestra a continuación, la

frecuencia de aparición de dos de ellas varía, de acuerdo a la versión en la que se encuentran.

Para iniciar, la categoría de *lenguaje corporal* es la que presenta mayor diferencia, de versión a versión, en cuanto a su frecuencia de aparición, pues, se manifiesta 4 veces en la VO, y 1 sola vez en la AD. Lo anterior ocurre porque, de los 4 SCVO que contienen información visual, solamente la información de uno de ellos, fue transmitida en la AD, sin entrar en detalle.

Enseguida, la categoría de *ambientación* manifiesta una frecuencia de aparición de 3 veces en la AD y ninguna vez en la VO. Como se ha dicho en diferentes ocasiones, esta categoría ayuda a describir imágenes, sonidos y silencios, que son relevantes para generar el efecto deseado en la AD. De ahí que, en el presente segmento, esta categoría aparezca más veces en la AD que en la VO.

Por su parte, la categoría de *preferencia* presenta la misma frecuencia de aparición, en ambas versiones, debido a que se manifiesta mediante el canal auditivo.

En el presente caso, es solamente una la categoría que comprende el SCVO, que presenta un mayor grado de relevancia, y es la de *lenguaje corporal*, pues los demás SCVO presentan el mismo grado de relevancia entre ellos, que es mucho menor que el que pertenece a esta categoría, en relación con los efectos en los que se encuentran involucrados. Mientras tanto, las categorías que comprenden el SCAD con mayor grado de relevancia son las categorías de *lenguaje corporal* y de *ambientación*, teniendo en cuenta que esta última ayuda a equilibrar la información que tiende a perderse en el proceso de audiodescripción. Es necesario resaltar que, en la AD, el SC más relevante presenta menos relevancia, en comparación con el SC más relevante de la VO.

Para finalizar, la cantidad de efectos generados en la VO es mayor que la cantidad de efectos que se generan en la AD, lo que nos permite afirmar que la información de la AD no es transmitida de la misma forma en la que se transmite en la VO. En la VO se generan 4 efectos de refuerzo, 1 de implicación contextual y 1 de contradicción, mientras que, en la

AD, se generan 3 de refuerzo, 1 de implicación contextual y 1 de contradicción. Es conveniente señalar que, el efecto que se pierde está relacionado con información relacionada con los gestos de los personajes, los cuales se transmiten mediante el canal visual.

De manera general, dada la cantidad de SC presentes en la VO (220) en comparación con la cantidad de SC en la AD (191), puede afirmarse que la versión audiodescrita del producto audiovisual bajo estudio se queda corta al presentar información de la trama a la audiencia. Esto debido a que se presenta menor información en forma de supuestos contextuales que permitan alcanzar el efecto humorístico deseado. No obstante, se evidencia un especial interés por compensar la falta de información que no proporciona el canal visual en lo relacionado con la *ambientación* de la escena, mediante un mayor número de supuestos contextuales de esta categoría en la AD. Esta descripción de la imagen a través del canal acústico permite a la audiencia tener un contexto para la comprensión de la escena.

A manera de síntesis, presentamos las características de los supuestos contextuales, asociados a cada segmento del corpus de análisis, así como el número de casos en cada categoría. De este modo, buscamos responder a la pregunta de investigación que rige nuestro estudio: ¿Qué características tienen los supuestos contextuales presentes en la audiodescripción del humor en un texto audiovisual?, la cual respondemos al determinar los atributos particulares de los SC en el producto audiovisual bajo estudio.

Tabla 5. Caracterización de Supuestos Contextuales (SC) en versión origen (VO) y versión audiodescrita (AD).

<b>Caracterización de supuestos contextuales</b>				
<b>Segmento N°</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>CARACTERIZACIÓN (N° de apariciones de cada categoría)</b>	
	<b>VO</b>	<b>AD</b>	<b>VO</b>	<b>AD</b>
<b>1</b>	14	16	I. Ubicación espacial y desplazamiento. (4) II. Actividades o acciones intencionales (1) III. Interrelación (3) III. a) Preguntas y respuestas (4)  IV. Lenguaje corporal (6) V. Estados de ánimo y actitudes (2) VI. Preferencia (3) VII. Ambientación (2)	I. Ubicación espacial y desplazamiento. (4) II. Actividades o acciones intencionales (1) III. Interrelación (3) III. a) Preguntas y respuestas (4)  IV. Lenguaje corporal (1) V. Estados de ánimo y actitudes (1) VI. Preferencia (3) VII. Ambientación (5)
<b>2</b>	9	9	I. Ubicación espacial y desplazamiento. (1) II. Actividades o acciones intencionales (1) III. c) Saludos y despedidas (2) V. Estados de ánimo y actitudes (4) VII. Ambientación (1) VIII. Denominación (sobrenombres) (2) IX. Reacciones involuntarias (1)  X. Hechos y realidades (2)	I. Ubicación espacial y desplazamiento. (1) II. Actividades o acciones intencionales (1) III. c) Saludos y despedidas (2) V. Estados de ánimo y actitudes (3) VII. Ambientación (2) VIII. Denominación (sobrenombres) (2) IX. Reacciones involuntarias (1) X. Hechos y realidades (2)
<b>3</b>	8	9	I. Ubicación espacial y desplazamiento. (2) III. a) Preguntas y respuestas (1) IV. Lenguaje corporal (4) V. Estados de ánimo y actitudes (3)	I. Ubicación espacial y desplazamiento. (2) III. a) Preguntas y respuestas (1) IV. Lenguaje corporal (1) V. Estados de ánimo y actitudes (3) VII. Ambientación (3)

4	11	11	<p>III. Interrelación (3)  IV. Lenguaje corporal (2)  V. Estados de ánimo y actitudes (2)  VII. Ambientación (1)  X. Hechos y realidades (3)  XIII. Negación (3)</p>	<p>III. Interrelación (3)  IV. Lenguaje corporal (1)  V. Estados de ánimo y actitudes (2)  VII. Ambientación (1)  X. Hechos y realidades (3)  XIII. Negación (3)</p>
5	21	25	<p>I. Ubicación espacial y desplazamiento. (2)  II. Actividades o acciones intencionales (2)  III. Interrelación (2)  III. a) Preguntas y respuestas (4)  III. b) Petición (1)  III. c) Saludos y despedidas (3)  IV. Lenguaje corporal (7)  V. Estados de ánimo y actitudes (9)  VII. Ambientación (1)  X. Hechos y realidades (3)  XI. Lenguaje soez y contenido sexual (2)</p>	<p>I. Ubicación espacial y desplazamiento. (2)  II. Actividades o acciones intencionales (3)  III. Interrelación (1)  III. a) Preguntas y respuestas (4)  III. b) Petición (1)  III. c) Saludos y despedidas (3)  IV. Lenguaje corporal (2)  V. Estados de ánimo y actitudes (7)  VII. Ambientación (5)  X. Hechos y realidades (3)  XI. Lenguaje soez y contenido sexual (2)</p>
6	6	6	<p>II. Actividades o acciones intencionales (1)  III. Interrelación (2)  IV. Lenguaje corporal (1)  V. Estados de ánimo y actitudes (1)  X. Hechos y realidades (1)</p>	<p>II. Actividades o acciones intencionales (1)  III. Interrelación (2)  IV. Lenguaje corporal (1)  V. Estados de ánimo y actitudes (1)  VII. Ambientación (1)</p>
7	9	12	<p>I. Ubicación espacial y desplazamiento. (2)  II. Actividades o acciones intencionales (3)  III. Interrelación (2)  III. c) Saludos y despedidas (2)  IV. Lenguaje corporal (1)  V. Estados de ánimo y actitudes (1)  VII. Ambientación (2)  XII. Apariencia física (1)</p>	<p>I. Ubicación espacial y desplazamiento. (2)  II. Actividades o acciones intencionales (2)  III. Interrelación (1)  III. c) Saludos y despedidas (2)  IV. Lenguaje corporal (1)  V. Estados de ánimo y actitudes (3)  VII. Ambientación (3)  XII. Apariencia física (1)</p>
8	5	4	<p>I. Ubicación espacial y desplazamiento. (3)  III. Interrelación (1)  V. Estados de ánimo y actitudes (1)  VI. Preferencia (1)  XIII. Negación (1)</p>	<p>I. Ubicación espacial y desplazamiento. (1)  III. Interrelación (1)  III. a) Preguntas y respuestas (1)  V. Estados de ánimo y actitudes (1)  VI. Preferencia (1)  XIII. Negación (1)</p>

<b>9</b>	8	7	II. Actividades o acciones intencionales (5) III. Interrelación (1) III. b) Petición (1) V. Estados de ánimo y actitudes (1) VII. Ambientación (1) IX. Reacciones involuntarias (1)	II. Actividades o acciones intencionales (2) III. Interrelación (1) III. b) Petición (1) V. Estados de ánimo y actitudes (1) VII. Ambientación (3) IX. Reacciones involuntarias (1)
<b>10</b>	18	17	I. Ubicación espacial y desplazamiento. (4) II. Actividades o acciones intencionales (3) III. Interrelación (4) III. a) Preguntas y respuestas (4) III. b) Petición (1) IV. Lenguaje corporal (4) V. Estados de ánimo y actitudes (9) XIII. Negación (3)	II. Actividades o acciones intencionales (3) III. Interrelación (4) III. a) Preguntas y respuestas (4) III. b) Petición (1) V. Estados de ánimo y actitudes (7) VII. Ambientación (1) XIII. Negación (3)
<b>11</b>	15	11	II. Actividades o acciones intencionales (1) III. a) Preguntas y respuestas (2) IV. Lenguaje corporal (4) V. Estados de ánimo y actitudes (1) VII. Ambientación (4) VIII. Denominación (sobrenombres) (3) X. Hechos y realidades (4) XI. Lenguaje soez y contenido sexual (1) XII. Apariencia física (2) XIII. Negación (1)	II. Actividades o acciones intencionales (2) III. a) Preguntas y respuestas (2) IV. Lenguaje corporal (3) VIII. Denominación (sobrenombres) (3) X. Hechos y realidades (4) XII. Apariencia física (2) XIII. Negación (1)
<b>12</b>	15	16	I. Ubicación espacial y desplazamiento. (1) II. Actividades o acciones intencionales (1) III. Interrelación (4) III. a) Preguntas y respuestas (3) IV. Lenguaje corporal (5) V. Estados de ánimo y actitudes (3) VII. Ambientación (2) XIII. Negación (3)	II. Actividades o acciones intencionales (1) III. Interrelación (6) III. a) Preguntas y respuestas (3) IV. Lenguaje corporal (1) V. Estados de ánimo y actitudes (2) VII. Ambientación (3) XIII. Negación (3)
<b>13</b>			No se tuvo en cuenta este segmento	
<b>14</b>	7	6	IV. Lenguaje corporal (4) VI. Preferencia (3)	IV. Lenguaje corporal (1) VI. Preferencia (3) VII. Ambientación (3)

Fuente: Elaboración propia

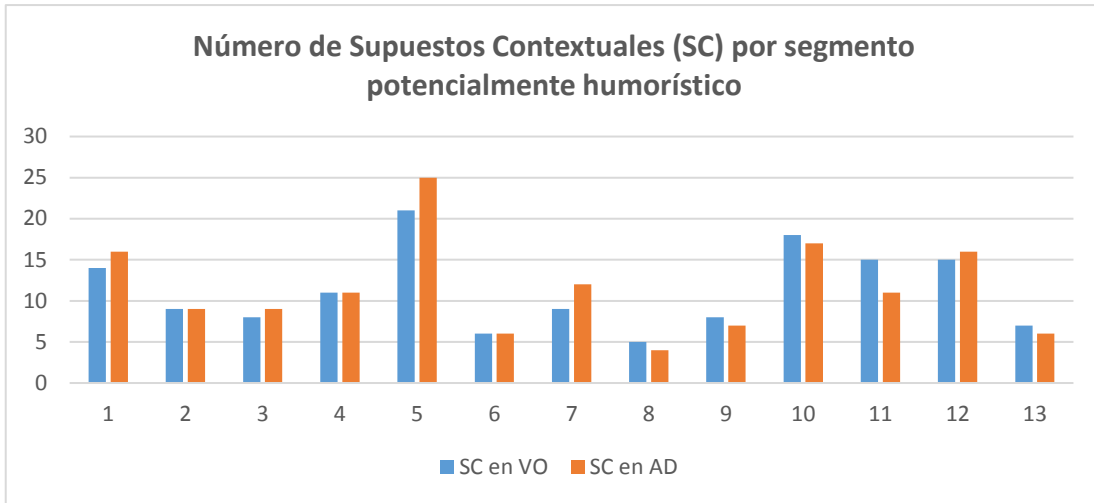
*Tabla 6. Número de casos por categoría de SC.*

	<b>VO</b>	<b>AD</b>
<i>I. Ubicación Espacial/Desplazamiento</i>	19	12
<i>II. Actividades o Acciones Intencionales</i>	18	16
<i>III. Interrelación</i>	22	22
<i>III. a) Preguntas y Respuestas</i>	18	19
<i>III. b) Petición</i>	3	3
<i>III. c) Saludos y despedidas</i>	7	7
<i>IV. Lenguaje Corporal</i>	38	12
<i>V. Estados de Ánimo y Actitudes</i>	37	28
<i>VI. Preferencia</i>	7	7
<i>VII. Ambientación</i>	14	30
<i>VIII. Denominación (sobrenombres)</i>	5	5
<i>IX. Reacciones Involuntarias</i>	2	2
<i>X. Hechos y Realidades</i>	13	12
<i>XI. Lenguaje Soez y Contenido Sexual</i>	3	2
<i>XII. Apariencia Física</i>	3	3
<i>XIII. Negación</i>	11	11
<b>TOTALES</b>	<b>220</b>	<b>191</b>

**Fuente: Elaboración propia**

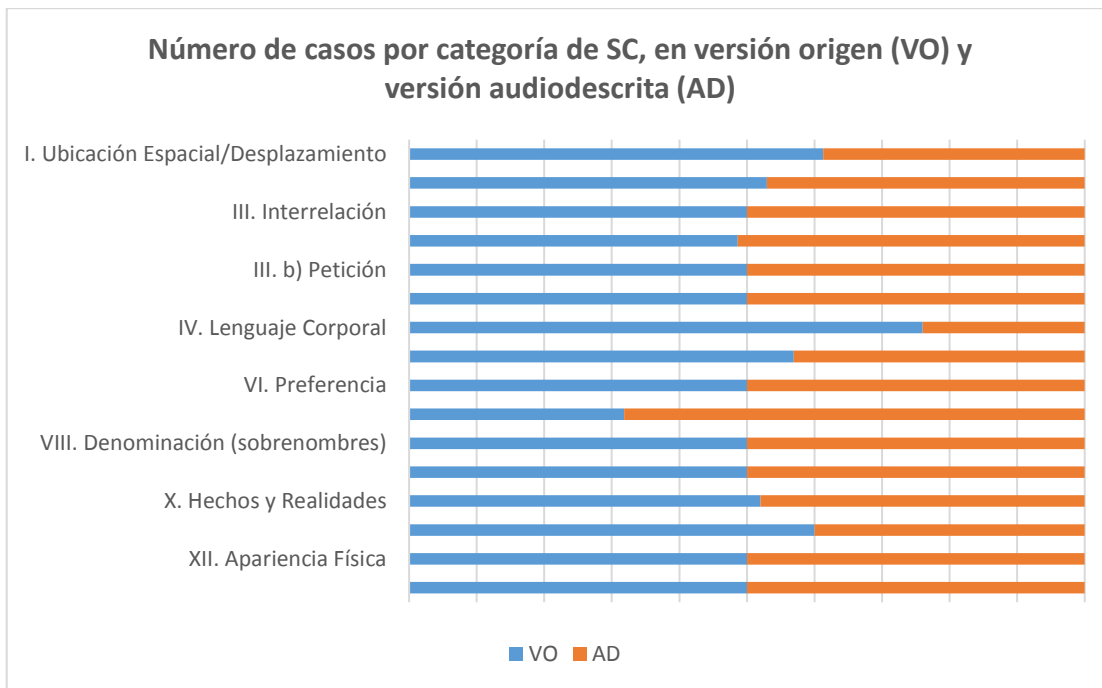
Asimismo, presentamos las siguientes gráficas con el fin de ilustrar la cantidad de supuestos contextuales en cada segmento, así como las categorías de SC más representativas en cada versión:

**Gráfica 1. Número de Supuestos Contextuales (SC) por segmento potencialmente humorístico.**



**Fuente: Elaboración propia**

**Gráfica 2. Número de casos por categoría de SC, en versión origen (VO) y versión audiodescrita (AD)**



**Fuente: Elaboración propia**

## 10.2 ANÁLISIS INTERSEGMENTO

Una vez realizado el análisis intrasegmento y tras haber identificado las características de los supuestos contextuales al interior de cada escena o segmento potencialmente humorístico, se hará un análisis global a la luz de 3 macro categorías que abarcan nuestro producto audiovisual como parte del análisis intersegmento. Estas 3 macrocategorías que definen el análisis intersegmento se presentan a continuación:

### **MACROCATEGORÍA N° 1: Casos en los que hay mayor cantidad de SCAD que de SCVO, lo cual implica una conservación de la información origen que permitiría alcanzar el efecto humorístico en cada versión, original y audiodescrita:**

En esta macrocategoría se presentan los segmentos en cuya versión AD existe mayor cantidad de SC en comparación con la VO. Esto quiere decir que los segmentos que se agrupan a continuación evidencian que la versión AD utiliza más elementos descriptivos de la imagen para poder lograr los efectos deseados en la audiencia invidente, que, según el producto audiovisual estudiado, es el humor.

Los segmentos que conforman esta macrocategoría son: 1,3,5,7,12; lo que equivale a un **38,4%** de la totalidad de los chistes visuales que involucran la imagen, esto es, más de una tercera parte del corpus de análisis. En esta macrocategoría, 4 de los 5 segmentos mencionados (30,8% de la totalidad de chistes visuales), presentan una semejanza interpretativa, pues en ellos se generan la misma cantidad de efectos, tanto en la VO como en la AD.

Asimismo, de acuerdo con la frecuencia de aparición de las categorías, en esta macrocategoría, podemos inferir que las personas con discapacidad visual tendrán un acceso reducido a la información relacionada con el *lenguaje corporal*. Lo anterior, teniendo en cuenta que dicha categoría, viene transmitida directamente por el canal visual, y tiende a perderse en el proceso de audiodescripción. Es necesario aclarar que, hay otras categorías cuya frecuencia de aparición también disminuye un poco en la AD, por ejemplo, *actividades o acciones intencionales*, y *estados de ánimo y actitudes*, entre otras, en comparación con la

VO. Sin embargo, se destaca la categoría del *lenguaje corporal* dado que la diferencia de aparición entre la VO y la AD es la más representativa, al ser la que presenta mayor diferencia de versión a versión.

Por otra parte, gracias a la categoría de *ambientación*, la audiencia no se perderá de toda la información que desaparece en la AD, ya que la frecuencia de su aparición, significativamente mayor en la AD que en la VO, es un indicio de que hay un intento por equilibrar ambas versiones, con respecto a la información que desaparece. Esto en consonancia con las recomendaciones habituales de los manuales de AD que sugieren situar siempre al receptor del producto audiovisual.

Por último, con respecto al efecto más representativo generado, en ambas versiones de la presente macrocategoría, podemos decir que es el de *reforzamiento*. Lo anterior, resulta interesante, puesto que un patrón que se encontró, con respecto a la manera en que se genera el humor en el producto audiovisual estudiado, es el reforzar constantemente un supuesto existente, para luego contradecirlo, y en ocasiones, viceversa. Esto conlleva a que se genere el efecto deseado, que es el humor manifestado a través de un chiste.

**MACROCATEGORÍA N° 2: Casos en los que hay igual número de SCAD que de SCVO, lo cual implica una conservación total o parcial de la información origen que permitiría alcanzar el efecto humorístico en cada versión, original y audiodescrita:**

En la presente macrocategoría se presentan los segmentos en los cuales existe la misma cantidad de SC, tanto en su VO como en su AD. En otras palabras, los segmentos que se muestran a continuación evidencian que las dos versiones utilizan la misma cantidad de elementos descriptivos de la imagen para poder lograr los efectos deseados en la audiencia invidente, que, según el producto audiovisual estudiado, es el humor.

En primer lugar, los segmentos que conforman esta macrocategoría son: 2,4,6, lo que representa un **23,2%** de la totalidad de los chistes visuales. De estos tres segmentos, se puede evidenciar que, en los tres se generan la misma cantidad de efectos, tanto en la VO

como en la AD. Por lo tanto, podría inferirse que en el 23,2% de la totalidad de los chistes visuales ocurre una semejanza interpretativa. Sin embargo, al igual que en la macrocategoría anterior, es conveniente tener en cuenta la calidad de dichos efectos, en un estudio de recepción, pues podría ser de mucha utilidad para ayudar a determinar su grado de relevancia en una audiencia con discapacidad visual.

Por otra parte, la categoría que se destaca, por su frecuencia de aparición, es la categoría de *ambientación*, que intenta recuperar una parte de la información que se pierde en categorías como *estados de ánimo y actitudes*, *lenguaje corporal* y *hechos y realidades*. Lo anterior, como resultado de la ausencia del canal visual. La recuperación de dicha información, tiene como objetivo principal, generar en la audiencia discapacitada, el mismo efecto que se genera en la audiencia original, el humor.

Finalmente, el efecto más representativo de la presente macrocategoría es el de *reforzamiento*, que, como su nombre lo indica, es el que fortalece algún conocimiento, pensamiento o idea previa de la audiencia.

### **MACROCATEGORÍA N° 3: Casos en los que hay menor cantidad de SCAD que de SCVO, lo cual implica una pérdida de la información que permitiría alcanzar el efecto humorístico en cada versión, original y audiodescrita:**

Por último, en esta macrocategoría se agrupan los segmentos en cuya versión AD existe menor cantidad de SC en comparación con la VO. Esto quiere decir que la versión AD utiliza menos elementos descriptivos de la imagen por lo que se alcanzan parcialmente los efectos deseados en el público invidente, reduciéndose así la semejanza interpretativa entre el producto original y su AD.

La presente macrocategoría se encuentra constituida por los segmentos 8,9,10,11,14 lo que equivale a un **38,4%** de la totalidad de los chistes visuales. De los 5 segmentos que componen esta macrocategoría, sólo en 2 se generan una misma cantidad de efectos entre las

dos versiones, lo que representa un 15,4% de la totalidad de los chistes en los que se evidencia una semejanza interpretativa.

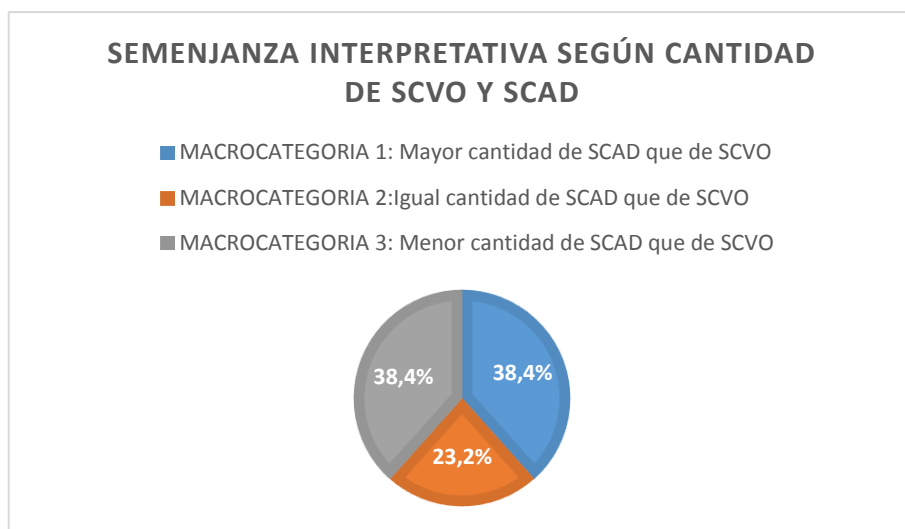
En relación con las categorías y su frecuencia de aparición, la categoría destacada es la de *lenguaje corporal*, puesto que presenta una reducción significativa, en cuanto al número de veces que se presenta en cada versión. Asimismo, al igual que la categoría anterior, la categoría de *ubicación espacial y desplazamiento* se muestra con mayor frecuencia en la VO que en la AD, teniendo en cuenta que son categorías que se transmiten principalmente por el canal visual, y que, en ocasiones, el audiodescriptor no consigue transmitir en la versión audiodescrita. Por esta razón, la audiencia con discapacidad visual no va a tener el mismo acceso, que la audiencia sin discapacidad, a toda la información contenida en estas dos categorías.

Por su parte, la categoría de *ambientación* intenta cumplir la función de equilibrar la AD brindando un contexto temporal y espacial para que la audiencia comprenda la escena. Sin embargo, también se evidenció que cuando esta categoría aumenta en la VO, pero disminuye en la AD, la semejanza interpretativa también disminuye.

Para finalizar, el efecto más representativo en esta macrocategoría es el de *reforzamiento*, al igual que en las dos macrocategorías anteriores.

A manera de síntesis, presentamos la siguiente gráfica que ilustra la semejanza interpretativa entre VO y AD, en función de la cantidad de supuestos contextuales en cada versión:

*Gráfica 3. Similitud interpretativa según cantidad de SCVO Y SCAD*



*Fuente: Elaboración propia*

### **10.3 ANÁLISIS DE POSTULADOS DE LA TEORÍA DE LA RELEVANCIA**

Tras haber realizado un análisis profundo de cada uno de los segmentos pertenecientes a nuestro corpus de análisis, y tras haber conformado tres macrocategorías, a partir de la cantidad de SC presentes en las versiones audiodescritas de cada uno de estos segmentos, nos disponemos a analizar estos resultados a la luz de la *teoría de la relevancia* (Sperber y Wilson, 1986/2004; Gutt, 1989/2000). Para esto, hemos tomado los principales postulados que conforman dicha teoría, y, a partir de ellos, hemos formulado unas preguntas orientadoras, que nos permitieron evidenciar si estos postulados se cumplen o no, en los resultados del presente estudio. Cabe aclarar que estos postulados teóricos dan cuenta no solo de los supuestos contextuales en tanto componentes del producto audiovisual, sino de aspectos relacionados como el rol del audiodescriptor, la naturaleza de la audiodescripción, el reconocimiento de intenciones, producción de expectativas, entre otros.

Tabla 7. Postulados y preguntas orientadoras.

	POSTULADOS TEÓRICOS	PREGUNTAS ORIENTADORAS
1	El traductor de un texto audiovisual de carácter jocoso se <b>transforma también en humorista</b> , pues es su responsabilidad <b>reconstruir un contexto</b> , una situación, unos personajes, etc. para una nueva audiencia, <b>a través de unos códigos diferentes</b> (Fuentes, 2000) <sup>10</sup> .	Teniendo en cuenta el carácter jocoso del producto, las limitaciones de la audiencia y el canal de transmisión de la información ¿Cumple el audiodescriptor el papel de humorista, en la reconstrucción del contexto; la situación y los personajes?
2	Una película audiodescrita debe <b>concebirse como un todo interconectado</b> , pues los espectadores no están expuestos únicamente a la narrativa, sino también a los sonidos y diálogos. (Martínez, 2015) La audiodescripción de una película <b>no debe considerarse una parte intrínseca de la misma</b> , por lo que debe mantenerse apartada de los demás elementos que la componen (Orero y Wharton, 2007)	¿Cómo se concibe la AD, como un <b>todo interconectado</b> (Martínez, 2015) o como una <b>parte extrínseca</b> de la película (Orero y Wharton, 2007)?
3	Primera tesis de Grice: La comunicación humana está basada en <b>la expresión y el reconocimiento de intenciones</b> (Grice, 1989).	¿Se <b>expresa</b> y se <b>reconoce la intención</b> en la AD del producto audiovisual como condición para la comunicación?
4	Segunda tesis de Grice: Para la <b>comprensión</b> del mensaje emitido por el hablante, el receptor es orientado por una serie de <b>expectativas</b> , que se producen automáticamente	¿En la AD se orienta a la audiencia, a través de expectativas que se producen de manera automática? ¿Se producen automáticamente expectativas que orientan a la audiencia de la AD?
5	Las <b>expectativas</b> de relevancia se generan únicamente cuando el <b>input ha sido relevante</b> para el receptor. (Sperber y Wilson, 2004)	¿Fue el <b>input relevante</b> para la audiencia?
6	Las expectativas de relevancia generadas por el enunciado deben ser tan <b>concisas y predecibles</b> que puedan, fácilmente, llevar al receptor al significado transmitido por emisor (Sperber y Wilson, 2004)	¿Fueron las expectativas concisas y predecibles? ¿Las expectativas llevaron, fácilmente, al receptor, a entender el significado transmitido por el emisor?
7	Un input, ya sea una imagen; un sonido; un enunciado o un recuerdo; es relevante para un sujeto cuando se relaciona con el	¿Se relacionó el input con el conocimiento previo de la audiencia?

<sup>10</sup> A pesar de que la postura de Fuentes (2000) se ubica en el plano de la traducción interlingüística, destacamos el rol que pueda tener el traductor (audiodescriptor) en la audiodescripción como un tipo de traducción intersemiótica, y nos acogemos al enfoque de traducción como acto de comunicación. Por lo tanto, asumimos que el audiodescriptor funge como un puente entre culturas, y asumimos que en su labor también tiene como misión reconstruir contexto a través de códigos diferentes.

	conocimiento previo que este posee, dando lugar a un conjunto de resultados que son de su interés (Sperber y Wilson, 2004).	¿La relación de este input con el conocimiento previo, generó algún resultado? ¿cuál o cuáles? ¿El input alteró la información previa del receptor?
8	Cuanto <b>mayor sea la cantidad de efectos cognitivos, mayor será también el grado de relevancia</b> del input (Sperber y Wilson, 2004).	¿la cantidad de efectos es la misma en la VO y en la AD? ¿Cuáles inputs fueron más relevantes en cada versión?  ¿En qué proporción se relacionan los efectos cognitivos y el grado de relevancia?
9	A <b>mayor incumplimiento de expectativas</b> producidas por los supuestos contextuales, <b>menor será la relevancia</b> del input. (Sperber y Wilson, 2004).	¿Cuáles inputs fueron menos relevantes para la detonación del humor en la AD?  ¿Qué expectativas se cumplieron y cómo afecta esto la relevancia del input?
10	El emisor emite un estímulo ostensivo para llamar la atención del receptor y transmitir un significado; el receptor, deberá entonces <b>inferir</b> lo que el emisor <b>pretende</b> significar: “Todo estímulo ostensivo conlleva una presunción de relevancia óptima propia” (Sperber y Wilson, 2004),	¿Es suficientemente <b>ostensivo</b> el estímulo para llamar la atención del receptor y lograr la transmisión del <b>significado</b> ? ¿Logra ser relevante?
11	Los supuestos contextuales pueden ser emitidos de forma <b>implícita</b> o <b>explícita</b> . (Gutt,1989)	¿Cómo se transmiten los supuestos contextuales, de manera <b>implícita</b> o <b>explícita</b> ? ¿Cuáles SC fueron transmitidos de forma implícita y cuáles de forma explícita? ¿Se transmiten de la misma manera en ambas versiones?
12	Es deber del traductor <b>construir un input ostensivo verbal</b> que sea fiel a los supuestos contextuales relevantes del original, para que sean transmitidos a los receptores de la lengua meta (Gutt, 1989).	¿El input construido por el audiodescriptor es fiel a los supuestos contextuales <b>RELEVANTES</b> del producto original?
13	El objetivo del traductor es lograr una <b> semejanza interpretativa</b> entre ambos textos, el origen y el meta. (Villa, 2015)	¿Se logra la <b> semejanza interpretativa</b> entre VO y AD? ¿En qué grado?

Fuente: *Elaboración propia*

A continuación, se presentan los hallazgos resultantes de lo previamente planteado, a la luz de cada pregunta orientadora:

1. El audiodescriptor, más que cumplir con el papel de un humorista, es un facilitador de supuestos contextuales y con ello, de efectos. Lo anterior, teniendo en cuenta que, en los resultados obtenidos en el presente estudio, no se evidencia al audiodescriptor como productor de humor de manera deliberada, en cambio, si se puede evidenciar su rol como proveedor de la información que tiende a perderse, debido a la ausencia del canal visual.
2. De acuerdo con el análisis realizado en el presente estudio, la audiodescripción de este producto se concibe como un todo interconectado, ya que está sujeta a los diálogos y sonidos del mismo. En vista de lo anterior, resultaría una tarea demasiado compleja entender la audiodescripción de una manera aislada, es decir, sin exponerse, también, a los diálogos y sonidos del producto.
3. La intención, en la AD, intenta ser expresada, usando medios iguales o diferentes para obtener los mismos fines. Sin embargo, no sabemos si, en realidad, se reconoce esa intención. Con el fin de comprobar el reconocimiento de intenciones, por parte de la audiencia con discapacidad, es necesario llevar a cabo el estudio desde la recepción.
4. Al igual que sucede con el reconocimiento de intenciones, no es posible establecer, mediante este estudio, si las expectativas que se producen de manera automática se cumplen, para orientar a la audiencia con discapacidad visual. Por lo tanto, se hace indispensable realizar un estudio de recepción, que permita dar respuesta a los interrogantes que surjan, desde la audiencia, y no desde el producto.
5. Hay indicios, desde el producto (como el equilibrio de los efectos, entre ambas versiones), que permiten inferir que el *input* sí es relevante. Sin embargo, de la misma forma que ocurre con otros aspectos relacionados con la audiencia, es necesario llevar a cabo el estudio desde la recepción, para verificar su relevancia.
6. Desde el papel de espectador ideal, es posible dar cuenta de que, en su mayoría, las expectativas fueron concisas, predecibles y se pudo entender fácilmente su significado. Sin embargo, al ser este un aspecto relacionado, más que todo, con la audiencia, es necesario llevar a cabo el estudio desde la recepción de personas invidentes.

7. Efectivamente, el *input* se relacionó con el conocimiento previo de la audiencia. Por ejemplo, cuando reforzaban un SC que se creaba dentro del segmento, y posteriormente, llegaba la contradicción, o se creaba una nueva implicación contextual. Lo anterior, nos da pie para pensar que el humor en los productos audiovisuales viaja a través de los efectos de reforzamiento, y posteriormente, de contradicción.
8. De la totalidad del corpus de análisis (13 segmentos), 9 segmentos tienen **igual cantidad de efectos** en ambas versiones; y los 4 restantes tienen **mayor cantidad de efectos en la VO**. Esto permitiría afirmar que la versión AD del producto audiovisual no supera a la versión original en cuanto al efecto deseado. El efecto humorístico se logra, pero parcialmente. En términos de la TR, la versión AD no sería tan relevante como la VO.

En la VO, los *inputs* más relevantes son visuales y acústicos, una combinación de ambos canales. Mientras que en la versión AD el *input* más importante es el acústico puesto que la audiencia no tiene acceso al canal visual.

Los efectos cognitivos están directamente relacionados con la relevancia del producto audiovisual, y esto se comprueba dado que en nuestro corpus de análisis no hubo mayor cantidad de efectos en el producto AD, siempre hubo igual o menor cantidad de efectos.

9. En la versión AD, el *input* menos relevante para la detonación del humor es la imagen, puesto que no se encuentra presente en ella, por lo tanto, no es posible que haya transmisión de información a través de este *input*. Asimismo, la expectativa de un producto audiovisual del género comedia es el humor, esta expectativa se cumple parcialmente en la AD dada la ausencia del *input* visual. Lo anterior, afecta la relevancia del input porque influye en la consecución de su objetivo final.
10. Desde la postura del espectador ideal, se puede afirmar que la mayoría de estímulos fueron ostensivos y logran transmitir su significado, no obstante, para dar cuenta de si el estímulo fue lo suficientemente ostensivo para llamar la atención de la audiencia inadvertente, y para transmitir el significado deseado, sería necesario realizar un estudio de recepción. Por otra parte, desde la teoría de la relevancia, es posible

afirmar que los estímulos son parcialmente relevantes, teniendo en cuenta los efectos generados.

11. De manera general, los supuestos contextuales se transmiten de manera explícita en ambas versiones. No obstante, existen SC cuyo significado debe ser inferido por la audiencia, por ejemplo, en la AD la *ambientación*, el *lenguaje corporal*, *estados de ánimo* y *actitudes*. En este sentido, la información se transmite de manera implícita. Asimismo, algunos SC pertenecientes a categorías como *actividades o acciones intencionales*; *preferencia*; *ubicación espacial* y *desplazamiento*; entre otros, se caracterizan por transmitir información de manera explícita.
12. El input construido por el audiodescriptor es parcialmente fiel a los SC relevantes del producto original, pues hay información que no se transmite en la AD (*lenguaje corporal*, *estados de ánimo* y *actitudes*), que si es transmitida en la VO.
13. La semejanza interpretativa entre las dos versiones de este producto se logra parcialmente, pues hay un 69,3 % de los segmentos donde se generan los mismos efectos tanto en la VO como en la AD, sin embargo, en el 30,7% restante, la cantidad de efectos es superior en la VO. Esto quiere que el efecto humorístico no se alcanza en su totalidad.

## 11 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Hurtado (2011) plantea que la esencia de la traducción radica en la diferencia presente entre las lenguas y las culturas, esto es, la traducción como proceso comunicativo interlingüístico. No obstante, en consonancia con Soler (2013), se pudo evidenciar que en el contexto real de la práctica traductora se da no solo una mediación entre lenguas, sino también entre diferentes sistemas de *signos*, incluso a nivel intralingüístico. Tal es el caso de la audiodescripción (AD), en tanto modalidad accesible en el marco de la traducción audiovisual.

En efecto, uno de los aportes del presente trabajo de investigación consistió en profundizar en el campo de la traducción audiovisual con el fin de obtener información desde la perspectiva del producto y no desde el proceso, como se ha hecho en estudios anteriores. En consonancia con Hernández y Mendiluce (2005), se evidenció en el producto bajo estudio la heterogeneidad característica de los productos audiovisuales, así como la complejidad semiótica que esto representa para la audiodescripción, teniendo en cuenta los diferentes códigos conjugados que conforman el producto audiovisual.

Según nuestro caso, no nos acogemos a la postura de Orero y Wharton, en la que mencionan que la descripción entre silencios de un producto audiodescrito deba mantenerse ajeno a las características de sus diálogos. Por el contrario, sí nos acogemos a la postura de Martínez, pues, de cumplirse lo que él plantea, se lograría el objetivo de la traducción como un acto de comunicación.

Por lo tanto, consideramos que la descripción debería tener en cuenta características como el registro. En otras palabras, en un producto en el que se emplea un lenguaje coloquial o incluso soez, su AD no debería ser ajena al tono, al vocabulario, ni presentarse en un registro formal. Lo anterior, teniendo en cuenta que la AD no puede constituir un obstáculo para la recepción de otras culturas y otras lenguas. En ese caso, la normatividad de una modalidad no debería incidir en el proceso comunicativo ni en la intención del producto

audiovisual. Valdría la pena replantear la normatividad actual en lo que respecta a la AD, pues parece ir en contra del enfoque comunicativo y cultural de la traducción.

Asimismo, a pesar de que el objetivo principal de este trabajo consistía en caracterizar los supuestos contextuales en un producto audiovisual, la cantidad de información extraída y el ejercicio de análisis dieron pie para profundizar en cuestiones que fueron más allá de la presentación de un listado de atributos de los supuestos contextuales llegando incluso a contemplar cuestiones de efecto plasmadas en el producto. No obstante, este último hallazgo debe ser confirmado, como se mencionará posteriormente, a través de estudios de recepción que involucren a receptores con discapacidad visual.

Por otra parte, y en consonancia con el análisis descriptivo de elementos potencialmente humorísticos hecho por Martínez (2015), el presente estudio permitió comprobar que una buena parte de los chistes visuales se pierde en la modalidad de AD, lo cual nos lleva a considerar, a su vez, una disminución en el efecto humorístico basado en la imagen del producto audiovisual. Bajo esta línea de ideas, el análisis de *supuestos contextuales* y *supuestos existentes* de cada versión, así como los *efectos cognitivos* derivados de su combinación, puso en evidencia que los elementos pragmáticos trabajan en conjunto para lograr la máxima relevancia posible, por lo que, en la audiodescripción, no sería adecuado separar la descripción de la película del resto de los elementos que la conforman, contrario a lo que sugieren autores como Orero y Wharton (2007). En este sentido, la descripción de la imagen en la modalidad de audiodescripción debe considerarse como un elemento intrínseco del filme.

Con el propósito de ofrecer una aproximación a la manera en cómo viaja el humor en la AD, se determinaron las dificultades de la traducción intersemiótica del humor, sumadas a las restricciones propias de la AD y a la limitación de contar solo con el código acústico en el caso de las personas invidentes. Dicha aproximación permitió el desarrollo de una propuesta de clasificación de supuestos contextuales que brinda información sobre la

naturaleza y cantidad de pistas que se requieren en la búsqueda de la  *semejanza interpretativa* (Villa, 2015) en productos audiovisuales para personas con discapacidad visual.

Tal y como lo afirma Gironzetti (2013), la naturaleza del humor todavía es un misterio, ya que, aunque actualmente existen diversos trabajos de investigación dedicados al asunto, todavía no es posible definir con certeza absoluta qué es el humor. No obstante, en la actualidad es posible hablar de unos elementos que permiten el desencadenamiento y la interpretación del humor; asimismo, es posible determinar algunos medios a través de los cuales el humor se expresa y difunde. En el marco del presente estudio, el humor es el producto de una serie de  *reforzamientos, contradicciones y creaciones* de nueva información, a partir de la combinación entre información previa e información nueva que recibimos a través de la situacionalidad pragmática en la que se desencadena el chiste.

Además, coincidimos con Matamala (2009) quien manifiesta que las diferencias en la forma y en la cantidad de información presentada en un producto audiovisual puede conllevar a una recepción diferente a partir de cómo lo encamine el audiodescriptor. En otras palabras, existen diferentes maneras de describir la información visual presentada en una película por parte de los audiodescriptores, pertenecientes a diferentes entornos culturales, y que se dirigen a audiencias con idiomas y capacidades diferentes.

Al igual que en el estudio de Villa (2015), nuestros hallazgos indican, de manera general, que en la mayor parte de la AD se conserva el principio de relevancia y la “ *semejanza interpretativa*”, preservando así los efectos cognitivos derivados del texto origen. Sin embargo, se evidencian situaciones en las que la AD no pudo lograr tal semejanza y no se ajustó al principio de relevancia, por lo tanto, la transmisión de los supuestos contextuales proporcionados por el autor de la obra no fue del todo provechosa. Lo anterior, puede deberse, en parte, a que, en dichas ocasiones, el audiodescriptor no tuvo en cuenta la información (SCVO) realmente relevante, para generar el efecto humorístico en la VO. En otras palabras, hubo momentos en los que el audiodescriptor decidió transmitir información

poco relevante, pues, generaba pocos, o no generaba ningún efecto cognitivo en la AD. De este modo, el presente trabajo de investigación, además de determinar las características de los supuestos contextuales presentes en la AD del humor de un texto audiovisual, da cuenta de la teoría de la relevancia como principio fundamental para lograr una semejanza interpretativa en la traducción, en este caso a través de la modalidad de audiodescripción.

Finalmente, coincidimos con Díaz-Cintas (2001) al resaltar la importancia del sonido y de la imagen, no solo en la composición de un producto audiovisual, sino también en la transferencia del humor, lo cual no se fundamenta únicamente en la codificación lingüística. En este sentido, el gran aporte de la pista sonora, pero sobre todo de la *imagen*, favorece el trasvase del componente humorístico en los formatos fílmicos. Además, cabe mencionar que, para la audiodescripción del humor, las restricciones de tiempo son un factor trascendental, pues una dificultad que se encontró, y que afecta la relevancia de los SC, es el solapamiento que se da con la voz del audiodescriptor y el audio original. Lo anterior, puede impedir la producción de efectos indispensables para el posible desencadenamiento del humor.

## 12 CONCLUSIONES

El presente trabajo permitió determinar las características de los supuestos contextuales presentes en la audiodescripción del humor de un producto audiovisual, a través de la identificación de elementos potencialmente humorísticos y de las características pragmáticas que presentaban los supuestos contextuales. En este orden de ideas, la caracterización de los supuestos contextuales contenidos en el producto audiovisual permitió además evidenciar que el humor está sujeto múltiples factores de índole técnico, cultural, pragmático, e incluso, cognitivo.

Tras haber analizado los resultados que nos provee el presente trabajo a la luz de la teoría de la relevancia aplicada a la traducción, hemos podido finalmente extraer algunas conclusiones generales acerca de la audiodescripción del humor:

- El proceso de AD en el producto audiovisual usado en este trabajo, se realiza, especialmente, a partir de las imágenes. Sin embargo, algunos sonidos, tales como risas, caídas, entre otros, requieren también ser audiodescritos, pues en ocasiones, no son fáciles de identificar. Asimismo, tal y como lo afirma Martínez (2015), en lo que se refiere al humor, se podría justificar la audiodescripción de los sonidos, incluso si es posible identificarlos, cuando el efecto humorístico sea proporcionado por ellos, a fin de no arriesgarse a perderlo.

-En lo que respecta la traducción como un proceso ostensivo-inferencial, cabe mencionar que los grados de *ostensión* varían dependiendo del medio por el cual se transmita la información. Asimismo, si los grados de ostensión varían, también, deberían de hacerlo los grados de *inferencia*.

-Tal y como lo afirma Martínez (2015) y, a diferencia de lo que sugieren Orero y Wharton (2017), es posible concebir la AD como una parte del producto

audiovisual, pues, los SC transmitidos en la narración de la película interactúan con los SE de la audiencia, para conseguir el mayor grado de relevancia posible y poder generar el efecto humorístico, al igual que en la VO. En otras palabras, Orero y Wharton expresan que la narración de la AD no hace parte de la película, no obstante, es necesario tener en cuenta que, la audiencia con discapacidad visual se expone, no solo a dicha narración, sino también, a los diálogos y sonidos presentes en la película. Por lo tanto, la perspectiva que propone Martínez Sierra parece más viable, ya que, los elementos de la película audiodescrita, incluyendo la narración, trabajan como un todo interconectado, para ofrecerle a la audiencia diversos SC.

-Como se ha sugerido en varias ocasiones, en el presente estudio, no se pudo dar cuenta de la calidad de la relevancia, ya que esta investigación se realiza desde el producto como tal, y no desde la audiencia, por lo que no es un estudio de recepción. Por lo tanto, en esta investigación se optó por determinar el nivel de relevancia, a partir del equilibrio o desequilibrio de los efectos, entre la VO y la AD. Para poder determinar la calidad de dichos efectos, se hace pertinente realizar un estudio de recepción, ya que, es la audiencia quien reacciona frente a la información suministrada por el audiodescriptor (SC), proporcionando evidencia de si se logró, o no, el efecto deseado.

- En diversas ocasiones, se puede decir que, la información proporcionada en los SC, no desaparecía del todo, simplemente sufría algún tipo de transformación, manifestada a través de un cambio de categoría del SC. De manera que, sería interesante, desde un estudio de recepción, analizar las implicaciones que tiene dicho cambio para la audiencia. En otras palabras, existe la posibilidad de que, dichas modificaciones en la forma de transmitir la información, en la versión audiodescrita, tenga consecuencias en cuanto al grado de ostensión, a las expectativas generadas, y a la calidad y relevancia de los SC, manifestadas por la audiencia.

- Teniendo en cuenta la importancia de la imagen, debido a su ausencia en la AD, es importante, para el audiodescriptor, tener presente las categorías que abarcan, principalmente, información transmitida por el canal visual. En este sentido, el audiodescriptor puede dar prioridad a dichas categorías, cuando se encuentran involucradas en la producción del efecto humorístico. Dentro del presente estudio, las principales categorías que se destacaron por tener mayor cantidad de información visual; por su alta frecuencia de aparición; y por abarcar los SC con mayor grado de relevancia en la producción del humor, son las siguientes: *lenguaje corporal, estados de ánimo y actitudes*.
- Asimismo, es conveniente que, el audiodescriptor, como facilitador de la información en el marco de la traducción intersemiótica, preste especial atención a la información contenida en la categoría de ambientación, para ayudar a contextualizar las escenas. Lo anterior, teniendo en cuenta que existen sonidos que podrían pasar desapercibidos y silencios que podrían ser desaprovechados, siendo, en ocasiones elementos claves para la producción del humor. Cabe destacar que la duración de los silencios podría estar directamente relacionada con la naturaleza de la escena e incluso con el género audiovisual, pues el humor tiende a ser más ágil en comparación con el género dramático o de suspenso. Asimismo, a veces, esta categoría comprende imágenes que no vienen acompañadas ni de diálogos ni de sonidos, pero su grado de relevancia es muy alto, por lo que se le debe dar prioridad en el proceso de audiodescripción.
- De acuerdo con Martínez Sierra y con el planteamiento de cine accesible de Romero Fresco (2013), se hace evidente la necesidad de empezar a implementar enfoques accesibles, no solo en las películas de comedia, sino en todos los géneros, desde el momento en el que se inicie la filmación del producto. Lo anterior, con la intención de facilitar el trabajo del audiodescriptor y, además, mejorar la calidad del producto audiodescrito, evitando solapamientos entre el sonido y la narración,

acentuando los sonidos o elementos, que permitan ofrecer una mejor experiencia a la audiencia discapacitada.

- Finalmente, una conclusión que, a nuestro modo de ver, se destaca del presente trabajo es la observación de que el humor tiende a recurrir a patrones particulares, dependiendo del tipo de chiste y del tipo de producto audiovisual. En nuestro caso, en lo que respecta a chistes visuales en una película del género comedia romántica se encontró que un efecto recurrente que permite generar este tipo de humor es el **reforzamiento** constante de un SC, para posteriormente contradecirlo. Lo anterior, nos permite concluir que, esta es la forma en la que viaja el humor, en este tipo de producto. Desde nuestra postura de espectador ideal, nos atrevemos a afirmar que, esta estrategia pragmática para generar humor resulta muy eficaz, al menos en el producto bajo estudio. Asimismo, consideramos que, esta apreciación no debería pasar desapercibida, por el contrario, resulta muy pertinente ahondar en este aspecto, en futuras investigaciones, puesto que, no hay mucha evidencia de la forma en la que se transmite el humor en este tipo de productos audiovisuales.

Finalmente, teniendo en cuenta la importancia de hacer aportes que contribuyan al esclarecimiento del objeto de estudio de este trabajo, podemos afirmar que emergen diversas contribuciones en relación con la audiodescripción del humor vista desde la modalidad de traducción audiovisual y la teoría de la relevancia aplicada a la traducción. El presente estudio constituye un aporte a la línea de traducción audiovisual, abriendo así nuevas posibilidades de investigación en la modalidad de audiodescripción, teniendo en cuenta que esta es un campo poco explorado, sobre todo en el ámbito del humor.

Asimismo, se evidenció la manera en que se da la transmisión del humor en un producto audiovisual con audiodescripción, aclarando el panorama en cuanto a la traducción del género humorístico en productos audiovisuales audiodescritos. Esto permitió además entender el papel del audiodescriptor con el producto audiovisual que trabaja. Por último, y en consonancia con Gironzetti (2013), tanto cada cultura como cada persona tienen

estrategias y normas de comunicación humorísticas determinadas, que influyen los aspectos relacionados con la producción y la comprensión del humor. De igual modo, cada texto o producto humorístico tiene unas características determinadas, que también desempeñan un papel muy importante en el juego de producir y entender el humor.

### 13 RECOMENDACIONES

Es necesario resaltar que la modalidad de audiodescripción tiene una demanda que se incrementa cada vez más en el medio de la traducción audiovisual accesible. Asimismo, hay aspectos de esta modalidad que todavía no han sido estudiados a cabalidad, entre ellos la transmisión del humor. Por lo tanto, diversas perspectivas tales como la presentada en el actual estudio aportan información que contribuye a llenar los diferentes vacíos que pueden existir en el estudio y ejercicio de esta práctica. Por lo anterior, a lo largo del presente trabajo, se han venido haciendo una serie de recomendaciones, las cuales podrían resultar útiles para obtener información más precisa, en el campo de la audiodescripción del humor, y así lograr mejorar la calidad en la audiodescripción de películas pertenecientes al género humorístico. Sin embargo, en este apartado, se hace una recapitulación de dichas recomendaciones, y se añaden otras, que serían de utilidad, tanto para futuras investigaciones, como para el ejercicio del audiodescriptor, en el desempeño de su labor.

En primer lugar, como se ha venido recalando a lo largo del proyecto, se hace necesario realizar un estudio de *recepción*, con la intención de contrastar, con los resultados arrojados en este estudio, diferentes aspectos, tales como el reconocimiento de intenciones por parte de la audiencia, la producción de las expectativas que orientan a la audiencia, la ostensión y significados de los estímulos que llaman la atención de la audiencia, la verificación de la relevancia del input y de los SCAD transmitidos por el audiodescriptor. Además, un estudio de recepción sería muy pertinente para complementar la presente investigación, pues permitiría dar cuenta de la viabilidad para utilizar la semejanza interpretativa como herramienta para indicar que la información ha sido transmitida, de igual manera, en ambas audiencias. En otras palabras, el estudio de recepción podría poner en evidencia si el hecho de que exista una semejanza interpretativa entre ambas versiones implica que también se genere, de manera similar, el mismo efecto humorístico en ambas audiencias.

Asimismo, en el producto audiodescrito se detectaron algunos silencios, que, en ocasiones, daban la impresión de ser intencionales, para la interpretación de algunas escenas. Sin embargo, vale la pena preguntarse si, para la audiencia invidente, estos silencios tienen el

suficiente grado de relevancia, o si, por el contrario, resultan confusos y no tienen significado alguno. Por lo que, un estudio de recepción podría contribuir a despejar esta incógnita, y, en caso de que resultara ser la segunda opción, sería apropiado que el audiodescriptor optara por incluir información que la audiencia invidente considere de mayor relevancia.

Otra proyección de investigación estaría conformada por el estudio de los silencios en los productos audiovisuales, pues, en el producto audiovisual bajo estudio se encontró que hubo silencios que se podrían aprovechar de mejor manera. Vale la pena revisar si ocurre lo mismo en otros productos o si en este mismo producto se pueden sugerir alternativas teniendo en cuenta los silencios presentes.

Para finalizar, en algunas ocasiones debido a las restricciones de tiempo propias de la modalidad de audiodescripción, se presentan fenómenos tales como el solapamiento entre los diálogos del producto y las intervenciones del audiodescriptor; y la pérdida de información valiosa para la producción del efecto humorístico. De ahí que, en consonancia con el planteamiento de cine accesible propuesto por Romero-Fresco (2019), surja la propuesta de incluir, en los procesos de grabación de productos audiovisuales humorísticos, métodos de accesibilidad, que faciliten el proceso de audiodescripción, antes de que el producto esté terminado.

Asimismo, esta propuesta podría ser aplicada a diversos géneros audiovisuales y, por consiguiente, a un corpus más extenso, de esta forma pudiese ser posible reconocer determinadas tendencias o incluso normas, al momento de audiodescribir el humor.

## 14 ANEXOS

### ANEXO 1. Matriz de supuestos contextuales

(ver archivo anexo en Excel)

### ANEXO 2. PRESUPUESTO

A continuación, se presenta el presupuesto global estimado para la ejecución del presente proyecto:

<b>RUBROS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR (\$)</b>
<b>Maestría en Traducción e Interpretación (I cohorte)</b>	Inscripción	<b>\$288.300</b>
	Matrícula	<b>\$19.366.600</b>
	Semestres adicionales	<b>\$3.000.000</b>
<b>Viáticos</b>	Desplazamiento entre ciudades para seminarios	<b>\$1.144.000</b>
	Desplazamiento entre ciudades adicionales (para asesorías, trámites, etc.)	<b>\$228.800</b>
	Estadías y alimentación	<b>\$1.120.000</b>
<b>Comunicaciones</b>	Llamadas telefónicas	<b>\$230.000</b>
	Internet	
<b>Papelería</b>	Materiales bibliográficos y fotocopias	<b>\$90.000</b>
	Impresiones y tinta	<b>\$ 85.000</b>
<b>Otros</b>	Varios	<b>\$300.000</b>
<b>TOTAL</b>		<b>\$25.852.700</b>

## 15 REFERENCIAS

- American Film Institute. (1999). The American Film Institute catalog of motion pictures produced in the United States. F4, 1. Feature films, 1941-1950, film entries, A-L (Vol. 1). Univ of California Press.
- Apte, M. L. (1983). Humor research, methodology, and theory in anthropology. In Handbook of humor research (pp. 183-212). Springer, New York, NY.
- Azcona, M., Manzini, F. A., & Dorati, J. (2013). Precisiones metodológicas sobre la unidad de análisis y la unidad de observación. In IV Congreso Internacional de Investigación de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de La Plata (La Plata, Argentina, 2013).
- Babbie, E. Starr, L. M., Hoopes, J., McKee, G., Brownstone, D. M., Carruth, G., & Kerlinger, F. N. (1979). Research Sources and Methods.
- Barthes, R. (1967). Discourse on history. *Social science information*, 6(4), 65-75.
- Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (2006). [En línea] <http://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE). (2015).
- Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE), 2017.
- Organización Mundial de la Salud. Ceguera y discapacidad visual. Nota descriptiva No. 282, agosto de 2014.
- Bartoll, E. (2015). "Introducción a la Traducción Audiovisual". UOC. Barcelona. [En línea]:

[https://books.google.com.co/books?id=ZVneDQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbg\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?id=ZVneDQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

- Bastos Duarte, E. (2001). Reflexiones sobre el texto televisivo. *Signa. Revista de la Asociación Española de Semiótica* 10, 149-163.
- Bell, A. (1984). Language style as audience design. *Language in society*, 13(2), 145-204.
- Belmonte Trujillo, C. (2013). “Accesibilidad Audiovisual: Subtitulación y Audiodescripción”. [en línea] 2013. [En línea] <<http://www.cuartodeapero.com/resources/Accesibilidad+Audiovisual.pdf>>
- Benecke, B. (2005, April). Audio description: phenomena of information sequencing. In EU-High-Level Scientific Conference Series MuTra 2007 LSP Translation Scenarios: Conference Proceedings.
- Bergson, H. (1962). *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Buenos Aires: Losada
- Bravo, J. (2003). La investigación en traducción audiovisual en España: los textos cinematográficos. In *Panorama actual de la investigación en traducción e interpretación* (pp. 235-252). Atrio.
- Cárdenas, Y. Z. C. (2011). La baja visión en Colombia y en el mundo. *Ciencia y Tecnología para la Salud Visual y Ocular*, 9(1), 117-123.
- Carlos Parra-Dussan, Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad: antecedentes y sus nuevos enfoques, 16 *International Law, Revista Colombiana de Derecho Internacional*, 347-380 (2010).
- Chaume, F. (2004). “Cine y traducción”. Madrid: Cátedra (Signo e Imagen).
- Chaume, F. & Agost R. (2001). *La traducción en los medios audiovisuales*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I, D.L.

- Chaume Varela, F. (2002). Nuevas líneas de investigación en la traducción audiovisual. *Nuevas perspectivas de los estudios de traducción*, 215-224.
- Delabastita, D. (1989). Translation and mass-communication: film and TV translation as evidence of cultural dynamics. *Babel*, 35(4), 193-218.
- Díaz Cintas, J. (2008). La accesibilidad a los medios de comunicación audiovisual a través del subtítulo y de la audiodescripción en Imperial Collage London. *Revista Virtual Cervantes*.
- Cintas, J. D. (2010). La accesibilidad a los medios de comunicación audiovisual a través del subtítulo y la audiodescripción. *Cooperación y diálogo*, 157.
- De Linde, Z., & Kay, N. (1999). Processing subtitles and film images: Hearing vs deaf viewers. *The Translator*, 5(1), 45-60.
- Díaz-Cintas, J. & Remael, A. (2014). *Audiovisual Translation, Subtitling*. Routledge. ISSN: 1470-966X. pp. 227
- Eco, Umberto. 1979. *Obra abierta*. Barcelona: Ariel.
- Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative methods in social research*. Boston: McGraw-Hill.
- Fix, Ulla y Henricke Morgner (2005). "Narration im Hörfilm – Theorie und Analyse" en Fix, Ulla (ed.) *Hörfilm – Bildkompensation durch Sprache*. Berlin, Erich Schmidt Verlag.
- Fuentes Luque, Adrián. (2000). "La Recepción del Humor Audiovisual Traducido: estudio comparativo de fragmentos de las versiones doblada y subtitulada al español de la película *Duck Soup*, de los hermanos Marx". Universidad de Granada.
- Gambier, Y. (2013). «The Position of Audiovisual Studies». En Millán, C.; Bartrina, F. (eds.). *The Routledge handbook of Translation Studies*. Nueva York: Routledge.
- Genette, Gérard (2001). *Umbrales*. Siglo XXI. p. 19.

- Gironzetti, E. (2013). Un análisis pragmático-experimental del humor gráfico. Sus aplicaciones al aula de ELE.
- Grajales, T. (2000). Diseños de investigaciones. Disponibles en: <http://tgrajales.net/invesdisenos.pdf>.
- Grice, H.P., "Meaning Revisited", en: H. P. Grice, *Studies in the Way of Words*, Cambridge: Harvard University Press, 1989.
- Gutt, E. A. (1989). *Translation and Relevance*. Thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy of the University of London. Department of Phonetics and Linguistics.
- Gutt, E.A. (2000) *Translation and Relevance: Cognition and Context*. St. Jerome Publishing, Manchester.
- Hatim, B. & Mason, I. 1997. *The Translator as Communicator*. London & New York: Routledge
- Hernández, A. I., y Mendiluce, G. (2005). La Semiótica de la Traducción Audiovisual para invidentes. *Signa*, 14. Tonado de <http://www.cervantesvirtual.com/obra/la-semiotica-de-la-traduccin-audiovisual-para-invidentes-0/>
- Hernández B.A., Mendiluce-Cabrera, G. (2004) *Audesc: Translating Images into Words for Spanish Visually Impaired People*. *Meta* 49:2, 264-277
- Hernández Sierra, J. L. (2019). *Love Actually: La Aportación de las Comedias Románticas Contemporáneas a la Cotidianidad*.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*: Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio (6a. ed.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Hurtado Albir, A. (2011). *Traducción y traductología: Introducción a la Traductología*. 5ª edn. Madrid: Cátedra.

- Hurtado, A. y Molina L. (2002) "Translation Techniques Revisited: A Dynamic and Functionalist Approach". *Meta* XLVII: 4: 498-512.
- Jakobson, R. (1959). «On linguistic aspects of translation». En *Selected Writings II. Word and Language*, 260-266. La Haya/París: Mouton.
- Jakobson, R. (1971). «Linguistic types of aphasia». En *Selected Writings II. Word and Language*, 307-333. La Haya/París: Mouton.
- Jakobson, R. "En torno a los aspectos lingüísticos de la traducción." En: *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Editorial Seix Barral S. A., pp. 67-77, [1959] 1981.
- Jáuregui, E. (2007). "Universalidad y Variabilidad Cultural de la Risa y el Humor". Saint Louis University. Madrid.
- Jimenez, C. (2007). "Una gramática local del guión audiodescrito. Desde la semántica a la pragmática de un nuevo tipo de traducción" Jiménez, C. (ed.) 55- 80.
- Jüngst, Heike E. (2005). "Das Bild des Fremden hörbar machen – Vorschläge zur Behandlung von Kulturspezifika im Hörfilm". Fix, Ulla (ed). (2005), 153-170.
- Jüngst, Heike E. (2006). "Hörfilme und Übersetzen". Wotjak, Gert (ed): *Die Leipziger Schule der Übersetzungswissenschaft. Zusammenschau und Ausblick anhand ausgewählter Beiträge*. Franfurt, etc.: Lang, 1-9.
- Kaindl, K. (2013). «Multimodality and Translation». En Millán, C.; Bartrina, F. (eds.) *The Routledge handbook of Translation Studies*. Nueva York: Routledge.
- Kotthoff, Helga (2006): "Gender and Humor: The State of the Art", *Journal of Pragmatics*, vol. 38, no. 1, pp. 4-25.
- Kovačič, I. (1995), "Reception of subtitles: the nonexistent ideal viewer", en Y. Gambier (ed.), *Audiovisual communication and language transfers*, Sint-Amansverg, FIT, pp. 376-383.

- Kristeva, Julia. 1970. "Idéologie du discours sur la littérature". *Littérature- idéologie. La nouvelle critique*. París.
- Lansingh, V.C. y Sánchez, C. (2014). "Cifras de Ceguera en Latinoamérica". Recuperado de <https://vision2020la.wordpress.com/2014/07/14/cifras-de-ceguera-en-latinoamerica/>
- Colombia, C. D. LEY 1346 DE 2009. *Diario Oficial*, 47427.
- Lipps, T. (2015). *El humor y lo cómico: un estudio estético-psicológico*. Herder.
- Hernández Muñoz, S. I. L. V. I. A. (2011). *El humor como estrategia y reflexión en la publicidad española (2007 y 2008)*.
- Lorenzo García, L. (2000). Características diferenciales de la traducción audiovisual (I). El papel del traductor para el doblaje. *LORENZO GARCÍA y PEREIRA RODRÍGUEZ (2000: 17-27)*.
- Pere Marquès, G. (2005). *La alfabetización audiovisual. Introducción al lenguaje audiovisual*. Disponible en: <http://www.peremarques.net/alfaaudi.htm>
- Martínez Sierra, J. J. (2008). *Hacia una enseñanza más completa de la traducción audiovisual*. Revista electrónica de estudios filológicos, número 16. Diciembre. ISSN: 1577-6921.
- Martínez Sierra, J.J. (2015). *La audiodescripción del humor: Un enfoque descriptivo y pragmático*. Versión. *Estudios de Comunicación y Política*. 35, 59-74.
- Martínez, S. F.; Huang, X. (2015) *Hacia una filosofía de la ciencia centrada en prácticas*. Instituto de Investigaciones Filosóficas UNAM, Bonilla Artigas Editores, México. 216p.
- Marshall, L. (1961) *Sharing, Talking, and Giving: Relief of Social Tensions Among Kung Bushmen*. *África*. 31, 3.

- Mayoral Asensio, R. 1993. «La traducción cinematográfica: el subtitulado». *Sendebarr*, 4: 45-68.
- Mayoral Asensio, R. 2001. «El espectador y la traducción audiovisual». En Frederic CHAUME y Rosa AGOST, eds. *La traducción en los medios audiovisuales*. Castellón: Universitat Jaume I, Servei de Publicacions: 33-48.
- Marqués, P. (2005): *La cultura tecnológica en la sociedad de la información* ([www.dewey.uab.es/pmarques/si.htm](http://www.dewey.uab.es/pmarques/si.htm)).
- Matamala, A. (2007). *La audiodescripción en directo. Traducción y accesibilidad: la subtitulación para sordos y la audiodescripción para ciegos*, 121-132.
- Matamala, A. y Rami, N. (2009). “Análisis comparativo de la audiodescripción española y alemana de '*Good-bye, Lenin*'”. *Hermeneus: Revista de la Facultad de Traducción e Interpretación de Soria*
- Mayoral Asensio, R. Gallardo San Salvador, N. y Kelly, D. 1988. «Concept of constrained translation. Non-linguistic perspectives of translation». *Meta*, 33,3: 356-67.
- Mayoral, Roberto (1993), «La traducción cinematográfica, el subtitulado», *Sendebarr*, 4, págs. 45-68.
- Mayoral, Roberto. 2001a. *Aspectos epistemológicos de la traducción*. Castellón: Universitat Jaume I.
- Mayoral, Roberto (1989-1990), «El lenguaje en el cine», *Claquette: Vídeo, lenguas, culturas*, 1, págs. 43-57.
- McDonald, T. J. (2007). *Romantic comedy: Boy meets girl meets genre*. Columbia University Press.
- Bartolomé, A. I. H., & Cabrera, G. M. (2005). *La semiótica de la traducción individual para invidentes*. *Signa: revista de la Asociación Española de Semiótica*, 14.
- Colombia. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2012).

- Montolío Durán, E. (1988). La Teoría de la Relevancia y el estudio de los marcadores discursivos. En M. A. Martín Zorraquino & E. Montolío Durán (Coords.), (pp. 93-119). Madrid: Arco / Libros. Los marcadores del discurso. Teoría y análisis (pp. 93-119). Madrid: Arco / Libros.
- Nash, M. B. (1985). Using Humor with Care. *AJN The American Journal of Nursing*, 85(2), 130.
- O'Connell, E. (2007) "Screen Translation." A Companion to Translation Studies, Ed. P. Kuhiwczak and K. Littau. Clevedon: Multilingual Matters. 120-33.
- Orero, P. (2005). La inclusión de la accesibilidad en comunicación audiovisual dentro de los estudios de traducción audiovisual. *Quaderns: revista de traducció*, (12), 173-185.
- Orero, P., & Wharton, S. (2007). The audio description of a Spanish phenomenon: Torrente 3. *The Journal of Specialised Translation*, 7, 164-178.
- Orrego Carmona, D. (2013). "Avance de la traducción audiovisual, desde los inicios hasta la era digital". Mutatis Mutandis: Revista Latinoamericana de Traducción.
- Ortuño Carbonero, M. D. C. (2018). Audiodescripción del humor: estudio descriptivo del guión audiodescrito de Mi gran boda griega (Joel Zwick, 2002).
- OSIMO, B. (2001). «Curso de traducción: traducción intersemiótica». [http://www.logos.it/pls/dictionary/linguistic\\_resources.traduzione\\_es?lang=es](http://www.logos.it/pls/dictionary/linguistic_resources.traduzione_es?lang=es).
- Rabadán, R. (1991). Equivalencia y traducción. Problemática de la equivalencia transléctica inglés-español. Zamora: Universidad de León.
- Rami, N. (2006) Panorama de la audiodescripción en el Estado Español en un contexto global. Análisis contrastivo de la audiodescripción alemana y española de la película Good Bye Lenin. Trabajo de investigación inédito del Máster en Traducción Audiovisual de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2006.

- Rodríguez Fuentes, A. (2008). “Los niños con discapacidad visual ante la TV: avances tecnológicos y propuestas”. *Comunicar: Revista Científica de Educomunicación*.
- Ross, Alison (1998). *The Language of Humor*. London and New York: Routledge.
- Salzhauer, Elisabeth y Nina Sobol (eds.) (2003). *Art Beyond Sight: A resource guide to art, creativity, and visual impairment*. Nueva York: AFB Press.
- Sama Rojo V. y Sevillano Asencio, E. (2012). *Guía de accesibilidad de documentos electrónicos*. Madrid. Universidad Nacional de Educación a Distancia
- Selltiz, C., Wrightsman, L. S., & Cook, S. W. (1976). *Research methods in social relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Seibel, Claudia, y Catalina Jiménez. “La traducción accesible a través de la audiodescripción: un estudio contrastivo de la película Good bye Lenin”. *Actas del II Simposio sobre la traducción e interpretación del/ al alemán*. Salamanca marzo 2007. En prensa.
- Silverwood, A. (1992). «Audiodescription», *DAM (Disability Arts Magazine)* 2-4, 10- 14. [www.leeds.ac.uk/disability-studies/archiveuk/disability %20arts%20mag/winter%201992.pdf](http://www.leeds.ac.uk/disability-studies/archiveuk/disability%20arts%20mag/winter%201992.pdf).
- Soler-Nariño, O., Bring-Pérez, Y., Real-Infante, A. B., & Clark-Torres, N. E. (2013). *Enfoque sociológico relacional y la perspectiva social de Vigostky en el estudio de la discapacidad*. Santiago, (130), 195-209.
- Sperber D. & Wilson, D. (1986). *Relevance: Communication and cognition*. Harvard: Harvard University Press / Blackwell.
- Sperber, D. y Wilson, D. (2004) *La teoría de la relevancia*. *Revista de investigación lingüística*, Vol. VII, págs. 233-282. Tomado de: <http://revistas.um.es/ril/article/view/6691/6491>

- Staiger, Janet (1992). *Interpreting films: studies in the historical reception of american cinema*. Princeton. University Press.
- Tamayo Y Tamayo, Mario. *Metodología formal de la investigación científica*. Bogotá, Comex, 1999:42.
- TOROP, P. (1995). «Semiótica de la traducción y traducción de la semiótica». *Signa. Revista de la Asociación Española de Semiótica* 4, 37-44.
- Jiménez, R. V. (2015). Análisis pragmático-cognitivo de tres versiones en español de *The Tell-Tale Heart* de Edgar Allan Poe. *Hikma*, 14, 141-165.
- Yos, Gabriele (2005). “Verknüpfung von Audiodeskription und Filmdialog“. Fix, Ulla (ed.) (2005), 99-116.
- Zabalbeascoa, Patrick (1996). *Translating Jokes for Dubbed Television Situation Comedies*. En *The Translator: Studies in Intercultural Communication*, D. Delabastita (ed.), 23 5-257. Manchester: St. Jerome.