



**COMILLAS**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA**

ICAI

ICADE

CIHS

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales  
Grado en Traducción e Interpretación

# **El impacto de la traducción audiovisual a través de las frases lapidarias de películas**

**Trabajo Fin de Grado**

**Autora:** María del Carmen Valbuena Vigo

**Directora:** Pilar Úcar

Madrid, 25 de abril de 2019

# Índice

1. Introducción.....	3
2. Marco teórico .....	5
2.1 ¿Qué es la traducción audiovisual?.....	5
2.2 Posibles problemas en la traducción .....	6
2.3 Proceso de toma de decisiones en la traducción .....	7
2.4 La traducción audiovisual actual .....	7
3. Objetivos / metodología.....	9
4. Justificación.....	10
5. Frase lapidaria. Definición.....	11
6. Las seis películas.....	12
6.1 Sinopsis .....	12
6.1.1 La guerra de las galaxias.....	12
6.1.2 Los juegos del hambre .....	13
6.1.3 ET El extraterrestre .....	13
6.1.4 Sherlock Holmes.....	13
6.1.5 Terminator 2.....	13
6.1.6 James Bond .....	14
6.2. Impacto en el público.....	14
6.2.1 «Que la Fuerza te acompañe» .....	15
6.2.2 «¡Y que la suerte esté siempre de vuestra parte!».....	16
6.2.3 «Mi casa, teléfono».....	17
6.2.4 «Elemental, mi querido Watson».....	18
6.2.5 <i>Sayonara baby</i> .....	19
6.2.6 «Me llamo Bond, James Bond» .....	21
7. Cuestionario .....	22
7.1 La guerra de las galaxias.....	23
7.2 Los juegos del hambre .....	24
7.3 Sherlock Holmes.....	26
7.4 Terminator 2.....	27
7.5 James Bond .....	28
7.6 ET el extraterrestre.....	29
7.7 Reflexiones globales sobre el cuestionario .....	31
8. Conclusiones.....	31
9. Anexo .....	36
9.1 Hoja de ruta.....	37
10. Bibliografía.....	38

## Índice de gráficos

<i>Gráfico I: ¿Te suena la frase: Que la Fuerza te acompañe? (Valbuena, 2019).....</i>	<i>23</i>
<i>Gráfico II: ¿Has escuchado la frase fuera del ámbito cinematográfico? (Valbuena, 2019) .....</i>	<i>24</i>
<i>Gráfico III: ¿Reconocerías antes la frase en inglés o en español? (Valbuena, 2019) .....</i>	<i>25</i>
<i>Gráfico IV: ¿Has escuchado la frase fuera del ámbito cinematográfico? (Valbuena, 2019) ....</i>	<i>27</i>
<i>Gráfico V: ¿Reconocerías antes la frase en inglés o en español? (Valbuena, 2019).....</i>	<i>28</i>
<i>Gráfico VI: ¿Te suena la frase: Me llamo Bond, James Bond? (Valbuena, 2019) .....</i>	<i>29</i>
<i>Gráfico VII: ¿Reconocerías antes la frase en inglés o en español? (Valbuena, 2019) .....</i>	<i>30</i>

## 1. Introducción

Desde los inicios del cine, en 1895, la traducción audiovisual ha ido cobrando relevancia en un sector que, poco a poco, se ha ido internacionalizando. Este tipo de traducción, para ponerse al día con las producciones que se llevaban a cabo, ha evolucionado según lo hacía el cine. El avance y desarrollo de la tecnología también ha influido mucho en la elaboración de las traducciones facilitando, de algún modo, la labor de los traductores.

El cine podría considerarse un medio de comunicación, es comunicativo y estético y, al mismo tiempo, nos lo expresa a través de imágenes. De una manera u otra, el cine nos ha cautivado e impactado desde su creación; ha servido como un poderoso instrumento para transmitir ideas, valores, ánimo y confianza, con fines políticos o de entretenimiento; durante los periodos de guerra o de paz; en épocas de bonanza o de crisis económica.

Desde su nacimiento el cine ha evolucionado, nunca ha sido igual. Ha pasado de ser cine mudo en blanco y negro a cine a todo color e interpretado en diversos idiomas. En un principio, en el cine mudo los traductores se limitaban a traducir carteles o titulares que pudiesen aparecer en ciertas escenas pero que, a veces, también requerían del ingenio y del análisis para poder adaptarlos. Actualmente, la dificultad consiste en hacer que los diálogos traducidos coincidan con los gestos de los intérpretes en cada escena.

Hoy en día existen miles de películas de todo tipo de géneros y procedencias, que podemos ver cuando y donde queremos gracias a nuestros dispositivos móviles, la televisión, las *tablets* o el cine. Es fácil acceder a ellas a través de internet y verlas en el idioma preferencial de cada uno, tanto en audio como en versión original con subtítulos. Sin embargo, de todas esas películas que existen y aquellas otras que se estrenan cada día, solo un número determinado han pasado o pasará a la historia y han marcado o marcarán a una generación.

Hay películas que triunfan por las campañas de marketing que las han acompañado, otras por el reparto de actores que han participado, otras por la trama que rodea a los

personajes y muchas otras porque el público se ha sentido identificado con elementos de la película o con personajes ficticios.

Las seis películas elegidas en este trabajo forman parte de la historia cinematográfica y han tenido una repercusión mayor que muchas otras. Quizás, porque consiguieron que el público se identificase a nivel personal, porque eran entretenidas o simplemente porque fueron estrenadas en el momento y lugar adecuados. Lo especial de estas películas, a efectos de este trabajo, son las frases lapidarias, es decir, frases dichas por personajes que han salido de la pantalla y ahora forman parte de nuestro lenguaje cotidiano.

Teniendo en cuenta este aspecto, es inevitable fijarnos en las traducciones llevadas a cabo en el momento de exportar la película a diferentes países que no comparten la lengua original (en adelante LO). Las decisiones que toma el traductor pueden determinar el éxito que esa frase o esa película alcance al estrenarse; decidirá pegarse al original, adaptarlo o transformar la frase para crear una completamente nueva, como suele ocurrir con los títulos de las películas.

Es importante tener en cuenta la personalidad de los personajes, la situación en que se desarrollan los diálogos o, simplemente, el año en que se estrena la película y el registro idiomático que utilizan.

Por este motivo, se pretende analizar las frases teniendo en cuenta dónde aparecen, a parte de la película: campañas de publicidad, empresas, titulares... Hay frases que se personalizan para que cuadren con aquello que queremos transmitir, adaptándolas a las necesidades de cada uno. Es interesante ver cómo los juegos de palabras pueden ser muy útiles a la hora de transformar el mensaje que queremos transmitir a través de una frase lapidaria.

En el primer apartado del trabajo, explicaremos qué es la traducción audiovisual y el contexto de dicha actividad, los problemas a la hora de traducir, el proceso de toma de decisión del traductor y cómo funciona la traducción audiovisual actual. Por otro lado, se define lo que es una frase lapidaria que es lo que vamos a estar analizando de cada película, así como su impacto en el público.

Después de exponer las seis películas elegidas con una pequeña sinopsis y analizando dónde aparecen las frases tanto en la película como fuera del ámbito cinematográfico.

Por último, se ha realizado una encuesta para poder apreciar cómo estas frases lapidarias han pasado a ser parte de nuestro lenguaje, de una manera más directa y así concluir el tema midiendo el impacto personal que han tenido estas frases.

## 2. Marco teórico

### 2.1 ¿Qué es la traducción audiovisual?

La traducción audiovisual (TAV) es la traducción de material grabado, es decir, una transformación de aquello que se percibe a través de la vista y del oído a un idioma de destino que también incluye las adaptaciones o ediciones. Contiene, por tanto, una mezcla de signos lingüísticos y no lingüísticos que forman parte de esos aspectos de audio y de visión en el acto comunicativo (Essays, noviembre 2018).

Existen diversos tipos de traducción audiovisual que han ido emergiendo con el paso del tiempo y el avance en tecnología de los últimos años. Dentro de estos tipos de traducción encontramos, en primer lugar, la subtitulación, con la que se transmiten los diálogos (y sonidos) de un producto audiovisual mediante un texto escrito en la parte inferior de la pantalla. En segundo lugar, el doblaje que implica la sustitución de voces y efectos por otras pregrabadas y, por último, la traducción accesible, que busca la comprensión de personas con diversidad funcional (Umpiérrez, 2018). Todos estos tipos tienen subtipos que igualmente forman parte de la TAV, que también se encargan de transferir cultura y un mensaje a través del lenguaje.

Las películas o series son una forma de transmitir valores, fundamentos, ideas o mensajes a través de varios sentidos, como sería la vista y el oído, con diálogos, fotos y música. No existe un lenguaje universal con el que se pueda traducir a cualquier lengua o cultura, por lo que la traducción audiovisual evita que las películas, series o demás materiales audiovisuales sean solo, por y para, el público en LO o lo que es lo mismo, este tipo de traducción posibilita que las películas, con independencia del país de origen,

traspasen fronteras y lleguen a todo tipo de personas sin importar su lugar de nacimiento o lengua materna.

En un mundo globalizado y con un mercado libre entre países, es necesario poder hacer llegar los bienes y servicios producidos en un sitio a otro. Importar y exportar nuevas ideas, conceptos y puntos de vista que, en definitiva, son la base de cualquier negocio moderno. Las productoras también necesitan ese público internacional, para sacar el máximo de cada filme y para así poder contribuir a la construcción de una red de personas interconectadas por aquello que han visto u oído en una película.

## 2.2 Posibles problemas en la traducción

Un traductor debe desarrollar su trabajo de manera que el público en lengua meta (en adelante LM) no perciba que ha habido una traducción. Esto es un trabajo complicado y minucioso, sobre todo cuando se trata de traducir diálogos sarcásticos, con bromas o simplemente adaptando el lenguaje actual a la LM. Al hacer una traducción pueden surgir muchas dudas, por ejemplo, dudas conceptuales para describir alguna noción, que no exista una equivalencia entre denominación y concepto, que el concepto sea algo poco delimitado y que la denominación no sea fiable o que haya una falta de información a la hora de traducir que pueda entorpecer la labor del traductor (Galanes, 2008).

Por otro lado, hay que ser conscientes de la relación que existe entre la LO y la LM y sus respectivos códigos escritos y no escritos (Gambier, 2004), para tener en cuenta las normas que puedan influir en el producto final. Para llevar a cabo estas traducciones y adaptaciones del lenguaje, es de vital importancia documentarse, ya que lo que se busca es impactar al público, tanto en LO como en LM. Los problemas léxico-semánticos, gramaticales, sintácticos o retóricos -que requieren llevar a cabo una profunda documentación en diferentes diccionarios, investigando las fuentes, las posibilidades, las alternativas y las equivalencias que podrían aportar desde su LM- son algunos de los obstáculos lingüísticos que el traductor podría encontrar. Es difícil, a veces, complacer al público con una traducción que quizás no es la más acertada, pero sí la más cercana al original.

Otro de los problemas que pueden aparecer a la hora de traducir diálogos en películas es el doblaje. Los traductores trabajan con imágenes de actores gesticulando y hablando y, por tanto, hay que saber no solo traducir lo hablado, sino también interpretar las diferentes situaciones, adaptándose a lo que dicen para que al ver un doblaje no se note mucho que el actor no está diciendo eso en LM. Puede que esto sea uno de los obstáculos más significativos, a la hora de elegir cómo reformular el mensaje, para que visualmente no se note pero, al mismo tiempo, se adapte al lenguaje al que se está traduciendo.

### 2.3 Proceso de toma de decisiones en la traducción

Es muy importante que antes de traducir cualquier texto, el traductor lo lea pausadamente y lo entienda. La comprensión del texto es vital, porque es necesaria para interpretar la información de una lengua a otra y porque es parte del análisis de contenido, para poder transformarlo sin perder elementos comunicativos.

La toma de decisiones traductológicas son el fruto de una interacción entre el sistema cognitivo del traductor, su conocimiento lingüístico, referencial, sociocultural y situacional (Wilss, enero 1994), que le permiten conducir su trabajo en una dirección u otra y llegar así, a través del proceso de toma de decisiones, a la traducción final.

Los criterios que aplique el traductor deben seguir una línea de coherencia y cohesión. No puede traducirse una frase formal en LO con un registro informal en LM pues ello no soluciona el problema, sino que, además, levanta una barrera lingüística que provoca la confusión del receptor.

### 2.4 La traducción audiovisual actual

Cuando surgió el cine mudo, se utilizaban bandas musicales para dar vida a los personajes y a la escenografía. La traducción se limitaba sólo a carteles, etiquetas o titulares de periódicos que pudiesen aparecer en alguna escena y que había que transmitir al público en LM. Por lo tanto, se podría decir que era una traducción más sencilla que la actual, pero al mismo tiempo, hay que resaltar el esfuerzo que requería el trasladar a LM, de manera efectiva, las bromas o juegos de palabras, que pudiesen aparecer.

La traducción audiovisual se ha hecho cada vez más popular, por la inmensa cantidad de películas y series que se producen cada día a nivel mundial. Actualmente, el crecimiento del sector cinematográfico y audiovisual se ha disparado y mucha gente vive muy pendiente de los estrenos internacionales más esperados, no solo de cine sino también teniendo en cuenta el ámbito televisivo gracias a la era de la globalización.

Según una encuesta llevada a cabo en 1994, muchos jóvenes franceses y alemanes reconocían estos medios de comunicación (televisión, radio y cine) como fuente de inspiración y distracción por detrás de los libros (Gambier, 1996). Todos los días estamos delante de alguna pantalla que nos transmite mensajes, elementos culturales, comportamientos y nos hacen ver el mundo de distintas maneras. La traducción audiovisual es una especialidad en constante movimiento y evolución que se adapta tanto a las nuevas tecnologías como a los distintos perfiles de los receptores (Cabezas, 2017), siendo estos últimos los impulsores del mundo audiovisual tanto a nivel nacional como internacional.

Gracias a estos complejos procesos de traducción, los traductores han adecuado el lenguaje para que coincida con los objetivos comunicativos que tienen las grandes productoras como Netflix o HBO. Dichas productoras han monopolizado el mercado de las series y las películas con unos precios muy competitivos y una variedad de opciones que se amoldan a los gustos, necesidades y preferencias funcionales del consumidor.

A pesar de ser una práctica que está en pleno auge y que día a día se va desarrollando, es cierto que hay un creciente avance tecnológico que trae consigo la creación de nuevos métodos o programas de traducción que pueden mejorar las traducciones, pero también ponen en jaque el trabajo de muchos traductores (Gambier, 2004). Sin embargo, lo verdaderamente difícil de este trabajo es saber plasmar sentimientos y emociones a través de un idioma distinto y eso es lo que marca la diferencia; que el público sepa reconocer esa película, diálogo o frase que se menciona y acabe siendo parte del lenguaje cotidiano.

### 3. Objetivos / metodología

El objetivo principal del trabajo es analizar el impacto que las distintas frases de las películas seleccionadas en el mismo, han tenido en la sociedad y decidir si se han perdido o no elementos importantes en la traducción a LM.

La traducción en el mundo cinematográfico es muy importante porque los diálogos van en armonía con las emociones que nos transmiten los personajes. Una mala traducción puede llevar a confusión o a un entendimiento incompleto del mensaje que se quiere transmitir o puede hacerse famosa porque la gente no sabe que está mal traducida.

La metodología del trabajo consiste en buscar información de las películas, ver las escenas en LO y LM en las que salen las frases lapidarias, como fuentes primarias para poder analizar el contexto de la frase y más adelante comparar la traducción con el original para ver qué ha cambiado, si es que ha habido algún cambio.

Otro de los recursos más significativos son las páginas Web de *fans* de las películas, donde se puede encontrar mucha información no sólo acerca de la frase en cuestión, sino también comprobar la trascendencia y en qué se ha convertido para algunos.

Por otro lado, se ha analizado la publicidad que aparece en la televisión, en internet o en la radio que utiliza frases conocidas y que está presente en nuestro día a día, porque resulta muy interesante ver como después de los años que pasan, desde el estreno de esa película, se sigue llamando la atención de los consumidores con esos recursos.

También se explicará por qué ha podido llegar tan lejos una frase, si ha sido fruto de la mercadotecnia, si ha dependido del público al que iba dirigido el mensaje o si, simplemente, ha sido un golpe de suerte gracias al éxito de la película.

Hay páginas web en las que las frases más famosas del cine han sido catalogadas y hay mucha bibliografía relacionada con cómo surgieron estas películas, por ejemplo, basadas en libros que se publicaron mucho antes y que acabaron siendo mundialmente conocidos.

Por último, se ha buscado todo aquello que está relacionado con las películas, como *merchadising*, juegos de mesa o electrónicos, versiones para niños, bandas sonoras y demás, todo ello con el objetivo de hacer hincapié en la importancia que tiene la transformación de algo visual, en cosas materiales que logran promocionar el filme de una manera indirecta año tras año.

#### 4. Justificación

He elegido este tema para mi trabajo de fin de grado de traducción porque siempre me ha gustado mucho el cine; me parece un recurso que combina lo lúdico con lo educativo, ya que podemos aprender mucho al mismo tiempo que disfrutamos de una película. Uno de los aspectos que más me gustan, es la variedad de películas que existen y que se crean día a día con actores e historias de todo el mundo.

Esto nos abre las puertas a descubrir nuevas culturas, a abrir nuestra mente sobre temas que anteriormente desconocíamos o ignorábamos, e incluso a aprender o perfeccionar idiomas con las opciones de subtítulos o versión original subtitulada en español (VOSE).

En cuanto a la traducción, me resulta muy intrigante saber el proceso de decisión de los traductores para transmitir el mensaje en LO a LM manteniendo y adaptando el lenguaje para que el público en LM no note que hay una traducción detrás de lo que están escuchando. Siempre me ha llamado mucho la atención escuchar en conversaciones, frases célebres de películas o incluso utilizarlas yo misma cuando hablo o cuando comento algo con mis amigas. En España es muy común usar chascarrillos, comparaciones o refranes que han salido del cine o de libros populares.

En este trabajo voy a analizar una serie de frases que creo son muy comunes y utilizadas por la mayoría y de las cuales me pregunto: ¿Cómo han llegado a hacerse tan famosas? ¿Han sido fruto de la mercadotecnia, del número de ventas o de las expectativas del público?

La elección de películas la hice teniendo en cuenta que frases lapidarias forman parte de mi lenguaje cotidiano y seleccionando, además, aquellas películas que,

considero, han pasado a la historia cinematográfica mundial y porque prácticamente todo el mundo ha visto o, al menos, conoce por referencia.

Es interesante ver cómo, ante una misma película, la reacción del público es diferente dependiendo del idioma al que se traduzca. Ello es el reflejo de lo heterogéneo que es el mundo y por eso las traducciones no siempre son iguales ni se adaptan al mismo público, incluso siendo películas mundialmente conocidas.

Las películas que he elegido creo que muestran cómo deben realizarse cambios de estructura o de gramática para conseguir el mismo efecto en ambas lenguas. El denominador común de todas es que son películas estadounidenses traducidas al español, lo cual nos muestra el monopolio lingüístico e idiomático que llevan los países anglosajones.

## 5. Frase lapidaria. Definición.

Como paso previo al análisis de las películas seleccionadas para el trabajo, es necesario centrar el concepto de frase lapidaria. Puede decirse que una frase lapidaria es una sentencia que resume una idea de forma muy clara. Normalmente las frases lapidarias se pronuncian en contra de alguien, por eso quedan en el recuerdo (CitasyFrasesde, 2017).

En ocasiones una frase lapidaria define a una persona, a veces sirve para acabar una disputa, etc., pero en todos los casos las frases lapidarias sirven para decir la última palabra, el resumen de la conversación; las frases lapidarias son las mejores sentencias para muchas situaciones.

Hay frases que trascienden el mundo cinematográfico para ser parte del lenguaje cotidiano. Muchas veces esto podría asemejarse a refranes que, según la Real Academia Española, son dichos agudos y sentenciosos de uso común a modismos: expresiones fijas, privativas de una lengua, cuyo significado no se deduce de las palabras que la forman (RAE, 2019) o simplemente a expresiones que utilizamos en el día a día para dar a entender algo.

En España, tenemos un vocabulario bastante rico y extenso y esto nos permite comunicarnos de una manera distinta a los demás, muchas películas o incluso canciones nos aportan ese toque especial a nuestro lenguaje y todo gracias a los traductores que llevan a cabo la labor de acercarnos diálogos, frases o estribillos a un nivel más personal que lúdico.

Por tanto, podemos concluir que el impacto de las frases de las películas va más allá de la propia película. Estas frases acaban adquiriendo identidad propia, con independencia de la calificación película -buena o mala- o de la aceptación por el público que puede utilizar las frases sin haber visto la película o, incluso, sin gustarle la película en cuestión.

## 6. Las seis películas

Como ya se ha dicho, la elección de películas se ha hecho teniendo en cuenta determinadas frases lapidarias.

A continuación, se recoge una breve sinopsis de cada una de ellas, para centrar el contexto de las frases lapidarias y posteriormente analizaremos el impacto que cada una de ellas ha tenido.

### 6.1 Sinopsis

#### 6.1.1 La guerra de las galaxias

La princesa Leia, líder del movimiento rebelde que desea reinstaurar la República en la galaxia en los tiempos ominosos del Imperio, es capturada por las malévolas Fuerzas Imperiales, capitaneadas por el implacable Darth Vader, el sirviente más fiel del emperador. El intrépido Luke Skywalker, ayudado por Han Solo, capitán de la nave espacial El Halcón Milenario, y los andróides, R2D2 y C3PO, serán los encargados de luchar contra el enemigo y rescatar a la princesa para volver a instaurar la justicia en el seno de la Galaxia. (Entrelectores, s.f.)

### 6.1.2 Los juegos del hambre

Un pasado de guerras ha dejado los 12 distritos que dividen *Panem* bajo el poder tiránico del «Capitolio». Sin libertad y en la pobreza, nadie puede salir de los límites de su distrito. Sólo una chica de 16 años, Katniss Everdeen, osa desafiar las normas para conseguir comida. Sus principios se pondrán a prueba con «Los juegos del hambre», espectáculo televisado que el Capitolio organiza para humillar a la población. Cada año, 2 representantes de cada distrito serán obligados a subsistir en un medio hostil y luchar a muerte entre ellos hasta que quede un solo superviviente. Cuando su hermana pequeña es elegida para participar, Katniss no duda en ocupar su lugar, decidida a demostrar con su actitud firme y decidida, que aún en las situaciones más desesperadas hay lugar para el amor y el respeto. (QueLibroLeo, s.f.)

### 6.1.3 ET El extraterrestre

Un pequeño ser de otro planeta se queda abandonado en la Tierra cuando su nave se marcha olvidándose de él. Está completamente solo, pero se hará amigo de un niño, que lo esconde en su casa. El niño y sus hermanos intentarán encontrar la forma de que el pequeño extraterrestre regrese a su planeta antes de que los científicos y la policía lo encuentren. (El Séptimo Arte, 2005-2019)

### 6.1.4 Sherlock Holmes

Sherlock Holmes y su incondicional amigo Watson se enfrentan a un nuevo desafío. Demostrando unas habilidades para luchar tan letales como su legendario intelecto, Holmes librará una gran batalla para derrotar a su nuevo enemigo *Blackwood* y abortar un plan demoníaco que podría destruir el país. (El Séptimo Arte, 2005-2019)

### 6.1.5 Terminator 2

Sarah Connor, la madre soltera del rebelde John Connor, está ingresada en un psiquiátrico. Tras haber sido informada por un viajero del tiempo de que su hijo se convertiría en el salvador de la humanidad en un futuro amenazado por la diabólica supremacía de las máquinas, se ha convertido en una especie de guerrera que ha vivido

por y para la educación de su hijo John, tratando de convertirle en un auténtico soldado, aunque sólo tenga 12 años.

Todos creen que está loca, que son imaginaciones suyas y nadie la cree, hasta el punto de que la consideran peligrosa, motivo por el cuál está encerrada. Pero un nuevo androide mejorado proveniente del futuro, un T-1000, es enviado para acabar con la vida de John, al mismo tiempo que un viejo modelo T-800 es enviado por la resistencia para protegerle. John y el T-800, después de rescatar a Sarah del psiquiátrico, iniciarán una huida ante la implacable persecución del T-1000, un androide formado de hierro líquido y aparentemente indestructible. (El Séptimo Arte, 2005-2019).

#### 6.1.6 James Bond

James Bond protagoniza sus propias aventuras las cuales poseen un aspecto en común: su trabajo como espía internacional y las aventuras que se desarrollan con cada misión. Su profesión le otorga la denominación de agente encubierto, afiliado al Servicio secreto de inteligencia británico -conocido actualmente como MI6. (FANDOM, s.f.)

#### 6.2. Impacto en el público

En las seis películas que he elegido para este trabajo, hay frases lapidarias que usamos en nuestro día a día o simplemente las recordamos con frecuencia porque han causado un impacto en nosotros. Ese es, precisamente, el objetivo de estas elecciones de los autores o guionistas, que nos acordemos de aquello que ocurría en la película, incluso sin haberla visto sabemos reconocer estas frases. Las vemos en la publicidad, en conversaciones entre amigos e incluso en juegos familiares como el Trivial.

Hay frases lapidarias famosas que incluso después de haber sido traducidas, nos acordamos más de las que están en LO, quizás esto sea por una mala elección de traducción o porque el público en LM se identifica más con aquellas en LO.

Las frases lapidarias que voy a analizar en este trabajo son:

- «Que la Fuerza te acompañe»,
- «¡Y que la suerte esté siempre de vuestra parte!»

- «mi casa, teléfono...»,
- «elemental, mi querido Watson»,
- *sayonara baby*,
- «me llamo Bond, James Bond»

Son frases que llevo escuchando desde que soy pequeña, que todo el mundo conoce y que se usan a diario.

El traductor, como mediador intercultural, debe ser consciente del efecto del lenguaje dependiendo del público e intentar calar en él utilizando chascarrillos, rimas o elegir una serie de palabras fáciles de recordar. Se trata de adaptar el mensaje a culturas distintas, pero sin que se note que ha habido un proceso de traducción entre medias, ni que se cambie el sentido de la frase.

#### 6.2.1 «Que la Fuerza te acompañe»

En la película «La guerra de las galaxias», la frase «que la Fuerza te acompañe» aparece en varias escenas en las que alguien tenía que ir a luchar, los personajes tomaban caminos distintos y se deseaban suerte mutuamente. En este caso, Fuerza va con mayúscula porque la personifican, como si acompañara a los *Jedi* o demás soldados en sus misiones y les ayudase a superar cualquier obstáculo que pudieran encontrarse en su camino. Las películas empezaron a tener mucho éxito y esta frase cobró importancia porque la gente comenzó a usarla en su día a día, de la misma manera que los personajes de la galaxia. Era una forma de desear suerte a alguien en cualquier situación o momento: teniendo clase a las 8:30 un lunes, un partido de fútbol con amigos o con una entrevista de trabajo.

De hecho, esta frase en concreto se encuentra en la «Lista de las mejores 100 frases de películas de todos los tiempos» (American Film Institute, 2005) porque, como dice su presidenta emérita Jean Picker Firstenberg, «las grandes frases de películas acaban siendo parte de nuestro vocabulario cultural». Tanto es así que «que la Fuerza te acompañe» ha sido utilizada incluso en publicidad y anuncios, como por ejemplo, en el anuncio de la lotería de 2005 (RTVE, 2018) y en más ediciones modificando la palabra «fuerza» por

«suerte» («Que la suerte te acompañe») aprovechándose de ser un slogan que la gente conoce y tener esa posibilidad de adaptarlo a aquello que anuncian.

Por último, son tantos los fans de “La guerra de las galaxias” que el día 4 de mayo han acordado celebrar el día de *Star Wars* en países anglosajones, donde han variado *May the force be with you* con *May the fourth be with you* («Que el cuatro de mayo te acompañe»). Este juego de palabras lo han hecho parafraseando la original y todo esto ocurrió cuando un 4 de mayo, en el que Margaret Thatcher ganó las elecciones de Reino Unido, Thatcher fue congratulada con la frase *May the fourth be with you Maggie, congratulations* (Disney, s.f.).

Es evidente que ésta es una de las frases lapidarias más utilizadas y con más tirón publicitario, desde que la primera película de la saga dirigida por George Lucas se estrenó. Puede decirse, incluso, que la traducción literal ha calado en la sociedad de LM. La elección de esta traducción, por lo tanto, ha sido un éxito porque en España rara vez se escucha la frase en inglés; el público solo recuerda o conoce la frase en LM.

En un ámbito más global, podemos ver la influencia que estas películas han tenido en la sociedad porque, a pesar de que mucha gente no ha visto los filmes, conocen e incluso utilizan la frase o, como ha ocurrido recientemente, modifican su contenido. Un ejemplo de esto es un anuncio de un bufete de abogados, donde prometen solucionar cualquier problema legal y su lema es «Que Legalium te acompañe». Han utilizado la frase de La guerra de las galaxias para dar a entender que ellos te acompañan en lo bueno y en lo malo y que te resuelven los problemas que haya en el camino. En este caso también se personifica la palabra Legalium para que recuerdes que siempre estarán contigo.

#### 6.2.2 «¡Y que la suerte esté siempre de vuestra parte!»

La primera película de la trilogía fue estrenada en 2012 y tuvo mucho éxito a nivel mundial. La frase más significativa de la película es «¡Y que la suerte esté siempre de vuestra parte!» La dice Effie Trinket, una de las encargadas de elegir a los participantes de los Juegos del Hambre del Distrito 12 y uno de los únicos personajes que anima de manera positiva a los candidatos. La frase la dice antes de que los participantes salgan al campo de batalla donde se jugarán la vida luchando contra los participantes provenientes

de otros Distritos. Otro ejemplo de una frase que, como la frase de «La guerra de las galaxias», significa suerte, y que también es empleada en el día a día de mucha gente, tanto en LO (*May the odds be ever in your favour*) como en LM.

Es bastante común que la gente use esta frase en GIFs, que es acrónimo de las siglas en inglés de *Graphics Interchange Format*, formato de compresión de imagen con animaciones (IEMD, s.f.) que contiene frases o gestos sacados de escenas de películas, series... Muchos sitios web utilizan GIFs para anunciarse, pero suelen aparecer con más frecuencia en las redes sociales más comunes como *Whatsapp*, Facebook o Twitter para hacer bromas, representar escenas de la vida cotidiana o simplemente para mandar un mensaje a otra persona sin la necesidad de escribir; son una manera de representar una situación o una emoción a través de una imagen o una imagen con texto.

En España es mucho más frecuente la aparición de dicha frase a través de GIFs escrita en LO y no en LM. La traducción de ésta puede haber sido uno de los factores, ya que es más larga y se pierde el chascarrillo inglés de los *odds*, que habla de las probabilidades de que algo pase y no exactamente en el sentido de desear suerte. Esta frase, sin embargo, no ha tenido el mismo tirón publicitario que la frase lapidaria de «La guerra de las galaxias» probablemente porque ésta última película tuvo mucho más éxito a nivel mundial e impactó a muchas más personas o quizás porque la elección de traducción no fue la más acertada, teniendo en cuenta que es una frase muy larga y que dista mucho de la original.

Mientras que la frase en LM de «Los juegos del hambre» no ha sido capaz de formar parte del lenguaje cotidiano en español, la frase en LO es mundialmente conocida y utilizada por muchos medios para escribir titulares, noticias o entradas de blogs que hablan sobre las probabilidades de triunfar en el mundo del marketing, los desafíos económicos de la bolsa o simplemente cuentas de fans que han decidido llamarse así.

### 6.2.3 «Mi casa, teléfono»

La película «ET El extraterrestre» es otro de los clásicos del cine que triunfó en los años 80. «Mi casa, teléfono» es la famosa frase que dice el extraterrestre perdido y la han

utilizado millones de personas por todo el mundo, se escucha muchas veces en conversaciones divertidas o a gente que está de broma.

En LO la frase es *Phone home* y en LM «Mi casa, teléfono». En España siempre se ha escuchado la versión en LM, aún siendo un error traductológico (España, 2015) ya que la traducción correcta de la frase en LO sería «llamar a casa» no una enumeración de cosas, pero lo que empezó como un error, acabó siendo una de las escenas cinematográficas más repetidas por el planeta y esta frase parte de la jerga de la sociedad.

Las bromas más frecuentes son, por ejemplo, decir «me voy a mi casa» y que alguien diga «mi casa, teléfono» y, al final, te das cuenta del poco sentido que, realmente, tiene la frase. Parece que ET no sabe casi hablar, y se limita a enumerar conceptos sin conectores o sentido alguno, pero lo que buscaba era llamar a su casa.

En cuanto a su utilización en campañas publicitarias o marketing, la frase ha quedado en el recuerdo de las personas, pero no realmente en el de la mercadotecnia, por ejemplo, hay empresas textiles que sí han querido sacar colecciones especiales como Inditex, que se limita a vender *merchandising* de la película como sudaderas, camisetas o gorras con imágenes o con la frase de la película. Sin embargo, la frase no ha sido parafraseada para ninguna campaña publicitaria reciente, lo cual sugiere que las empresas se han dado cuenta de que las necesidades de los consumidores responden mejor a líneas de ropa o artículos que a campañas de marketing que usan la frase de la película adaptada.

Por otro lado, es cierto que existen muchos posters, videojuegos o juegos de mesa que surgieron gracias al éxito de la película. En el mercado encontramos todo tipo de *merchandising* así como piezas muy valoradas por coleccionistas, así como la creación de parodias de ET.

#### 6.2.4 «Elemental, mi querido Watson»

Esta historia es un clásico de la literatura y del cine que años más tarde nos sigue sorprendiendo con series e incluso con películas nuevas basadas en la vida del detective británico y su fiel compañero de casos. La frase de «elemental mi querido Watson» se empezó a popularizar con la llegada de las películas en las que los guionistas juntaron

«elemental» y «mi querido Watson», que en los libros sólo aparecían por separado. Esta frase ha pasado a ser parte de nuestra jerga y la utilizamos cuando alguien dice algo que está bien o tiene razón, como si «hubiese resuelto un caso», siendo también muy utilizada de forma irónica.

Por otro lado, hay muchas bromas con la palabra «elemental» ya que es muy parecida escrita y fonéticamente al «queso emmental», y, por lo tanto, lo encontramos presente en muchos chascarrillos o chistes que juntan ambos conceptos «¿Cuál es el queso favorito de Sherlock Holmes? Emmental, mi querido Watson», como ejemplo de los muchos que existen. También se ha utilizado mucho en blogs sobre comida con temática de queso o en artículos gastronómicos que usan eso como título, porque todo el mundo lo conoce (García, 2009) y es fácil conectar con el público de esa manera.

Otro uso ingenioso de dicha frase es una agencia de publicidad que se llama Mi Querido Watson S.L., donde puedes contratar sus servicios y han hecho uso de una frase famosa para darle nombre a la empresa y así llamar la atención de los clientes o, simplemente, tener un nombre que recuerda muy bien la gente a la que puede prestar sus servicios, que son tu compañero fiel en lo que necesites (*your partner in crime* como describen en su página web haciendo un juego de palabras) (Watson, 2019).

En resumidas cuentas, es una frase que conoce todo el mundo y que saben asociarla a Sherlock Holmes, aunque no hayan leído las novelas de Doyle o no hayan visto la película y es utilizada frecuentemente ya sea en artículos de economía, de gastronomía o simplemente en conversaciones de amigos.

#### 6.2.5 *Sayonara baby*

Esta película, en mi opinión, hace uso de una traducción muy curiosa a la hora de adaptar una frase que se ha quedado grabada en la mente de las personas de hace años, pero también en las de hoy en día. La frase en concreto es *sayonara baby*, frase que el personaje de John Connor enseña a Schwarzeneger y éste la pronuncia antes de destruir a su enemigo en la película futurista. En LO, la frase lapidaria era *Hasta la vista baby*, para darle cierto exotismo al personaje y a la vez llamar la atención de la audiencia, se utilizaba conjuntamente la LO, con una frase lapidaria traducida al español.

Ese exotismo latino utilizado por los anglosajones se trasladó, en un continente completamente distinto, a otra LM. La nueva frase lapidaria no se traducía al español, como si el resto de la película, sino al japonés; utilizándose por tanto dos LM diferentes.

Arnold Schwarzeneger, de hecho, siguió diciendo la frase en el ámbito político cuando participaba activamente en campañas electorales apoyando a George W. Bush contra su oponente político Pat Buchanan. Tanto es así que, Schwarzeneger, instaba a los votantes a decirle *Hasta la vista, baby* a Buchanan a favor de Bush.

La ironía de la frase recae en su significado ya que, tanto en América Latina como en España, «Hasta la vista» es una despedida formal, que de forma implícita sugiere volverse a ver (Hill, 1993). En la película de Terminator 2, la frase es totalmente coloquial, añadiendo la palabra *baby* al final que incluso resulta vulgar y es un «hasta siempre». Es muy común encontrar este tipo de frases anglo-españolas en Estados Unidos que suelen formar parte de la jerga de latinos que residen allí.

Por otro lado, esta frase también ha sido el foco de atención en otros ámbitos, como artículos escritos por Schwarzeneger o, incluso, el título de un álbum de la banda musical U2.

Hay mucho *merchadising* con la frase lapidaria de esta película, pero, casi siempre, con la frase de la película en LO y no tanto en LM. Lo que no es óbice para que, casi todo el mundo, conozca la frase. Asimismo, *sayonara* es una palabra japonesa con connotaciones negativas, es un adiós, pero deseando no volver a ver a la persona en cuestión (Fluzo, 2010), por lo que no es algo culturalmente compatible con ese país. La elección del japonés como traducción, tuvo bastantes críticas quizás debido al significado de la palabra japonesa o quizás, por no encajar demasiado en un doblaje en español, pero, lo cierto es que, todo el mundo se acuerda de esta frase y la siguen repitiendo.

Donde se menciona mucho la frase es en los tabloides con noticias sobre Arnold Schwarzeneger o con otras celebridades. Es cierto que a pesar de ser una frase que podemos utilizar para muchas situaciones, existe gracias a Schwarzeneger y todo lo que gira alrededor suyo; su hijo Christopher recientemente ha recreado la escena de su padre en Terminator 2 cuando dice *Hasta la vista, baby*. Al igual que la frase de «que la Fuerza

te acompañe», *Hasta la vista, baby* también aparece en la lista de las mejores frases del cine de todos los tiempos (American Film Institute, 2005).

El traductor en LM ha conseguido una palabra que tiene connotaciones formales e incluso negativas transformarla para que suene *sexy*, como hicieron los guionistas con Schwarzeneger eligiendo una frase formal y cambiándola para darle otro sentido.

#### 6.2.6 «Me llamo Bond, James Bond»

Una de las frases más emblemáticas y conocidas del cine es la que pronuncia el agente secreto James Bond a sus enemigos, «Me llamo Bond, James Bond». Las películas de acción de Bond han sido, desde su estreno en 1962 con *Dr. No*, un éxito y la célebre frase aparece desde entonces en todos los filmes. En LO acabó convirtiéndose en *My name is Bond, James Bond* pero ha ido cambiando a lo largo de las películas; la traducción en LM ha sido adaptada porque en castellano suena poco natural decir «mi nombre es...» se suele decir «me llamo...» y aquí los traductores han transformado la frase original, pero adaptándola perfectamente al público de LM.

Esta frase junto con *shaken, not stirred*, cuando el agente pedía su bebida favorita, el dry Martini, han aparecido globalmente en publicidad, merchadising e incluso en parodias de la película o aparece también en la carta de algunos bares de cocktails. Es interesante saber que, en español, esta frase se tradujo como «mezclado, no agitado», lo cual significa que la traducción es incorrecta. En esta traducción, el error recae en el hecho de que el traductor ha invertido el orden de los pasos de la receta del Martini. Puede haber sido para darle una fonética más natural o simplemente ser fruto de un despiste, pero sí es cierto que ambas frases en LM son muy conocidas y también muy comercializadas.

Las películas de James Bond se adaptaron cada una al año en que fueron estrenadas se ve, por ejemplo, la evolución de la tecnología, los papeles más activos de las mujeres y, después de la Guerra Fría, el cambio de enemigos, pasando de ser los comunistas a otros enemigos internacionales (Bosque, 2012). Sin embargo, la frase del enigmático agente secreto 007, a pesar de haber sido modificada, no sufrió grandes cambios. Es la esencia del personaje y es algo que no se puede cambiar o eliminar, lo mismo o tampoco al traducir a LM.

## 7. Cuestionario

Como parte de mi trabajo de investigación, he llevado a cabo una encuesta sobre las películas y las frases de éstas, para analizar el impacto de las traducciones y sacar alguna conclusión de dichos resultados. Se ha realizado teniendo en cuenta que las personas encuestadas eran de rangos de edad distinto, tenían unos gustos diferentes, pero con elementos cinematográficos que les unían. De esta forma creamos un escenario que nos permite analizar y comparar los resultados que avalen nuestras conclusiones.

La encuesta se ha realizado a 105 personas y constaba de cuatro preguntas por película que, por orden, eran:

- «¿Has visto esta película?»
- «¿Te suena esta frase?»
- «¿En qué idioma te suena más?»
- «¿Has escuchado esta frase fuera del ámbito cinematográfico?»

Las preguntas de la encuesta se corresponden con preguntas que yo misma me he hecho al analizar las frases objeto del trabajo y con ellas se trataba de ver si al público le suena más la versión en español, en inglés, o si le es indiferente, teniendo en cuenta si ha visto o no dicha película.

La principal de ellas es si se ha visto, o no, la película en cuestión. Ya comentábamos en otros apartados la importancia de determinadas frases se conocen por una gran cantidad de personas, incluso, sin haber visto la película. Esto nos permite concluir en la importancia que tiene la traducción audiovisual, que consigue que haya frases que han calado en el lenguaje de una sociedad, de tal manera que la gente sabe perfectamente quién lo dice e incluso en qué escena lo dicen, pero a lo mejor no han visto la película.

Por otro lado, los resultados de la encuesta reflejan muchas de las conclusiones mencionadas a lo largo del trabajo. He intentado hacer una encuesta fácil y de contestación rápida, para obtener un mayor número de respuestas veraces y así poder obtener información relevante.

A continuación, se analizan los resultados de la encuesta por películas.

### 7.1 La guerra de las galaxias

La primera película de la encuesta es «La guerra de las galaxias» y los resultados no han sido nada sorprendentes; más del 65% de las 105 respuestas obtenidas dicen haber visto el filme frente a un 95,2% que conocen la frase icónica de la saga futurista. Está claro, pues, que de las respuestas casi un 100% conoce la frase, pero sólo un 65% ha visto la película, mostrando así el desequilibrio que muchas veces ocurre cuando el lenguaje adopta nuevas formas y dentro de la sociedad se popularizan de generación en generación.



Gráfico 1: ¿Te suena la frase: Que la Fuerza te acompañe? (Valbuena, 2019)

Con el concepto de generación en generación se hace referencia a la conexión que existe entre diversas generaciones que conocen y utilizan la misma frase, refrán o chascarrillo y que no se va perdiendo en el tiempo o con las modas sino todo lo contrario, cada vez es mayor su influencia. Es cierto que en la cuestión del idioma que el público conoce más, está entre en español e indiferente. Esto puede deberse a que la frase en LO también haya sido escuchada por mucha gente de LM o simplemente que la traducción se haya hecho pegándose mucho al original y sea fácil de reconocer por públicos distintos.

Es importante tener en cuenta la traducción porque es el traductor el mediador entre la película y el público y sin un trabajo cuidado y minucioso, muchos elementos podrían verse afectados o perdidos. De *May the Forth be with you* y «que la Fuerza te acompañe» considero que no hay alteración alguna y que, al ser una frase simple sin mayor

transcendencia, no ha sido necesario adaptarla al público de LM. Esto puede ser una ventaja a la hora de traducir, porque no entras en la espiral traductológica de los significados dobles, las ironías o los juegos de palabras que con un simple cambio pueden perder la esencia.

Por último, más del 90% de las respuestas han escuchado la frase fuera del ámbito cinematográfico que, como he mencionado previamente, no es nada raro teniendo en cuenta la cantidad de fans que hay en el mundo, la publicidad que juega con la frase o el *merchandising* que existe hoy en día.



Gráfico II: ¿Has escuchado la frase fuera del ámbito cinematográfico? (Valbuena, 2019)

## 7.2 Los juegos del hambre

Por otro lado, tenemos la película de «Los juegos del hambre» que no es tan popular como lo son las demás películas, ya que fue estrenada hace relativamente poco. No obstante, también es cierto que mucha gente la ha visto

Según las respuestas obtenidas, un 84,5% de personas la han visto frente a un 51% que conocen mucho la frase estrella de la trilogía. Podemos tener en cuenta que, hoy en día, es muy normal ver películas en VOSE o encontrar bromas en redes sociales que hagan referencia a películas, series o sucesos y ver el mensaje en LO.

En cuanto al idioma más reconocido, la mayoría han votado por español o indiferente lo que sugiere que la frase en inglés no ha conseguido posicionarse como la más utilizada o escuchada en el país, a pesar de que mucha gente reconoce también la frase en LO (porcentaje de «indiferente»). Es extraño que una mala traducción, como se ha mencionado antes, haya tenido éxito en comparación con la frase en LO sobre todo entre el público que conoce ambos idiomas. Teniendo en cuenta que es una frase con un estilo muy británico hablando de *odds*, dando una probabilidad de que ocurra algo y no hablando de suerte como tal, se puede entender por qué no ha conseguido llegar al público en LO, ya que las referencias culturales son una parte fundamental del lenguaje.



Gráfico III: ¿Reconocerías antes la frase en inglés o en español? (Valbueno, 2019)

La frase en LM se ha traducido como «¡Y que la suerte esté con todos vosotros!» lo cual sugiere que ese toque británico se ha perdido completamente en la traducción, quizás teniendo más en cuenta la adaptación que el mensaje original. Esto también ha podido ser una de las causas del desconocimiento del público en LO.

Por último, aproximadamente, la mitad ha escuchado la frase fuera del ámbito cinematográfico, que podría incluir las redes sociales o publicidad que haya hecho uso de la frase, pero más en LO que en LM ya que en países anglosajones sí que la frase es muy popular.

### 7.3 Sherlock Holmes

Sherlock Holmes es un clásico que ha sido adaptado al cine, pero el personaje fue creado mucho antes, en 1887, por el escritor y novelista Arthur Conan Doyle, que abrió las puertas de mundos muy distintos al literario, al detective londinense.

Como era de esperar, un 75,7% de las 105 respuestas ha visto cualquiera de las versiones de la película, siendo la más famosa la protagonizada por Robert Downey Jr y que se estrenó recientemente en 2009.

Por detrás de James Bond o de ET encontramos esta frase como una de las más reconocidas de la encuesta con un 92,3%. Además, un 75,2% la reconoce antes en español que en inglés. Este es otro de los ejemplos de frases que han pasado a ser parte de nuestro lenguaje cotidiano, con un 82,9% de las respuestas afirmando que han escuchado la frase fuera del ámbito cinematográfico. Las personas conocen la frase e incluso a los personajes sin haber visto la película, porque se escuchan constantemente y en contextos o situaciones muy distintas, lo cual le permite adaptarse a diferentes grupos sociales o de edad y seguir estando presente.

Es cierto que Sherlock Holmes ha triunfado tanto en el cine como en la pequeña pantalla con series basadas en la historia del famoso detective y poco a poco Sherlock se ha convertido en un icono en el género de acción y suspense. «Elemental, mi querido Watson» es una traducción literal de *Elementary, my dear Watson* y está muy bien traducida, porque no se ha perdido ningún elemento y al mismo tiempo se ha conseguido mantener ese lenguaje refinado característico de los londinenses.



Gráfico IV: ¿Has escuchado la frase fuera del ámbito cinematográfico? (Valbueno, 2019)

#### 7.4 Terminator 2

Puede ser que la saga de Terminator no sea tan popular como las demás películas de la lista, pero es cierto que la frase *Sayonara baby* se ha mantenido, desde el estreno de la película a principios de los 90, en la cima de frases célebres más conocidas.

Se podría considerar que el objetivo de esta frase era de dar una imagen de hombre enigmático y atractivo al personaje de Schwarzeneger cuando destruye a su enemigo y, por ello, decidieron que, *Hasta la vista, baby* no iba a resultar tan distinto a un público español como a uno anglosajón, cuando metían esa frase en la escena. La elección del japonés es una manera de que la gente se acuerde de la frase porque fonéticamente no es nada difícil de pronunciar, al contrario que una elección de utilizar una frase en alemán, por ejemplo.

Según la encuesta, un 64,4% de las personas han visto la película frente a un increíble 91,3% que reconocen la frase estrella, lo que demuestra que no la han visto. Hay, por tanto, una clara brecha entre las personas que han visto la película y aquellas que sólo conocen la frase. Esto muestra cómo la decisión del traductor, de utilizar un idioma completamente distinto, pero con una fácil pronunciación, llegó a convertirse en todo un símbolo. Nos muestra a alguien atractivo y con seguridad en sí mismo. Sin embargo, los traductores hacen malabares con estas decisiones porque al ser un cambio muy drástico del LO al LM, puede fracasar en su objetivo de transmitir un mensaje.

Es curioso que, el mayor porcentaje de la pregunta «¿reconocerías antes la frase en inglés, en español o indiferente?», sea la respuesta de «indiferente» con un 57,7% de las respuestas. Esto quizás se deba a que, *Hasta la vista, baby* también es bastante conocida en España por estar escrita en español o, quizás también, por la gran influencia de América Latina en Estados Unidos, por ejemplo, y al final ambas se usan con el mismo propósito, lo cual demuestra que la traducción ha sido un éxito, pues un 86,5% ha escuchado la frase fuera del ámbito cinematográfico.



Gráfico V: ¿Reconocerías antes la frase en inglés o en español? (Valbuena, 2019)

## 7.5 James Bond

Desde el estreno de las películas de acción de James Bond, el agente secreto se ha convertido en uno de los personajes más reconocibles del panorama. Tanto es así que la frase de *My name is Bond, James Bond*, es una de las más populares en la encuesta. Casi un 90% de las respuestas dicen haber visto las películas, un porcentaje muy alto en comparación con las demás, y a un 99% le suena la frase «Me llamo Bond, James Bond».

Es increíble la repercusión que puede tener una película para que casi un 100% de las respuestas conozcan la frase más emblemática de esta saga, incluso un 60,6% reconocerían la frase tanto en inglés como en español. El motivo de estos resultados puede ser la traducción y la decisión de mantener el enigma del apellido delante y el nombre seguido detrás.

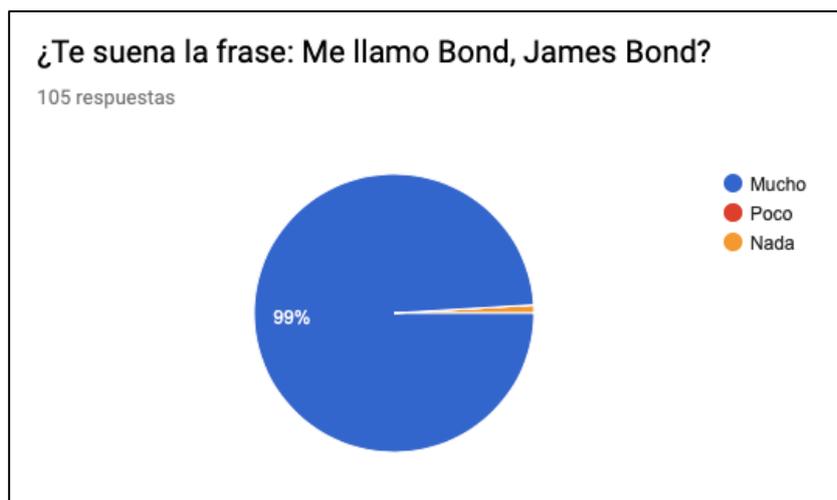


Gráfico VI: ¿Te suena la frase: Me llamo Bond, James Bond? (Valbueno, 2019)

Como se ha explicado previamente, en español decir «mi nombre es» suena poco natural y quizás forzado, con lo cual la decisión de adaptar el lenguaje ha permitido que mucha gente utilice esta frase en su día a día. Es, también, otra de las frases que no pierden la esencia del personaje seductor y enigmático que quiere enamorar a los espectadores, incluso al haber sido traducida. Sin embargo, es curioso que solo un 76% de las personas ha escuchado esta frase fuera del ámbito cinematográfico, cuando se utiliza como parte del lenguaje en muchos casos.

#### 7.6 ET el extraterrestre.

Por último, la película de «E.T el extraterrestre» fue, y es, un clásico de los 80 que llegó al corazón de padres y niños y sigue muy presente en el ámbito cinematográfico. Según la encuesta, un 89,4% sí que han visto la película, resaltando lo popular que es, mientras que un 97,1% conoce la frase «Mi casa, teléfono». Es evidente que esta frase, aun siendo un error traductológico, ha conseguido llegar a millones de personas en España, también reflejado en la encuesta con un 82,9% de las respuestas que reconocerían la frase en español por encima del inglés.

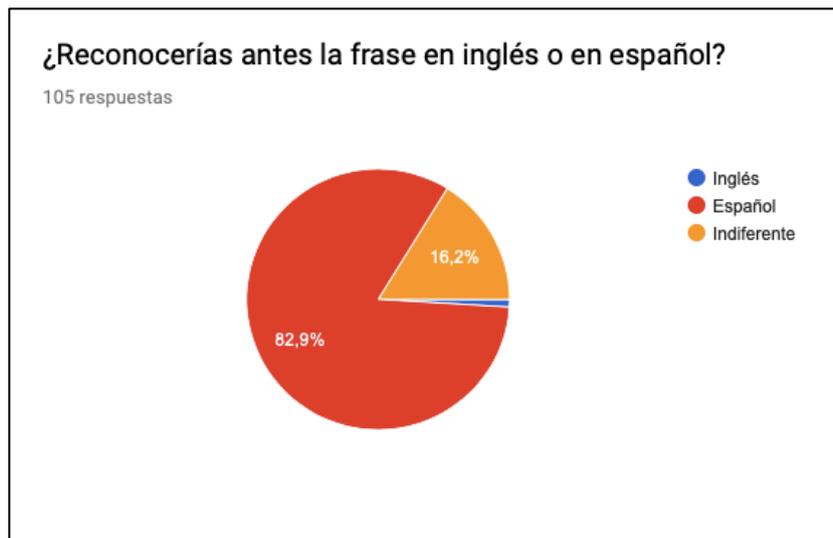


Gráfico VII: ¿Reconocerías antes la frase en inglés o en español? (Valbuena, 2019)

A raíz de esta película se han creado y comercializado una cantidad extraordinaria de *merchandising* como, por ejemplo, el videojuego *Phoning Home* y todo tipo de ropa, incluyendo sudaderas con la famosa frase, camisetas, mochilas, disfraces, muebles, cartas coleccionables...

Es curiosa la aparición de un libro de dibujos sarcásticos llamado «Mi casa, teléfono rojo volamos hacia Moscú», basado en una película de 1964 que trata sobre un general loco que desencadena un camino hacia el holocausto nuclear, mientras en una sala llena de políticos y generales lo intentan detener (IMDb, s.f.). En este caso, el autor hace un juego de palabras y añade información para adaptarlo a su caso.

También contamos con la aparición de parodias de la película, como la comedia americana «Mi casa, teléfono, porrito», una parodia de la película de E.T con un alienígena mal hablado y gamberro como protagonista que se junta con dos chicos, amigos y locos por la ciencia ficción (Lombardo, 2014).

Es por esto por lo que, casi un 70% de las respuestas han escuchado la frase fuera del ámbito cinematográfico, porque depende de las modas o de las distintas versiones que emergen del original.

## 7.7 Reflexiones globales sobre el cuestionario

El cuestionario ha resultado ser un éxito en términos de predicción, porque ha reflejado exactamente aquello que mencionábamos anteriormente.

Hay personas que no han visto las películas, pero saben de qué frases se habla y otros que se identifican más con la frase en LO, porque la frase en LM no les parece del todo acertada. Si se pierden elementos o si el sentido cambia mucho, el público en LM puede darse cuenta simplemente porque no va acorde con aquello que se dice en la película, ya sea con las imágenes que se ven o la situación en que se desarrolla la acción.

Incluso haciendo un cuestionario a mayor escala, los resultados probablemente serían muy parecidos. Es evidente, también, el éxito de cada película y de sus traducciones en LM en el cuestionario, por la mayoría de las respuestas afirmando conocer las frases, y, en muchos casos, recordando antes la frase en LM que en LO.

## 8. Conclusiones

La traducción audiovisual ha pasado a un primer plano, en los últimos años, gracias a las nuevas series, documentales y películas que se crean a diario y que se traducen a diversos idiomas, para hacer llegar el mismo mensaje a culturas totalmente distintas. El trabajo del traductor es construir el puente lingüístico que permite comunicar de un idioma a otro sin perder elementos fundamentales.

Hay ciertas películas que en LO y en LM han conseguido llegar al público de tal manera que, en la actualidad, utilizan las frases que aparecían en determinadas escenas. En este trabajo he elegido las seis películas que para mí han tenido una amplia y profunda repercusión y que después de muchos años, se siguen utilizando las frases lapidarias de todas ellas. Es cierto que no siempre las traducciones consiguen que el público capte el mensaje o que aquello que quieren transmitir cale en el lenguaje de una sociedad, porque en un mundo altamente globalizado, mucha gente sabe hablar varios idiomas, siendo el inglés el más común como segunda lengua.

Estados Unidos y el Reino Unido son los países que menos importan películas, al estar la mayoría de ellas en su idioma anglosajón. Además, como es un idioma conocido y practicado por muchas personas, cuando se visualizan esas películas o series en otros países, el público muchas veces elige el VOSE. Uno de los ejemplos es «Los juegos del hambre», la más reciente de todas ellas y en la cual destaca el conocimiento de su frase lapidaria en LO por encima de la LM a nivel mundial.

Muchos de los productores de películas y, en este caso, los de las seis películas mencionadas anteriormente, se han beneficiado de la repercusión de sus creaciones audiovisuales. Han llegado al público de tal manera que muchas personas ahora viven por y para sus héroes ficticios y compran todo desde ropa hasta artículos edición limitada que a su vez ayuda a que estas frases sean difíciles de olvidar.

En el cuestionario realizado se puede comprobar hasta qué punto aproximadamente 100 personas conocen dichas frases y, sobre todo, ver si las conocen fuera del ámbito del cine, que era el objetivo de este trabajo. En la mayoría de los casos se puede observar cómo personas de edades distintas forman un único grupo, sin diferenciar, y todo esto es el resultado de la traducción.

En muchos casos, el traductor se ciñe al original para no dar un mensaje equívoco o simplemente para no trastocar mucho el mensaje en LO. Siempre habrá elementos que se pierdan, como en «Los juegos del hambre», porque no hay dos culturas iguales y lo que los anglosajones denominan *odds*, en castellano sería difícil encontrar una literalidad, por el mero hecho de que en España solemos hablar de suerte y no de probabilidades.

Ceñirse al original, pues, es una buena opción para que ambos públicos relacionen los conceptos que se les exponen, pero si hay necesidad de adaptación o transformación el traductor debe ser capaz de jugar con las palabras, siempre de una manera coherente y con cohesión a lo largo de los diálogos.

Es cierto que, en casos de errores de traducción, el público en LM no ha sabido identificarlos y la frase ha trascendido de igual manera. Esto ocurre con la frase de ET el Extraterrestre que a pesar de ser un error y perder elementos de coherencia, que sí

transmite el ET anglosajón, la sociedad española no se ha parado a juzgar la traducción, acogiendo la frase y acuñándola en conversaciones.

Como hemos mencionado anteriormente, hay empresas multinacionales, como Inditex, que han sacado líneas de ropa con motivo de algún aniversario del extraterrestre, de forma que, en cuanto alguien lo ve, inmediatamente piensa en «mi casa, teléfono».

Un dato también reflejado en el cuestionario es que un porcentaje extremadamente pequeño conoce la frase en LO, lo cual significa que no importa cómo sea la traducción sino qué impacto tendrá sobre la audiencia que está viendo esa serie o película.

Por otro lado, está claro que existe una relación muy estrecha entre el éxito de las películas y de sus frases; cuando el éxito es global y muy extendido, la frase está mucho más reconocida y empleada que otras de filmes menos conocidos. En la encuesta, una de las preguntas es «¿Has visto la película...?» y las respuestas no han sido en todos los casos que sí, muchas personas conocen las frases porque la película ha tenido tal repercusión, que sin verla saben reconocer qué personaje dice qué frase y la usan en su día a día como parte de su lenguaje.

Estos datos son un fenómeno que refleja el impacto de la traducción audiovisual, pero también de las películas en LO como las seis elegidas para desarrollar este trabajo, que, a pesar de haber sido estrenadas en años diferentes y tener temáticas muy diversas, han pasado a formar parte de la historia cinematográfica mundial y han conseguido alcanzar a un público diferente al que iban dirigidas originalmente.

Podríamos considerar la traducción audiovisual como uno de los campos de la traducción más significativos, porque se transmiten varios elementos que percibimos a través de los sentidos. Como consecuencia de ello, es importante transmitir el mensaje de manera que un público con una lengua y una cultura totalmente diferente sea capaz de percibir lo mismo e identificarse con ello.

En las películas de James Bond o Terminator 2, los personajes son descritos y percibidos como hombres con *sex appeal* o exóticos y las traducciones de los diálogos han sabido mantener esa imagen. que retratan. Por un lado, tenemos al agente secreto

seductor y misterioso que se presenta primero diciendo su apellido y luego su nombre completo como si fuese una amenaza subliminal, que al hablar suena enigmático con su *my name is Bond, James Bond* y el traductor en LM decidió adaptar esta frase al castellano para que sonase natural y pegada al original para y no perder ese elemento de seducción característico del personaje principal.

Por otro lado, en la película de Terminator 2 el personaje principal también tiene fama de ser un hombre fuerte, atractivo y cautivador, que salva al mundo y antes de destruir al villano le despide con una frase que se volvió mundialmente famosa por retratar esa chulería del héroe con su *Hasta la vista baby*. Para los anglosajones, el español latino está relacionado con playas, paraíso, exotismo y por ello, en mi opinión, los guionistas eligieron esta opción, para darle cierto toque de emoción a la escena.

En la traducción de la película al castellano, el traductor pensó en hacer lo mismo, pero cambiando el idioma de la frase en cuestión, porque en castellano perdería ese toque especial de una lengua extranjera. Las decisiones que toma el traductor, por lo tanto, pueden decidir el destino que esa película o esa frase tendrán teniendo, no obstante, en cuenta muchos factores externos, como el año en el que se estrenen, el género de la película y el público al que quieren hacer llegar ese filme.

Es fundamental para que la frase trascienda, por ejemplo, al lenguaje cotidiano, que el traductor transmita el mensaje de una manera que suene natural en la LM y no un lenguaje forzado. Es difícil que la sociedad haga uso de frases o chascarrillos que suenan raro porque no están acostumbrados a hablar así, mientras que adaptándolo consigues que las personas se identifiquen más con ello y puedan usarlo porque les suena bien, tiene sentido y les gusta.

Es evidente que una de las películas con mayor tirón mundial y con mayor repercusión a nivel de sociedad, es la Guerra de las Galaxias. Aparece en todo tipo de campañas de marketing, nombres de empresas o simplemente en *merchandising* que se vende a nivel global. Está claro que es una de las películas que más han marcado una generación, y que sigue cautivando a muchas personas que no la vieron cuando se estrenó, pero han seguido la saga como si fuese la única en el mundo cinematográfico.

En esta saga también se puede ver una modernización de todos los elementos visuales, desde efectos especiales hasta trajes espaciales o armas, y esta evolución ha conseguido, no sólo mantener a su público, sino multiplicarlo cada día más. Buscando información de su frase se encuentran cientos de sitios en internet donde se puede llegar a saber cualquier cosa sobre los personajes, las escenas, los lugares, todo. Por otro lado, los anglosajones han sabido sacarle partido a la frase, modificándola por otra que suena exactamente igual y así crear no sólo una frase sino un día para celebrar *Star Wars*.

Las películas son una parte muy importante de nuestro desarrollo, desde que somos pequeños hasta la vida adulta, porque nos enseñan unos valores, nos hacen creer en cosas inimaginables, nos ayudan a aprender, desde un idioma nuevo a culturas que desconocíamos, y nos abren las puertas de la ficción y de la realidad para que podamos elegir en cual queremos entrar y soñar. Hacer llegar al público el mensaje que contiene una película, por tanto, es fundamental, de esa manera estaremos contribuyendo al desarrollo personal comentado a través de otra lengua.

Asimismo, se han buscado y analizado la cantidad de objetos y juegos que han sido producidos después del estreno y que siguen reviviendo la memoria de las películas año tras año. Existe una inmensa variedad de productos como ropa, gorras, bicicletas, colección de cromos, juegos de mesa, ropa para mascotas, artículos de papelería, estatuillas de todos los tamaños y muchas otras cosas, que llaman la atención tanto por su versatilidad como por su repercusión en los consumidores. Los productores buscan, de alguna manera, aumentar la rentabilidad de las películas a través de otros canales de producción y distribución.

Es difícil llegar a determinar cuál ha sido la clave del éxito para estas películas, ya que cada una tiene una historia y unos personajes totalmente distintos. Han llegado a la cima quizás por el momento elegido para el estreno o a través del *marketing*, pero no siempre se encuentra un factor específico que explique esto.

Lo que sí sabemos es que todas han conseguido llegar a públicos de todas las edades y que sus frases se han convertido en parte del lenguaje de la sociedad española como ejemplo del impacto de la traducción audiovisual de LO a LM. Hay muchas más películas

que, a través de la traducción, han conseguido llegar a un público en LM que conecta con aquello que dicen.

Se podría considerar la traducción audiovisual como el campo de la traducción menos valorado en el sector. En ello influye la rapidez con la que los traductores deben trabajar hoy en día, junto con la búsqueda de beneficios económicos, que hacen descuidar el objetivo último de la traducción audiovisual y otras muchas cosas. Es una actividad infravalorada por los pocos reconocimientos a los traductores, así como por la cantidad de personas que hoy en día, gracias a las tecnologías, pueden traducir; convirtiendo la traducción en un proceso de producción en masa, que pasa a un segundo plano cuando planteamos su necesidad (Várela), por ejemplo, dentro del ámbito cinematográfico.

Sin embargo, hay otras personas que lo consideran un arte o una disciplina por su forma de saber comunicar y transmitir mensajes adaptados a culturas o lenguas totalmente opuestas. Por ello, se podría considerar como una actividad trascendente, llena de análisis y elaboración, necesaria para poder disfrutar de películas o series en LO, ya sea por la lengua o por los elementos culturales, que no hacen referencia a nosotros sino al público en LO.

Gracias a todo esto, existen frases que, sin haber sido creadas en nuestra lengua, han pasado a ser parte de nuestro lenguaje cotidiano y son utilizadas cada día por cientos de personas de todas las edades. El impacto que tiene la traducción audiovisual, por lo tanto, se puede medir en el grado de utilización de frases de películas conocidas mundialmente porque todo lenguaje refleja aquello que la sociedad adopta y usa. Los errores de traducción han demostrado ser exitosos en muchos casos, ya sea por el desconocimiento de la LO del público o porque queda mejor dentro de un contexto cultural distinto.

Por todo esto, es importante que se valore y fomente más la traducción audiovisual realizada por los profesionales dedicados a transmitir valores, ideas e historias al público a través del cine o series.

## 9. Anexo

### 9.1 Hoja de ruta

No puedo finalizar este trabajo sin hacer una mención muy especial a la directora de éste, Dña. Pilar Úcar, sin cuya ayuda no habría podido lograr el objetivo marcado.

El 10 de octubre de 2018 me reuní por primera vez con ella para organizar las fechas y las pautas que seguiríamos a lo largo de este proyecto. Hablamos sobre mi elección del tema y sobre los puntos más importantes a desarrollar para construir el trabajo, decidiendo comenzar después de navidad para poder avanzar, también, con el trabajo de relaciones internacionales.

El día 16 de enero de 2019 comenzamos a ordenar las ideas principales, después de analizar distintas opciones y situaciones que podrían ser de gran ayuda en la búsqueda de información, y dimos forma al índice. En esa misma reunión marcamos la hoja de ruta y la metodología a seguir para avanzar en el trabajo. Básicamente consistía en compartir con mi directora, semanalmente, los avances y progresos del trabajo, para poder así profundizar o mejorar aquellos aspectos que fueran necesarios y que, a su vez, tratábamos en las diferentes tutorías que hemos mantenido.

Ha sido fundamental para el buen desarrollo del trabajo, cumplir los plazos que la directora establecía. Me ha ayudado a encauzar mis ideas y a exigirme el esfuerzo necesario para anticipar el contenido de los distintos apartados que mi directora tenía que ir evaluando.

El 3 de abril tuvimos la última tutoría para enfocar la parte final del trabajo y su visión de conjunto.

## 10. Bibliografía

- American Film Institute.* (June de 2005). Obtenido de [www.afi.com/100Years/quotes.aspx](http://www.afi.com/100Years/quotes.aspx).
- Bosque, D. (octubre de 2012). *Bond...James Bond: Medio siglo de espionaje, lujo y mujeres.* Obtenido de 20 Minutos: <https://www.20minutos.es/noticia/1607979/0/james-bond/agente-007/medio-siglo/>
- Cabezas, N. (noviembre de 2017). *Universidad Internacional de Valencia.* Obtenido de La traducción audiovisual. Una breve contextualización de la especialidad: <https://www.universidadviu.es/la-traduccion-audiovisual-breve-contextualizacion-la-especialidad/>
- CitasyFrasesde.* (2017). Obtenido de CitasyFrasesde: [www.citasyfrasesde.com](http://www.citasyfrasesde.com)
- Disney. (s.f.). *Star Wars* . Obtenido de Star Wars Day: May the 4th be with you: <https://www.starwars.com/may-the-4th>
- El Séptimo Arte.* (2005-2019). Obtenido de El Séptimo Arte: [www.elseptimoarte.net/peliculas/](http://www.elseptimoarte.net/peliculas/)
- Entrelectores.* (s.f.). Obtenido de Entrelectores: [www.entrelectores.com/libros/george-lucas/la-guerra-de-las-galaxias-george-lucas](http://www.entrelectores.com/libros/george-lucas/la-guerra-de-las-galaxias-george-lucas)
- España, L. N. (junio de 2015). *Los mejores gazapos del doblaje español.* Obtenido de La Nueva España: <https://ocio.lne.es/cine/noticias/nws-421947-los-mejores-gazapos-doblaje-espanol.html>
- Essays, UK. (Noviembre 2018). Audiovisual Translation Avt. Obtenido de <https://www.ukessays.com/essays/english-language/audiovisual-translation-avt-english-language-essay.php?vref=1>
- FANDOM.* (s.f.). Obtenido de Bondpedia: [www.jamesbond.fandom.com/es/wiki/James\\_Bond](http://www.jamesbond.fandom.com/es/wiki/James_Bond)
- Fluzo, E. C. (octubre de 2010). *El Condensador de Fluzo.* Obtenido de <http://fluzeandoando.blogspot.com/2010/10/terminator-el-verdadero-significado-de.html>
- Galanes Santos, Iolanda (2008) «Proceso de decisión terminológica en la traducción de textos científicos de una lengua minorizada. El traductor ante la variación terminológica», en PEGENAUTE, L.; DECESARIS, J.; TRICÁS, M. y BERNAL, E. [eds.] Actas del III Congreso Internacional de la Asociación Ibérica de Estudios de Traducción e Interpretación. La traducción del futuro: mediación lingüística y cultural en el siglo XXI. Barcelona 22-24 de marzo de 2007. Barcelona: PPU. Vol. n.º 1, pp. 439-448. ISBN 978-84-477-1026-3. Versión electrónica disponible en la web de la AIETI: <[http://www.aieti.eu/pubs/actas/III/AIETI\\_3\\_IGS\\_Proceso.pdf](http://www.aieti.eu/pubs/actas/III/AIETI_3_IGS_Proceso.pdf)>.
- Gambier, Y. (1996). *Les Transferts Linguistiques Dans Les Médias Audiovisuels.* Paris: Presses Universitaires du Septentrion.
- Gambier, Y. (2004). La traduction audiovisuelle : un genre en expansion. *Meta*, 49(1), 1–11. <https://doi.org/10.7202/009015ar>

- García, A. (Mayo de 2009). *Cocinando Palabras*. Obtenido de Emmental, querido Watson: [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es)
- Hill, J. H. (1993). Hasta La Vista, Baby: Anglo Spanish in the American Southwest. *Critique of Anthropology*, 13(2), 145–176. <https://doi.org/10.1177/0308275X9301300203>
- IIEMD. (s.f.). *Instituto Internacional Español de Marketing Digital*. Obtenido de Qué es GIF: Definición: <https://iiemd.com/gif/que-es-gif>
- IMDb. (s.f.). *IMDb*. Obtenido de ¿Teléfono rojo? Volamos hacia Moscú: [https://www.imdb.com/title/tt0057012/?ref\\_=nv\\_sr\\_1?ref\\_=nv\\_sr\\_1](https://www.imdb.com/title/tt0057012/?ref_=nv_sr_1?ref_=nv_sr_1)
- Lombardo, M. J. (julio de 2014). *Mi casa, teléfono, porrito*. Obtenido de Diario de Jerez: [https://www.diariodejerez.es/ocio/casa-telefono-porrito\\_0\\_499450276.html](https://www.diariodejerez.es/ocio/casa-telefono-porrito_0_499450276.html)
- QueLibroLeo*. (s.f.). Obtenido de QueLibroLeo: [www.quelibroleo.com/los-juegos-del-hambre](http://www.quelibroleo.com/los-juegos-del-hambre)
- RAE. (2019). *Real Academia Española*. Obtenido de [www.rae.es](http://www.rae.es)
- RTVE. (Noviembre de 2018). *Lotería de Navidad 2018*. Obtenido de Los mejores anuncios de Lotería de este siglo: <http://www.rtve.es/rtve/20181113/loteria-navidad-2018-mejores-anuncios-del-sorteo-navidad-este-siglo/1824420.shtml>
- Umpiérrez, F. (julio de 2018). *Traducción audiovisual. Definición y tipos (I)*. Obtenido de Zesauro Traducciones: la palabras exacta, el sentido preciso: <http://zesauro.com/blog/traduccion-audiovisual-definicion-y-tipos/>
- Várela, F. C. (s.f.). La traducción audiovisual: estado de cuestión. En L. P. Vertida. Centro Virtual Cervantes.
- Watson, M. Q. (2019). *Mi Querido Watson*. Obtenido de Mi Querido Watson your partner in crime: [www.miqueridowatson.com](http://www.miqueridowatson.com)
- Wilss, W. (enero 1994). A Framework for Decision-Making in Translation. *Target. International Journal of Translation Studies, Volume 6, Issue 2*, 131-150.