

# UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

FACULTAD DE FILOLOGÍA, TRADUCCIÓN Y COMUNICACIÓN  
DEPARTAMENTO DE TEORÍA DE LOS LENGUAJES Y CIENCIAS DE  
LA COMUNICACIÓN

ÁREA DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN



**Audiodescripción de referentes culturales:  
Estudio descriptivo-comparativo y de recepción**

Programa de Doctorado: La Traducción y la Sociedad del Conocimiento

**TESIS DOCTORAL**

**Autora: Raquel Sanz Moreno**

**Directora: Dra. Mabel Richart Marset**

**Valencia, 2017**



A las personas que me han enseñado lo que es el amor.

A mi padre, por Ser, por enseñarme a ver.

A María C., por Estar, por verme.

A Xavi y Xus, por Hacer, por mantener la mirada.



*"I have been to hell and back. And let me tell you.*

*It was wonderful!"*

*Louise Bourgeois*



## ÍNDICE

Introducción.....	1
1 Capítulo 1. La Audiodescripción .....	13
1.1 Audiodescripción y traducción .....	14
1.2 Audiodescripción y traducción audiovisual .....	22
1.3 Estado de la cuestión.....	25
1.3.1 Los orígenes de la AD.....	25
1.3.2 Desarrollo legislativo en España y Reino Unido. La AD como derecho fundamental.....	30
1.4 Los estudios sobre AD .....	52
1.4.1 Estudios descriptivos.....	53
1.4.2 Estudios de recepción .....	68
1.5 Recapitulación.....	80
2 Capítulo 2. Los sujetos intervinientes en el proceso de AD .....	83
2.1 El descriptor .....	84
2.1.1 Los primeros descriptores.....	84
2.1.2 El descriptor en la actualidad y retos de cara al futuro. ....	86
2.2 El receptor de la AD.....	98
2.2.1 El receptor en las normas de AD.....	98
2.2.2 Ceguera o deficiencia visual .....	109
2.3 Recapitulación.....	137
3 Capítulo 3. Metodología.....	139
3.1 Problema de investigación .....	140
3.2 Objetivos e hipótesis .....	141
3.2.1 Fase preliminar .....	142
3.2.2 Fase 1: Estudio descriptivo (ED) .....	143
3.2.3 Fase 2: Estudio de recepción (ER) .....	144
3.3 Metodología de investigación mixta.....	148
3.3.1 Método cualitativo .....	149

3.3.2	Método cuantitativo.....	152
3.3.3	Método mixto.....	153
4	Capítulo 4. Estudio descriptivo. Análisis de referentes culturales en AD.....	177
4.1	Marco de análisis del ED.....	177
4.1.1	Objetivos e hipótesis del ED.....	177
4.1.2	Marco teórico.....	179
4.1.3	Referentes culturales, AD y técnicas de traducción.....	184
4.2	Metodología del ED.....	187
4.2.1	Identificación y clasificación de referentes culturales.....	187
4.2.2	Justificación y caracterización del corpus del ED.....	193
4.3	Análisis cuantitativo.....	211
4.3.1	General.....	211
4.3.2	Específico sobre referentes culturales.....	213
4.3.3	Recapitulación.....	225
4.4	Análisis cualitativo.....	226
4.4.1	Referentes geográficos.....	227
4.4.2	Referentes etnográficos.....	231
4.4.3	Referentes sociopolíticos.....	248
4.5	Recapitulación.....	256
5	Capítulo 5. Estudio de Recepción.....	267
5.1	Estudio de Recepción 1 (ER1).....	268
5.1.1	Metodología.....	268
5.1.2	Presentación y análisis de los datos.....	287
5.1.3	Valoración de los resultados.....	312
5.2	Estudio de Recepción 2 (ER2).....	317
5.2.1	Metodología.....	317
5.2.2	Presentación y análisis de los datos.....	325
5.2.3	Valoración de los resultados.....	365
6	Capítulo 6. Conclusiones.....	372
6.1	Valoración de objetivos y validación de hipótesis.....	372



6.1.1 Estudio descriptivo .....	373
6.1.2 Estudio de Recepción 1.....	377
6.1.3 Estudio de Recepción 2.....	379
6.2 Limitaciones del estudio.....	380
6.3 Algunas recomendaciones para la AD .....	382
6.3.1 Generales .....	382
6.3.2 Sobre AD de referentes culturales .....	385
6.4 Líneas de trabajo futuro.....	386
Bibliografía .....	388
Filmografía .....	409



## ÍNDICE DETALLADO

Introducción.....	1
1 Capítulo 1. La Audiodescripción .....	13
1.1 Audiodescripción y traducción .....	14
1.2 Audiodescripción y traducción audiovisual .....	22
1.3 Estado de la cuestión.....	25
1.3.1 Los orígenes de la AD.....	25
1.3.2 Desarrollo legislativo en España y Reino Unido. La AD como derecho fundamental.....	30
1.3.2.1 Legislación internacional.....	32
1.3.2.2 Legislación europea.....	34
1.3.2.3 Legislación nacional .....	37
1.3.2.3.1 Legislación española .....	37
1.3.2.3.2 Legislación británica .....	40
1.3.2.4 Panorama actual de la AD en España.....	42
1.3.2.4.1 Televisión .....	42
1.3.2.4.2 Cine .....	47
1.4 Los estudios sobre AD.....	52
1.4.1 Estudios descriptivos.....	53
1.4.1.1 Estudios desde una perspectiva lingüística .....	54
1.4.1.2 Estudios desde una perspectiva narratológico-discursiva .....	58
1.4.1.3 Estudios desde la perspectiva del lenguaje fílmico .....	62
1.4.2 Estudios de recepción .....	68
1.4.2.1 Los primeros estudios sobre AD en normoidentes: <i>The Pear Tree Project</i> y <i>Eye tracking</i> .....	68
1.4.2.2 Estudios en receptores con personas ciegas o con baja visión .....	73
1.5 Recapitulación.....	80
2 Capítulo 2. Los sujetos intervinientes en el proceso de AD.....	83
2.1 El descriptor .....	84
2.1.1 Los primeros descriptores.....	84

2.1.2	El descriptor en la actualidad y retos de cara al futuro. ....	86
2.2	El receptor de la AD.....	98
2.2.1	El receptor en las normas de AD.....	98
2.2.1.1	El receptor ciego o con deficiencias visuales .....	98
2.2.1.2	Receptores con problemas cognitivos o perceptivos.....	104
2.2.2	Ceguera o deficiencia visual .....	109
2.2.2.1	Definiciones.....	109
2.2.2.2	Cifras, causas y factores de riesgo.....	115
2.2.2.2.1	Ceguera y deficiencia visual en cifras .....	115
2.2.2.2.2	Factores de riesgo.....	119
2.2.2.2.3	Causas más comunes .....	121
2.2.2.2.3.1	Degeneración Macular Asociada a la Edad (DMAE).....	124
2.2.2.2.3.2	Glaucoma.....	127
2.2.2.2.3.3	Retinopatía diabética .....	129
2.2.2.2.3.4	Cataratas .....	131
2.2.2.2.3.5	Errores de refracción.....	132
2.2.2.3	La integración de las personas con ceguera o deficiencia visual en la sociedad actual.....	133
2.3	Resumen.....	137
3	Capítulo 3. Metodología.....	139
3.1	Problema de investigación .....	140
3.2	Objetivos e hipótesis .....	141
3.2.1	Fase preliminar .....	142
3.2.2	Fase 1: Estudio descriptivo (ED) .....	143
3.2.3	Fase 2: Estudio de recepción (ER) .....	144
3.2.3.1	Estudio de recepción en NVE (ER1).....	145
3.2.3.2	Estudio de recepción en ciegos o personas con baja visión (ER2). .....	146
3.3	Metodología de investigación mixta.....	148
3.3.1	Método cualitativo .....	149
3.3.2	Método cuantitativo.....	152

3.3.3	Método mixto.....	153
3.3.3.1	Diseño del Estudio descriptivo (ED).....	154
3.3.3.2	Diseño del Estudio de recepción (ER) .....	156
3.3.3.2.1	Diseño del Estudio de Recepción en espectadores NVEs españoles (ER1) .....	157
3.3.3.2.1.1	Fases .....	157
3.3.3.2.1.2	Corpus ER1 .....	158
3.3.3.2.1.3	Muestra NVE .....	160
3.3.3.2.1.4	Instrumentos de medición. El cuestionario .....	161
3.3.3.2.1.5	Elaboración del cuestionario.....	165
3.3.3.3	Diseño del Estudio de recepción en espectadores ciegos o con baja visión españoles y británicos (ER2) .....	167
3.3.3.3.1	Fases .....	167
3.3.3.3.2	Corpus ER2.....	169
3.3.3.3.3	Muestra. Selección de participantes CBVE.....	171
3.3.3.3.4	Instrumentos de análisis.....	173
3.3.3.3.4.1	Cuestionario.....	173
3.3.3.3.4.2	La entrevista.....	174
4	Capítulo 4. Estudio descriptivo. Análisis de referentes culturales en AD.....	177
4.1	Marco de análisis del ED .....	177
4.1.1	Objetivos e hipótesis del ED .....	177
4.1.2	Marco teórico. ....	179
4.1.2.1	Referentes culturales .....	179
4.1.3	Referentes culturales, AD y técnicas de traducción .....	184
4.2	Metodología del ED .....	187
4.2.1	Identificación y clasificación de referentes culturales.....	187
4.2.2	Justificación y caracterización del corpus del ED.....	193
4.2.2.1	Slumdog millionaire (Boyle, 2008) .....	196
4.2.2.2	Memorias de una geisha (Marshall, 2005).....	199
4.2.2.3	Pequeña Miss Sunshine (Dayton y Faris, 2006).....	204
4.2.2.4	Juno (Reitman, 2007) .....	206

4.3	Análisis cuantitativo .....	211
4.3.1	General.....	211
4.3.2	Específico sobre referentes culturales.....	213
4.3.2.1	Tipos de referentes culturales analizados. ....	214
4.3.2.2	Técnicas de traducción empleadas en la AD de referentes culturales ..	217
4.3.2.2.1	Técnicas de traducción empleadas en la AD de referentes geográficos.....	217
4.3.2.2.2	Técnicas de traducción empleadas en la AD de referentes etnográficos .....	219
4.3.2.2.3	Técnicas de traducción empleadas en la AD de referentes sociopolíticos.....	222
4.3.3	Recapitulación.....	225
4.4	Análisis cualitativo .....	226
4.4.1	Referentes geográficos .....	227
4.4.2	Referentes etnográficos.....	231
4.4.2.1	Arte y cultura popular. ....	231
4.4.2.2	Religión .....	235
4.4.2.3	Alimentación .....	238
4.4.2.4	Indumentaria y maquillaje. ....	240
4.4.2.5	Medicina. Drogas.....	243
4.4.2.6	Transportes. ....	245
4.4.2.7	Costumbres.....	247
4.4.3	Referentes sociopolíticos. ....	248
4.4.3.1	Edificios históricos.....	249
4.4.3.2	Personajes históricos. ....	251
4.4.3.3	Profesiones, cargos, trabajos, lugares de trabajo. ....	253
4.4.3.4	Barrios, calles, edificios. ....	254
4.5	Recapitulación.....	256
5	Capítulo 5. Estudio de Recepción .....	267
5.1	Estudio de Recepción 1 (ER1) .....	268
5.1.1	Metodología .....	268

5.1.1.1	Diseño del cuestionario.....	270
5.1.1.1.1	Texto introductorio e instrucciones .....	271
5.1.1.1.2	Aspectos formales .....	273
5.1.1.1.3	Tipos de pregunta .....	275
5.1.1.2	Estudio Piloto (ER1) .....	277
5.1.2	Presentación y análisis de los datos.....	287
5.1.2.1	Perfil sociodemográfico de la muestra .....	287
5.1.2.2	Resultados sobre referentes culturales .....	291
5.1.2.2.1	Los Tres Mosqueteros (Clip 1_SM11).....	291
5.1.2.2.2	Amitabh Bachchan (Clip 2_SM10).....	292
5.1.2.2.3	Dios Rama (Clip 3_SM12) .....	294
5.1.2.2.4	Taj Mahal (Clip4_SM1).....	297
5.1.2.2.5	Comida hindú (Clip5_SM13).....	297
5.1.2.2.6	Estación Chhatrapati Shivaji (Clip6_SM2).....	298
5.1.2.2.7	Pañuelo amarillo de Latika (Clip7_SM16).....	299
5.1.2.2.8	Bollywood (Clip8_SM8) .....	300
5.1.2.2.9	Nietzsche (Clip9_PMS1).....	301
5.1.2.2.10	Bush (Clip 10_PMS5) .....	302
5.1.2.2.11	Test de Ishihara (Clip11_PMS9).....	303
5.1.2.2.12	Cerezo en flor (Clip12_MG28).....	304
5.1.2.2.13	Indumentaria japonesa (Clip13_MG13).....	305
5.1.2.2.14	Indumentaria (Clip14_MG9) .....	306
5.1.2.2.15	Indumentaria (Clip15_MG11/10).....	307
5.1.2.2.16	Yukatas (Clip16_MG15) .....	308
5.1.2.2.17	Ekubo (Clip 17_MG24).....	309
5.1.2.2.18	Kaburenjo (Clip 18_MG16) .....	309
5.1.2.2.19	Templo (Clip19_MG23).....	310
5.1.2.2.20	Orquídea.....	311
5.1.3	Valoración de los resultados.....	312
5.2	Estudio de Recepción 2 (ER2) .....	317

5.2.1 Metodología .....	317
5.2.1.1 Diseño del cuestionario.....	319
5.2.1.2 Estudio piloto .....	323
5.2.2 Presentación y análisis de los datos.....	325
5.2.2.1 Obtención de la muestra.....	325
5.2.2.1.1 Datos sociodemográficos .....	327
5.2.2.1.2 Tipos de ceguera o baja visión.....	329
5.2.2.1.3 Hábitos de ocio .....	332
5.2.2.2 Resultados sobre referentes culturales .....	336
5.2.2.2.1 Los tres mosqueteros (1_SM11).....	336
5.2.2.2.2 Amitabh Bachchan (2_SM10) .....	339
5.2.2.2.3 Dios Rama (3_SM12).....	341
5.2.2.2.4 Taj Mahal (4_SM1).....	344
5.2.2.2.5 Comida india (5_SM13).....	346
5.2.2.2.6 Estación de tren Chhatrapati Shivaji (6_SM2).....	347
5.2.2.2.7 Pañuelo amarillo de Latika (7_SM16).....	349
5.2.2.2.8 Bollywood (8_SM8).....	350
5.2.2.2.9 Nietzsche (9_PMS1) .....	352
5.2.2.2.10 Bush (10_PMS5).....	354
5.2.2.2.11 Test de Ishihara (11_PMS9).....	354
5.2.2.2.12 Cerezo en flor (12_MG28) .....	355
5.2.2.2.13 Indumentaria geisha (13_MG13).....	356
5.2.2.2.14 Geta (14_MG9).....	358
5.2.2.2.15 <i>Obi, tabi</i> , kimono (15_MG10/11) .....	358
5.2.2.2.16 <i>Yukatas, hanamachi</i> (16_MG15).....	360
5.2.2.2.17 <i>Ekubo</i> (17_MG24) .....	361
5.2.2.2.18 Escuela de las geishas (18_MG16).....	362
5.2.2.2.19 Templo sintoísta (19_MG23).....	362
5.2.2.2.20 Orquídea (20_JN2).....	364
5.2.3 Valoración de los resultados.....	365



6	Capítulo 6. Conclusiones.....	372
6.1	Valoración de objetivos y validación de hipótesis.....	372
6.1.1	Estudio descriptivo .....	373
6.1.2	Estudio de Recepción 1.....	377
6.1.3	Estudio de Recepción 2.....	379
6.2	Limitaciones del estudio.....	380
6.3	Algunas recomendaciones para la AD .....	382
6.3.1	Generales .....	382
6.3.2	Sobre AD de referentes culturales .....	385
6.4	Líneas de trabajo futuro.....	386
	Bibliografía .....	388
	Filmografía .....	409



## Índice de tablas

Tabla 1. Calendario de implantación de AD en cadenas públicas (autonómicas y estatales) y privadas de televisión, en base a lo dispuesto en la Disposición Transitoria Quinta de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General sobre Comunicación Audiovisual. .	39
Tabla 2. Evolución de las horas de AD por año (Fuente: CESyA, 2015: 129).....	43
Tabla 3. Evolución de horas de AD por operadores (Fuente: CESyA, 2015: 131) .....	44
Tabla 4. Media anual sobre número de horas con AD en las principales cadenas de TV españolas (Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, 2016) .....	46
Tabla 5. Clasificación de la función visual en base a la OMS (2006) .....	109
Tabla 6: Categorías de discapacidad visual de acuerdo con la Clasificación Internacional de Enfermedades y Problemas Relacionados con la Salud (CIF-10, revisión 2010).....	111
Tabla 7. Resumen de las fases del ED.....	156
Tabla 8. Resumen de las fases del ER1 .....	157
Tabla 9. Participantes del ER1 y clips a los que se expusieron .....	157
Tabla 10. Relación de clips de vídeo que conforman el corpus del ER1.....	159
Tabla 11. Criterios de inclusión y exclusión de NVE .....	160
Tabla 12. Resumen de las fases del ER2 .....	168
Tabla 13. Grupos de participantes en ER2 y clips a los que se expusieron.....	169
Tabla 14. Ejemplo de traducción de AD de un referente cultural .....	170
Tabla 15. Relación de voces masculinas y femeninas para las ADE, ADI, ADET y ADIT. ....	171
Tabla 16: Criterios de inclusión y exclusión de CDVE.....	172
Tabla 17. Modelo de ficha de análisis de referentes culturales en AD .....	190
Tabla 18. Películas con AD que conforman el corpus del ED .....	195
Tabla 19. Número de palabras de los GAD .....	211
Tabla 20. Técnicas de traducción sobre referentes geográficos. Por subcategorías. ....	218
Tabla 21. Técnicas de traducción sobre referentes etnográficos. Por subcategorías.....	220
Tabla 22. Técnicas de traducción sobre referentes sociopolíticos. Por subcategorías ..	224
Tabla 23. Técnicas de AD de referentes culturales. Estudio cuantitativo .....	225
Tabla 24: Técnicas de AD de referentes culturales. Geografía.....	227
Tabla 25. Técnicas de AD de referentes culturales. Etnografía. Arte y cultura popular .....	232
Tabla 26: Técnicas de AD de referentes culturales. Etnografía. Religión. ....	236
Tabla 27: Técnicas de AD de referentes culturales. Etnografía. Alimentación.....	238
Tabla 28. Técnicas de AD de referentes culturales. Etnografía. Indumentaria .....	240
Tabla 29. AD de referente culturales. Etnografía. Drogas y medicina.....	244
Tabla 30. Técnicas de AD de referentes culturales. Etnografía. Transportes.....	245
Tabla 31. Técnicas de AD de referentes culturales. Etnografía. Costumbres .....	247

Tabla 32. Técnicas de AD de referentes culturales. Referentes sociopolíticos. Edificios históricos.....	249
Tabla 33. Técnicas de AD de referentes culturales. Sociopolítica. Personajes históricos. ....	251
Tabla 34. Técnicas de AD de referentes culturales. Sociopolítica. Profesiones y cargos. ....	253
Tabla 35: AD de referentes culturales. Sociopolítica. Barrios, calles, edificios. ....	255
Tabla 36. Modificaciones del cuestionario derivadas del Estudio Piloto .....	284
Tabla 37. Tabla resumen de las tasas de aciertos de los participantes en el ER1 .....	316
Tabla 38. Variables de control de CDVE .....	320
Tabla 39. Orden de visionado de los clips ES.....	322
Tabla 40. Relación de días y lugares donde realizamos el test en CBVE.....	326
Tabla 41. Preferencias en el visionado de clips con AD.....	367
Tabla 42. Preferencias de AD en base a las películas .....	368

## Índice de Figuras

Figura 1.Principales causas de deficiencia visual en Reino Unido (Fuente: The Economic Impact of Partial Sight and Blindness in the U.K., Access Economics, Ltd., 2009). .....	121
Figura 2.Principales causas de ceguera en Reino Unido (Fuente: The Economic Impact of Partial Sight and Blindness in the U.K., Access Economics, Ltd., 2009).....	122
Figura 3.Principales causas de ceguera y deficiencia visual en España (Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2008) .....	123
Figura 4. Nivel de estudios en discapacitados visuales e integración en el mercado laboral en España (Fuente: Adecco, 2010).....	136
Figura 5. Tipos de referentes culturales analizados .....	215
Figura 6. Referentes etnográficos. Subcategorías.....	216
Figura 7. Referentes sociopolíticos. Subcategorías. ....	216
Figura 8. Referentes geográficos. Subcategorías.....	217
Figura 9.Técnicas de AD de referentes culturales. Estudio cuantitativo.....	226
Figura 10. Ejemplo de pregunta de elección única .....	276
Figura 11. Ejemplo de preguntas abiertas asociadas a un clip de vídeo .....	277
Figura 12. Ejemplo de pregunta dicotómica.....	277
Figura 13. Página en la que aparece un clip de vídeo .....	285
Figura 14. Preguntas relacionadas con el clip anterior, en una página distinta .....	286
Figura 15. Distribución de la muestra de NVE por sexo .....	288
Figura 16. Distribución de la muestra NVE por edad.....	289
Figura 17. Distribución de la muestra de NVE por nivel de formación.....	289
Figura 18. Grado de conocimiento de los referentes culturales (ER1) .....	313
Figura 19. Distribución de la muestra CBVE por sexo.....	327
Figura 20. Distribución de la muestra de CBVE por edad .....	328
Figura 21. Distribución de la muestra de CBVE por nivel de formación .....	329
Figura 22. Momento de la ceguera o baja visión.....	330
Figura 23. Enfermedades causantes de la pérdida de visión .....	331
Figura 24. Grado de pérdida de visión.....	331
Figura 25. Número de películas al mes en cualquier formato .....	333
Figura 26. Preferencias en cuanto al formato .....	333
Figura 27. Conocimiento de la AD.....	334
Figura 28. Utilización de AD en el cine.....	335
Figura 29. Utilización de AD en televisión o DVD.....	335

## Índice de fotografías

Fotografía 1. Fotogramas de <i>Memorias de una geisha</i> y <i>Slumdog millionaire</i> tal y como lo ven personas que padecen DMAE.....	126
Fotografía 2. Fotogramas de <i>Memorias de una geisha</i> y <i>Pequeña Miss Sunshine</i> tal y como lo perciben personas que padecen glaucoma.....	129
Fotografía 3. Fotogramas de <i>Slumdog millionaire</i> y <i>Pequeña Miss Sunshine</i> tal y como lo perciben personas que padecen cataratas.....	132
Fotografía 4: Jamal y Salim, protagonistas de <i>Slumdog millionaire</i> .....	197
Fotografía 5: La rebelde Hatsumomo en la <i>okiya</i> .....	200
Fotografía 6. La familia Hoover en la furgoneta amarilla .....	204
Fotografía 7: La habitación de Juno .....	210







## **Agradecimientos**

La redacción de estas líneas significa que he llegado al final de un largo camino y es la hora de agradecer a todas las personas que me han ayudado a lo largo de estos años a recorrerlo.

En primer lugar, tengo que dar las gracias a la Dra. Mabel Richart por su apoyo incondicional desde antes de iniciarme en el mundo de la investigación y de la docencia. Ella vio en mí un potencial del que ni yo misma era consciente y fue la que me animó a adentrarme en este apasionante mundo. Su entusiasmo y fe en este proyecto han sido, sin duda, fundamentales para llevarlo a término.

También es necesario agradecer al profesorado del máster de Traducción Creativa y Humanística de la Universitat de València cuyas clases fueron una fuente de inspiración constante. También recuerdo a los miembros de mi tribunal de Trabajo de Fin de Máster, Dr. Frederic Chaume, Dra. Montserrat Veyrat y Dr. Sergio Maruenda, pues sus acertados comentarios, sus correcciones y recomendaciones sobre aquel trabajo enriquecieron sobremanera el presente.

Tengo que agradecer a todas las personas que de una u otra forma han contribuido a la redacción de esta tesis: a la audiodescriptora Esmeralda Azkarate-Gaztelu por hacerme partícipe de sus experiencias; a todos los participantes normovidentes en el estudio de recepción 1 por su tiempo y su paciencia. Y gracias a todos mis interlocutores que me ayudaron a hacer llegar la encuesta a mucha más gente de la que creí que se pudiera.

Y de forma muy especial querría agradecer a todos los receptores ciegos o con baja visión que han colaborado en el estudio de recepción 2; a la Asociación Retina Comunidad Valenciana, a la Delegación Territorial de la ONCE de Valencia y a la Unidad para la Integración de Personas con Discapacidad de la Universitat de València, por su ayuda en la difusión de este proyecto y por su colaboración desinteresada en el mismo. Debo dar las gracias, en especial, a Pepe, de la ONCE, por su entusiasmo y participación activa; a Almudena de la Asociación Retina Comunidad Valenciana, a Chelo, y muy especialmente a Betrisa e Inma que me ayudaron más de lo que creen. Sois una inspiración que me impulsa a seguir investigando en este ámbito. Gracias por permitirme ser vuestra voz y plasmar vuestras opiniones y vuestros anhelos.

En un plano más personal, querría agradecer el apoyo que he recibido a lo largo de estos duros años a las personas que me han acompañado.

A Virginie, Graziela, Adeline, Oussama, Pedro, Aurora, Gloria, Mariano, Felipe, Maru, Teresa. Por creer en mí siempre.

A todos los compañeros y amigos de mi padre. Concha, Rocío, Cristina, Raquel, Andrés, Jorge, Pepe, Xavi, Xus... por cuidarlo y quererlo tanto. Por enseñarme el valor real de la amistad. Y a Miguel, por llegar en el mejor momento y ocuparse tan bien de mi padre. Sin él, seguro que no hubiese acabado esta tesis.

A María Ferrer por su amistad incondicional y por estar a mi lado en el momento más difícil de mi vida. Tuvimos grandes maestros y seguiremos el legado.

A Isabel Torreblanca, por su alegría y vitalidad. Porque de mayor quiero ser como tú.

A Beni Rodríguez, por animarme a escribir a pesar del dolor, de las lágrimas y del sufrimiento. Por acompañarme a cada paso, escucharme y ser mi fan número 1.

A Toni Villarreal por todo. Por aguantarme, escucharme y animarme a seguir adelante. Por ser y estar incondicionalmente.

A mi familia, por su paciencia y por esperarme. A mi madre y mis hermanas Norma e Isolda, a mis hermanos Silver y Gabi. A mis sobris Carla y Cris, para que aprendan a ver y a mirar.

A María C., por cumplir su palabra y no soltarme de la mano nunca. Por ser la primera persona que me vio de verdad y por enseñarme a caminar en la oscuridad. Sin ti, nada hubiera sido posible.

A mi padre. Porque me enseñó que Waltraud Meier es la mejor Isolda y Eva Marton la mejor Elektra. Por ser mi primer maestro. Por enseñarme a apreciar la belleza de las cosas, a pesar del dolor. Porque, como me dijo cuando se acercaba el final, "¡Hay tantas cosas bonitas que ver!" ...

En eso estamos...

## **Introducción**

### Motivación personal

Mi vida no sería lo que es sin el cine. Al séptimo arte le debo lo que quise ser, lo que soy y mucho más. Por eso, cuando el profesor Dr. Ángel López García, en sus clases de introducción a la investigación impartidas en el marco del Máster de Traducción Creativa y Humanística de la Universitat de València, nos advirtió de que la redacción de una tesis doctoral iba a suponer una dedicación en cuerpo y alma, durante un largo periodo de nuestras vidas, tuve la certeza de que mi tesis versaría sobre Traducción Audiovisual. Y aunque, en la actualidad, la investigación académica en este ámbito es prolífica en múltiples facetas, todavía siguen existiendo algunos aspectos susceptibles de un estudio más pormenorizado. Uno de ellos, estimamos, es la audiodescripción.

Mi espíritu aventurero me empujó a aceptar el desafío que supone adentrarse en un ámbito como la audiodescripción, tan apasionante como complejo, tan desconocido como necesario, un mundo nuevo plagado de obstáculos difíciles de sobrellevar y contando con un sinfín de dificultades. E ir un poco más allá: desde mis primeras lecturas preparando mi trabajo de fin de máster, intuía que el análisis contrastivo de diversos guiones de audiodescripción en inglés y en

español de la misma película podría, quizá, contribuir a desvelar algunos de los secretos que guardan las audiodescripciones: qué se elige describir, cómo y por qué. Y muy especialmente, tenía interés en averiguar cuál es la consideración del receptor ciego o con baja visión por parte del descriptor, porque esa consideración quizá pueda explicar, en parte, cómo son las descripciones que se le ofrecen. Aquellos que hemos tenido el privilegio de contar con una persona con una discapacidad en nuestro entorno familiar más próximo, sabemos que no existe una forma ideal de abordarla, especialmente si esta es sobrevenida; pero, quizá, centrándonos no tanto en lo que no pueden hacer, percibir o disfrutar, sino al contrario, promoviendo aquellas actividades en las que el discapacitado pueda participar, y reivindicando la diferencia como elemento integrador en nuestra sociedad, consigamos la tan ansiada igualdad entre ciudadanos, y asimismo seamos conscientes de que todos, en cierta medida, tenemos discapacidades a veces difíciles de superar. La audiodescripción se presenta, para nosotros, como una herramienta esencial en la integración y en la autonomía de la persona con discapacidad.

### Interés académico

Por otra parte, y aunque poco a poco hay cada vez más trabajos de investigación sobre accesibilidad en Traducción Audiovisual, estos han sido en gran parte, y hasta hace poco, de corte descriptivista. Y aunque indispensables, actualmente es necesario llevar a cabo estudios que corroboren o, al contrario, desestimen las conclusiones a las que se han llegado en dichos estudios descriptivos (Braun, 2008: 22-23). Como avanzaremos en numerosas ocasiones en

esta tesis, estimamos que los estudios de recepción están destinados a ocupar un lugar privilegiado en la investigación en Traducción Audiovisual, y muy concretamente en la investigación sobre accesibilidad, puesto que son los destinatarios de la audiodescripción o de la subtitulación para sordos, por ejemplo, los que han de expresarse y decir (e incluso exigir) cómo deberían ser los productos audiovisuales que les están dirigidos a ellos. Los estudios sobre audiodescripciones alternativas, no convencionales (Fryer y Freeman, 2012 y 2013; Udo y Fels, 2009a y 2009b; Udo, Acevedo y Fels, 2010) cobran especial importancia para nosotros, ya que se adentran directamente en la investigación de preferencias y expectativas de los usuarios, algo en lo que pretendemos dar nuestros primeros pasos. Los estudios de recepción sobre preferencias y expectativas del colectivo de personas ciegas o con baja visión son escasos en España, ya que los realizados hasta este momento se centran esencialmente en la evaluación de distintos aspectos de la comprensión, como veremos más adelante. Por esta razón, estimamos que esta tesis supone un acercamiento distinto y novedoso a la audiodescripción.

### Objetivos, delimitación del objeto de estudio e hipótesis

Esta tesis presenta dos estudios distintos pero complementarios que confluyen en la consecución de un único objetivo: promover la visibilidad del colectivo de personas ciegas o con baja visión, de sus necesidades y expectativas en materia de accesibilidad audiovisual. Para ello, pretendemos demostrar que la ubicación geográfica, cultural y lingüística de los agentes intervinientes en la audiodescripción, condicionan, si no determinan, el resultado de esta, entendida

como proceso y como producto; y que las decisiones del descriptor se adecuan a las expectativas de sus receptores meta.

Para ello, y con carácter previo, se determinan tres objetivos preliminares que suponen la base teórica y práctica necesaria para abordar el estudio experimental que conforma el núcleo duro de la presente tesis. Estos objetivos previos son:

- OP1: Describir el panorama actual de la audiodescripción en España.
- OP2: Revisar la literatura académica que hasta hoy se ha publicado sobre audiodescripción.
- OP3: Establecer un perfil del receptor medio de la audiodescripción en España.

A continuación, la presente tesis se articula en dos partes fundamentales y complementarias. Cada estudio persigue un objetivo principal. Por una parte, la finalidad del **estudio descriptivo (ED)** es **analizar y evaluar el elemento cultural presente en la audiodescripción de películas en dos lenguas y para dos audiencias meta distintas**. Para ello, se determinan los siguientes objetivos secundarios:

- O1<sub>ED</sub>: Establecer una metodología de análisis sobre referentes culturales y técnicas de traducción empleadas para describirlos en dos lenguas y para dos culturas meta diferentes.
- O2<sub>ED</sub>: Describir y analizar las técnicas de AD de referentes culturales de películas audiodescritas en España y en Reino Unido.

- O3<sub>ED</sub>: Comparar las técnicas de traducción empleadas en las AD británica y española de los mismos referentes culturales.
- O4<sub>ED</sub>: Establecer conclusiones sobre las diferencias en las técnicas elegidas para la AD en dos lenguas y para dos audiencias meta distintas.

Las hipótesis que subyacen a la consecución de los objetivos mencionados son las siguientes:

- H1<sub>ED</sub>: En función de la ubicación geográfica, lingüística y cultural del descriptor, este elegirá técnicas de traducción distintas para audiodescribir referentes culturales presentes en un filme.
- H2<sub>ED</sub>: Cuanto menor sea el grado de familiaridad y el conocimiento de un referente cultural por parte de la audiencia meta, mayor será la intervención del descriptor, empleando técnicas de traducción más complejas.

Por otra parte, el objetivo del estudio de recepción o experimental (ER) consiste en **determinar si las audiodescripciones que se realizan en la actualidad en España se adecuan a las preferencias y expectativas de los usuarios y, en su caso, proponer directrices o recomendaciones para la audiodescripción de referentes culturales en España.** Para ello, se distinguen cuatro objetivos secundarios:

- O1<sub>ER1</sub>: Determinar el grado de conocimiento por parte de la audiencia normovente española de los referentes culturales audiovisuales.
- O2<sub>ER1</sub>: Comparar el grado de conocimiento de la audiencia normovente española con la información de la AD ofrecida en España.
- O1<sub>ER2</sub>: Identificar la versión de AD que mejor y peor se acepta por parte de los receptores ciegos y con baja visión españoles.
- O2<sub>ER2</sub>: Comprobar si la versión elegida mayoritariamente por el receptor ciego o con baja visión español corresponde a la AD española.

Las hipótesis sobre las que se asienta el ER son las siguientes:

- H1<sub>ER1</sub>: los espectadores ciegos o con baja visión disponen de más información y/o más precisa sobre referentes culturales mostrados en un filme que los espectadores normoventes.
- H1<sub>ER2</sub>: la audiodescripción destinada a los espectadores ciegos o con baja visión se adecuará a sus preferencias. Es decir, la audiencia española preferirá las técnicas de audiodescripción empleadas en la versión española.



## Metodología

Tal y como explicamos con detalle en el Capítulo 3, la presente tesis emplea una **metodología de investigación mixta que combina el método cuantitativo y el cualitativo** tanto en la recolección de datos como en el análisis de los resultados. El empleo de esta metodología nos permite aprovechar las ventajas de ambos métodos de análisis.

Como ya hemos indicado, la investigación que aquí presentamos está compuesta por dos estudios paralelos pero convergentes, cuyo fin último es determinar algunas pautas o recomendaciones para la audiodescripción de referentes culturales en España. Para ello, hemos establecido las siguientes fases:

**- Fase preliminar:** En esta fase, hemos abordado **el estado de la cuestión en materia de audiodescripción**, por lo que hemos acudido a numerosas fuentes bibliográficas, centrándonos sobre todo en estudios de corte descriptivista y de recepción; asimismo, hemos esbozado **el panorama actual de la audiodescripción en España**, para lo cual nos hemos dirigido a fuentes de información especializadas (legislativas, audiovisuales) así como a fuentes bibliográficas actuales. También hemos ahondado en el **conocimiento de los sujetos intervinientes en el proceso de audiodescripción**, para lo cual hemos empleado **la entrevista personal** como una de las fuentes de información más directa y valiosa, así como **fuentes documentales especializadas en el ámbito de la ceguera y baja visión**.

- **Primera fase: Estudio descriptivo (ED).** Este estudio **cuantitativo** tiene como objeto analizar los referentes culturales presentes en las mismas películas audiodescritas en inglés y en español, para lo cual se conformó un corpus de películas con audiodescripción en dos lenguas (Corpus ED). A pesar del análisis cualitativo del mismo, también se aborda **desde una perspectiva cuantitativa** para comprobar si se puede identificar una *tendencia* en la audiodescripción de referentes culturales.

-**Segunda fase: Estudio de recepción (ER).** Este estudio se desglosa en dos subfases:

- **Estudio de recepción 1 (ER1):** basándonos en las conclusiones del ED, elaboramos **un cuestionario (estudio cuantitativo)** con el fin de conocer **el grado de familiaridad sobre los referentes culturales analizados de la audiencia meta normovente**, y obtuvimos a su vez el Corpus ER1. La encuesta se presenta como un instrumento ideal para determinar el porcentaje de la muestra que responde correctamente a las preguntas formuladas y poder establecer conclusiones globales y, en la medida de lo posible, extrapolables a lo que sería un espectador medio.

- **Estudio de recepción 2 (ER2):** este **estudio de corte cualitativo** se articula a través de **entrevistas personales**; persigue determinar la **preferencia de los espectadores ciegos o con baja visión respecto a dos versiones distintas de audiodescripción** (Corpus ER2). Las entrevistas nos permiten conocer de primera mano las reacciones

de los usuarios frente a dos versiones de una misma escena y sus opiniones respecto a las mismas.

## Estructura

Los objetivos e hipótesis descritos anteriormente han determinado la estructura de la presente tesis, que se articula en seis capítulos, siendo nuestra intención la de presentar un hilo argumental lógico y coherente. A continuación, esbozamos una breve descripción de los citados capítulos, con el fin de proporcionar una visión general de las grandes partes que conforman este estudio.

En el **capítulo 1**, nos centraremos en la audiodescripción, enmarcándola no solo en los Estudios sobre Traducción, sino específicamente en la Traducción Audiovisual ya que, tal y como manifiestan Maszerowska, Matamala y Orero, la audiodescripción “is one of the younger siblings of Audiovisual Translation” (2014). Asimismo, repasaremos los avances legislativos y sociales que han permitido que la audiodescripción se afirme como una modalidad de accesibilidad indispensable en el panorama audiovisual actual. Por último, abordaremos los trabajos de corte descriptivista y de recepción más relevantes que se han publicado hasta el momento, con el fin de proporcionar una base teórica sólida sobre la que fundamentar nuestro estudio.

En el **capítulo 2**, nos centraremos en los sujetos intervinientes en el proceso de audiodescripción: en primer lugar, analizaremos la figura del descriptor, desde sus orígenes hasta la actualidad; cuáles son las destrezas y habilidades que debe desarrollar en el desempeño de su labor como puente comunicador y cuáles son

las perspectivas de futuro de esta profesión, la del *traducteur d'images* (Gonant y Morisset, 2008). Por otra parte, también abordaremos la discapacidad sensorial y situaremos al receptor ciego o con baja visión en el centro de nuestro estudio porque él es, sin lugar a dudas, la razón de ser de la audiodescripción. Tal y como manifiesta Díaz Cintas (2007a: 53), conocer de forma exhaustiva la discapacidad, la ceguera, sus causas, sus factores de riesgo... en definitiva, conocer al destinatario de la audiodescripción nos parece fundamental, ya que es él quién va a disfrutar del producto audiovisual accesible. Sus necesidades, expectativas y preferencias condicionarán (o deberían hacerlo) el resultado de la audiodescripción.

En el **Capítulo 3**, recordamos los objetivos e hipótesis de esta tesis, con el fin de justificar la metodología elegida para abordar esta investigación. Explicaremos el diseño de la investigación de cada uno de los estudios y las fases de los que se componen, así como la muestra objeto de estudio, los corpus empleados y los instrumentos de recogida de datos utilizados en cada una de ellas.

El **Capítulo 4** aborda el Estudio Descriptivo de esta tesis, que consiste en el análisis comparativo y descriptivo de un corpus de ocho guiones de audiodescripción en dos lenguas y para dos culturas distintas. Los referentes culturales analizados se clasifican (Díaz Cintas y Remael, 2007) y se identifican las técnicas de traducción empleadas para ello (Pedersen, 2005, 2011). Posteriormente, se comparan las distintas versiones de audiodescripción, con el fin de determinar si la distancia cultural entre la película y la audiencia meta condiciona la intervención del descriptor.

El **Capítulo 5** se centra en el Estudio de recepción que se desglosa en un Estudio de recepción en espectadores normoventes (ER1) y un estudio de

recepción en espectadores ciegos o con baja visión (ER2). El primero persigue determinar qué ve una persona que ve con normalidad expuesta a unos clips de vídeo en los que se contienen referentes culturales fílmicos. El segundo persigue averiguar las preferencias de los espectadores ciegos o con baja visión enfrentados a distintas versiones de clips de vídeo con audiodescripción. El objetivo último es cruzar los resultados de ambos estudios con el fin de determinar si, efectivamente, un espectador ciego o con baja visión que disfruta de audiodescripción ve de la forma más parecida a como percibe una persona que ve (AENOR, 2005). Y por otro lado, comprobar si las audiodescripciones elegidas por los espectadores ciegos o con baja visión españoles son efectivamente las que se realizan en España.

El **Capítulo 6** presenta las conclusiones a las que hemos llegado, retomando las hipótesis y objetivos que subyacen a lo largo de todo el estudio. Se esbozan, asimismo, líneas futuras de investigación, así como las limitaciones del presente trabajo y se presentan algunas consideraciones a la hora de abordar la audiodescripción de referentes culturales.

Tras los seis capítulos, se incluye la bibliografía y la filmografía empleadas para el presente estudio, así como una relación de los Anexos que lo acompañan.



## 1 Capítulo 1. La Audiodescripción

El objetivo de este capítulo es revisar la bibliografía sobre AD publicada hasta el momento para elaborar una base sólida sobre la que enmarcar nuestro estudio. Si bien es cierto que, como veremos a continuación, la investigación en materia de AD está dando sus primeros pasos, la práctica profesional de esta se remonta a los años 80 del pasado siglo. Hemos decidido comenzar este capítulo enmarcando la AD dentro de los Estudios sobre Traducción, y más concretamente, sobre Traducción Audiovisual (TAV). Partiendo de esa concepción, resumiremos algunos de los estudios sobre AD que se han publicado hasta el momento, teniendo siempre en mente uno de los objetivos de la presente tesis: analizar las decisiones del audiodescriptor ante la tarea de elaborar un guion de AD (GAD) y, en concreto, centrarnos en qué referentes culturales ha elegido y cómo los describe, ya que nuestra finalidad última es determinar si esas decisiones se adecuan a las expectativas de los receptores que, como los propios descriptores, se encuentran ubicados en entornos lingüísticos y culturales distintos.

## 1.1 Audiodescripción y traducción

Para abordar el presente estudio, hemos decidido partir de la *Norma UNE 153020. Audiodescripción para personas con discapacidad visual. Requisitos para la audiodescripción y elaboración de audioguías* (AENOR, 2005), norma que regula la AD en España. Así, en nuestro país, la AD se considera un

[S]ervicio de apoyo a la comunicación que consiste en el conjunto de técnicas y habilidades aplicadas, con objeto de compensar la carencia de captación de la parte visual contenida en cualquier tipo de mensaje, suministrando una adecuada información sonora que la traduce o explica, de manera que el posible receptor discapacitado visual perciba dicho mensaje como un todo armónico y de la forma más parecida a como lo percibe una persona que ve (AENOR, 2005: 4).

En el mismo sentido, el código de OfCom, regulador de los servicios de telecomunicaciones de Reino Unido, considera igualmente la AD como un servicio que persigue una doble finalidad: no solo es necesaria para la comprensión del producto audiovisual sino que, además, se hace hincapié en que el receptor debe disfrutarlo, algo que también reivindican Udo y Fels en sus numerosos estudios de recepción (2009a, 2009b), como veremos más adelante. A diferencia de la norma española<sup>1</sup>, la norma británica enumera los elementos que deben describirse, si bien no establece un orden de priorización al respecto.

Audio description is a service primarily aimed at enhancing meaning and enjoyment of television services for blind or partially sighted viewers. It comprises a commentary woven around the soundtrack, exploiting pauses to explain on-screen

---

<sup>1</sup> Incide nuestra norma en la aplicación de la regla espacio-temporal, que consiste en describir el 'cuándo', 'dónde', 'quién', 'qué' y 'cómo' de cada situación (AENOR, 2005: 8).



action, describe characters, locations, costumes, body language and facial expressions (OfCom, 2006: 68).

A pesar de la tímida referencia que se hace en el texto español a la traducción, ambas definiciones conciben la AD como un “servicio” que se presta a personas con una discapacidad visual. Y es que, en efecto, en la AD no existe, por lo general, ningún trasvase de lenguas: se trata de describir oralmente las imágenes que se contienen en el texto audiovisual<sup>2</sup>, aprovechando los huecos de silencio que este ofrece al descriptor, y cuya finalidad es que el espectador con una discapacidad visual se encuentre en igualdad de condiciones respecto a una persona que ve, por lo que no solo entenderá lo que sucede en pantalla, sino que, además, lo disfrutará de la forma más parecida a los demás espectadores normoventes.

Es innegable que la labor traductora se ha venido asociando tradicionalmente a un mero trasvase lingüístico entre dos lenguas<sup>3</sup>, e incluso hoy en día la consideración popular y social de traducción consiste en verter un texto en una lengua origen en otro en una lengua meta distinta. Sin embargo, y como ya manifestó Díaz Cintas (2007b: 10-11), es necesario manejar un concepto más dinámico y menos encorsetado de traducción, que permita dar cabida a la

---

<sup>2</sup> En el presente estudio, nos centramos en la AD de películas. Pero, como sabemos, la AD se aplica también a otros tipos de productos audiovisuales como teatro (Navarrete, 1997b; Matamala, 2007a), televisión (Matamala y Orero, 2009), ópera (Matamala y Orero, 2007, 2008; Cabeza-Cáceres y Matamala, 2008; Cabeza-Cáceres, 2010), o museos (Soler Gallego, 2013), por citar solo algunos ejemplos.

<sup>3</sup> Para una revisión de las distintas concepciones y teorías sobre traducción, véase el trabajo de Hurtado Albir (2001).

realidad empírica de la labor traductológica y a su inherente variabilidad<sup>4</sup>. Estudiando, en particular, la TAV, este autor determina la necesidad de replantearse conceptos que tradicionalmente se han asociado a la traducción, como son los de fidelidad formal o equivalencia, preconizando una aproximación menos estricta; conceptos que, estimamos, también adquieren una nueva dimensión cuando hablamos de AD.

Como establece la propia norma UNE (AENOR, 2005: 7), en España el GAD debe realizarse en el mismo idioma en que se presente la información sonora de la obra. Por tanto, una película española o doblada al español dispondrá de AD en español. No obstante, la información contenida en subtítulos ocasionales, letreros, avisos y títulos de crédito que aparezcan en pantalla, deberá incluirse igualmente en el GAD, por lo que si están en otra lengua, el descriptor deberá traducirlos e incorporarlos al guion<sup>5</sup>. De la misma forma, la norma británica *Guidance on Standards for Audio Description* (ITC, 2000) establece que, dado que la mayoría de filmes y demás productos audiovisuales que se ven en Reino Unido provienen de Estados Unidos o de Australia, la AD en esos casos se realizará en inglés. Para el caso en que, esporádicamente, se emplee otra lengua distinta del

---

<sup>4</sup> Retoma este autor lo manifestado anteriormente por Delabastita, que rechaza una definición *de minimis* de traducción, ya que una definición excesivamente limitada no podría aplicarse a todos los casos de traducción que pueden darse en la práctica. En conclusión, este autor opta por una *highly flexible notion* (1989: 214). Igualmente, Mayoral (2001: 46) indica que “Necesitamos por tanto definiciones abiertas, que sea posible modificar tanto para contener nuevas realidades (interpretación de lenguas de signos, multimedia, producción de textos) como para desechar las que han dejado de mostrarse útiles y necesarias”.

<sup>5</sup> Tal y como determina el apartado 3.2.2. m) de la norma UNE 153020 (AENOR, 2005: 8). Como señalan Orero, Pereira y Utray (2007: 32), para abordar el tema de la accesibilidad de los medios en España es necesario partir del hecho de que nuestro país es tradicionalmente doblador, lo que condicionará las posibilidades de accesibilidad que se nos ofrecen. Hemos podido comprobar que este hecho condiciona la elección de películas que llevan AD en nuestro país, siendo un gran número de ellas producciones españolas (ver apartado 1.3.2.).

inglés en una película, el descriptor leerá los subtítulos, si los hubiera: es lo que se denomina “audiosubtitulación”<sup>6</sup>. En caso contrario, deberá resistir la tentación de demostrar su conocimiento de otra lengua y de hacer de traductor, ya que, como indica la propia norma, “[it] might be interpreted as ‘spoon-feeding’” (ITC, 2000: 27); de esta forma, se garantiza que el receptor con una discapacidad visual y el espectador normovente se encuentren en igualdad de condiciones frente al mismo producto audiovisual.

Por tanto, y de forma general, podemos afirmar que no se da un trasvase de lenguas cuando hablamos de AD. Sin embargo, ya nadie duda de que podemos hablar de traducción cuando nos enfrentamos a ella. Tal y como manifiesta Veronika Hyks, descriptora y una de las responsables de la *ITC Guidance on Standards for AD*, la AD es una traducción oral de elementos visuales. Por esta razón define la AD como sigue:

A precise and succinct aural translation of the visual aspects of a live or filmed performance, exhibition or sporting event for the benefit of visually impaired or blind people. The description is interwoven into the silent intervals between dialogue, sound effect or commentary (Hyks, 2005: 6).

Estamos, por tanto, ante una traducción de imágenes en palabras que se engarzan a su vez en el producto audiovisual. Nuestro texto origen (TO) lo constituye el producto audiovisual en su conjunto, entendido como imágenes en movimiento y banda sonora en sentido amplio (diálogos, música y sonido

---

<sup>6</sup> Para Orero y Braun, la audiosubtitulación consiste en una modalidad de localización audiovisual “which is positioned at the interface between subtitling, audiodescription and voice-over” (2010: 173). Consiste, esencialmente, en locutar en lengua meta subtítulos elaborados en lengua origen.

ambiente), mientras que el texto meta (TM) es el GAD que se locuta y se incluye en una nueva pista de sonido de la banda sonora. El producto audiovisual accesible estaría compuesto por todos esos elementos, interdependientes y relacionados entre sí, y que conforman un conjunto indivisible, ya que el GAD no tiene una existencia autónoma, sino dependiente de los demás elementos fílmicos<sup>7</sup>.

Esta traducción de imágenes en palabras podría considerarse como una *transmutation* o traducción intersemiótica inversa, si nos basamos en la archiconocida clasificación de Jakobson sobre tipologías de traducción (1959: 233). En ella, Jakobson definía la traducción intersemiótica como aquella que operaba en la interpretación de signos verbales mediante signos de un sistema no verbal. Tradicionalmente, tienen cabida en esta categoría todas las prácticas en las que interviene un cambio de código. El ejemplo más paradigmático es la interpretación en lengua de signos; también podríamos hablar de una traducción intersemiótica ante una adaptación de novelas u obras de teatro a la gran pantalla. Pero en cuanto a la AD, y tal y como recuerda Díaz Cintas (2005: 4), se trata de una traducción intersemiótica *inversa* ya que, partiendo de un código no

---

<sup>7</sup> A pesar de que la norma UNE (AENOR, 2005) establece que la AD debe priorizar las necesidades del colectivo que precisa más información, es decir, aquellas personas con ceguera total, estas no representan el colectivo más numeroso entre las personas con discapacidad visual, siendo aquellas con resto de visión las más numerosas (como veremos en el apartado 2.2.2). Por tanto, en la mayoría de casos, no se produce una sustitución total de las imágenes por el GAD junto a los sonidos de la banda sonora, sino que el GAD actúa como un complemento de las imágenes que perciben los usuarios, distorsionadas, borrosas o parciales, pero que están ahí, y juegan un papel importante en la percepción global del receptor. Cuestiones como la descripción de colores o formas, por ejemplo, podrían abordarse de forma distinta si consideráramos que más de un 80% de los usuarios los perciben, aunque, insistimos, de manera distinta.

lingüístico (el producto audiovisual, imágenes en movimiento), obtenemos un código lingüístico (el GAD)<sup>8</sup>.

En el mismo sentido, Toury apela a la variabilidad consustancial de la labor traductora para justificar la dificultad a la hora de definirla y determinar sus características. Por esta razón manifiesta que el objeto de los Estudios sobre Traducción sería lo que la traducción es *en realidad*, y por tanto “lo que puede esperarse que sea según unas condiciones que pueden especificarse” (Toury, 2004: 77). Toury considera que si se dan esas condiciones o, en sus propios términos, *postulados*, una *supuesta traducción* sería:

Cualquier texto de una cultura meta respecto al que se pueden esgrimir razones para postular de forma provisional la existencia de otro texto, en otra cultura y lengua, del que supuestamente se deriva, por medio de operaciones de transferencia, y al que ahora se ve unido por ciertas relaciones, algunas de las cuales pueden considerarse, dentro de esa cultura, como necesarias y/o suficientes (*ibid.*).

Toury distingue tres postulados que nos permiten afirmar que nos encontramos frente a una traducción, postulados que pasamos a aplicar a la modalidad de la AD:

- Postulado del TO: cuando hablamos de traducción, presuponemos que existe un texto que la precede en el tiempo y en la lógica, que se

---

<sup>8</sup> Recordemos que Jakobson definió también otros dos tipos de traducción: la traducción intralingüística (*rewording*) y la interlingüística (*translation proper*), para acabar afirmando que era esta última la única verdadera traducción, al existir en ella un trasvase de lenguas, algo sin duda paradójico. No obstante, el hecho de definir desde un primer momento las otras dos categorías de traducción, ha permitido enmarcar dentro de un concepto más amplio de traducción otras modalidades que, de otra forma, no quedarían amparadas en el mismo.

expresa en otra lengua y enmarcado en otra cultura. Aquel texto ha servido como base para la creación de esta traducción. Lo importante de este presupuesto no es tanto la consideración del TO como la suposición de que ese texto previo debe haber existido<sup>9</sup>. Este postulado se cumple cuando hablamos de AD: la base de toda AD, como hemos adelantado, es el producto audiovisual en su conjunto (por tanto, un código semiótico compuesto por imágenes y banda sonora) que es preexistente a la AD, y que también presenta la prioridad lógica de la que habla Toury: no puede haber AD sin que exista un filme, obra de teatro o producto audiovisual previos susceptibles de ser audiodescritos. Ciertamente es que no hablamos, en este caso, de lenguas distintas, pero sí de trasvase entre códigos diferentes.

- Postulado de Transferencia: la traducción es el producto de una transferencia, mediante la cual se pueden identificar elementos o características propios del TO en el TM, por lo que ambos compartirán ciertos rasgos definitorios. Consideramos que en AD también se cumple este segundo postulado, puesto que tal y como determinan las normas sobre AD, esta debe adecuarse al tono y al estilo de la obra descrita. En el caso de la AD en España, por ejemplo, en las obras dirigidas a un público infantil, se recomienda que el locutor del GAD sea expresivo y que su entonación sea adecuada para niños (AENOR,

---

<sup>9</sup>Nos parece interesante traer a colación la reflexión de Toury acerca de los Estudios Descriptivos de Traducción: "Incluso si no se utiliza ningún texto en otra lengua, dicha investigación todavía pertenecerá a los Estudios de Traducción, siempre que se presuponga la existencia anterior en el tiempo del texto origen y su prioridad lógica" (2004: 75). Parece corroborar, con esta reflexión, que no es necesario que exista un trasvase entre lenguas para poder afirmar que estamos frente a una traducción, y que un trabajo de análisis sobre ese resultado se enmarcaría dentro de los Estudios sobre Traducción.

2005: 9). Asimismo, el GAD contiene la descripción de los elementos visuales (y también sonoros de los que no puede identificarse su origen) necesarios para que el receptor con discapacidad visual vea de la forma más parecida a como percibe una persona vidente, por lo que esos elementos presentes en el TO se transfieren necesariamente al texto escrito.

- Postulado de Relación: la consideración de una traducción implica la existencia de relaciones entre ambos textos, que quedan indefectiblemente unidos o ligados entre sí. En AD, es evidente que se dan relaciones entre TO y TM, relaciones que, entendemos, son de interdependencia, puesto que, como señala Jiménez Hurtado (2007a: 55), la AD es un tipo de traducción doblemente subordinada: no dispone de autonomía estructural, ya que el descriptor deberá *subordinarse* a la trama de otro texto (a su función comunicativa y a su género), y al sonido, ya que el descriptor debe ajustar sus comentarios a los espacios de la banda sonora en los que no hay diálogos. En el mismo sentido, Braun (2007: 359) establece que el producto del proceso de la AD es “non-autonomous: it is intended to be processed in conjunction with the dialogue or speech and sound effects of the original audiovisual event”. Esta dependencia parece corroborar las relaciones que se establecen entre los TO y TM.

En consecuencia, parece evidente que cuando hablamos de AD estamos ante una modalidad de traducción. Y más concretamente, de TAV, como veremos en el apartado siguiente.

## 1.2 Audiodescripción y traducción audiovisual

No es intención del presente trabajo profundizar en el concepto de TAV, algo que estimamos escapa a los objetivos del presente estudio<sup>10</sup>. Siguiendo a Chaume, entendemos que la TAV es una modalidad de traducción que basa su especificidad en los textos de los que se ocupa, textos audiovisuales, que se caracterizan por transmitir a través de dos canales (el acústico y el visual), y de forma simultánea, la información. En este trabajo, consideramos la definición de TAV de Chaume (2004: 30-31) entendida como:

Una variedad de traducción que se caracteriza por la particularidad de los textos objeto de la transferencia interlingüística. Estos textos, como su nombre indica, aportan información (traducible) a través de dos canales de comunicación [...]: el canal acústico (las vibraciones acústicas a través de las cuales recibimos las palabras, la información paralingüística, la banda sonora y los efectos especiales) y el canal visual (las ondas luminosas a través de las que recibimos imágenes, pero también carteles o rótulos con textos escritos, etc.). En términos semióticos, [...] su complejidad reside en un entramado sígnico que conjuga información verbal (escrita y oral) e información no verbal, codificada según diferentes sistemas de significación de manera simultánea.

Los textos audiovisuales, objeto de la TAV, se definen como

[A]quellos productos de comunicación que se sirven de señales auditivas (diálogo, narración, música, efectos) y de señales visuales (imágenes, texto narrativo, subtítulos) para transmitir un mensaje. La traducción audiovisual no incluye tan

---

<sup>10</sup> Para una revisión más exhaustiva del concepto de TAV véase, por ejemplo, el trabajo de Martínez Sierra (2004).



sólo productos cinematográficos sino también de vídeo y televisión. (Mayoral, 1998: 117).

En este caso, el concepto de AD también sería de aplicación, como hemos avanzado anteriormente, a otros productos audiovisuales como teatro, ópera o museos, en los que también confluyen el canal acústico y el visual que interactúan para transmitir un significado. Mayoral (2003: 109-110) esboza las características de la TAV que reproducimos a continuación:

- Existen, además del traductor, otros agentes que participan y colaboran en la traducción de productos audiovisuales. Ajustadores, actores de doblaje, directores escénicos e incluso clientes son también “coautores” en la TAV.
- El espectador puede percibir el resultado de la traducción del producto audiovisual en dos lenguas diferentes de forma simultánea por los mismos canales (es el caso del *voice-over* o *half-dubbing*) o por canales distintos (subtitulación). Mayoral exceptúa el doblaje (al incluir solo una lengua) pero también el trasvase interlingüístico de una lengua natural literal a otra lengua natural no literal (interpretación de lengua de signos).
- Existen convenciones propias entre el espectador y el producto audiovisual traducido.

Entendemos que estas características también las comparte la AD. Para empezar, dado que en España el descriptor no es locutor del GAD, sino que esta labor se encomienda de forma general y habitual a actores de doblaje o locutores (ver apartado 2.1.2.), estos pueden modificar (y de hecho, lo hacen) el GAD- la

traducción que se les proporciona. Asimismo, el propio sistema de AD español AUDESC realiza una supervisión y eventual corrección de todos los GAD que acompañan a las películas audiodescritas de la ONCE (Navarrete, 1997a; Vázquez, 2012), de lo que se deduce que varios agentes participan en la elaboración del producto final. Por otra parte, el receptor de AD no puede acceder a la información visual que se proporciona en la película. Esta se reemplaza por el GAD, que se hilvana con el resto de sonidos del filme (diálogos, música, ruidos). El receptor recibe, pues, toda la información a través de un mismo canal, el canal acústico. Por último, existen normas y convenciones que rigen la AD en cada país, y la adecuación de la AD a las normas juega un papel fundamental, como veremos más adelante<sup>11</sup>. Parece, pues, que la AD comparte muchas de las características de la TAV.

El hecho de que la AD sea considerada una nueva modalidad de TAV constituye, como señalan Jiménez Hurtado y Seibel, una *conceptualización apriorística* (2010: 452). Ya nadie duda de su naturaleza traductológica y audiovisual, por eso numerosos autores la enmarcan dentro de la TAV como una submodalidad (Chaume, 2004; Perego, 2005; Herández Bartolomé y Mendiluce Cabrera, 2005; Díaz Cintas, 2005; Bartoll, 2008<sup>12</sup>; Szarkowska y Orero, 2014; Fryer, 2016 etc.). Y aunque, como hemos visto en el apartado anterior, una parte de la academia se resistía a amparar a la AD bajo el paraguas de la TAV dada la ausencia de traducción interlingüística (Díaz Cintas y Remael, 2007: 12), lo cierto

---

<sup>11</sup> Precisamente, la existencia de determinadas expectativas de los receptores en función de su ubicación geográfica y cultural respecto a la AD que se les ofrece puede suponer una traba a la armonización de las normas de AD, las perseguidas *European Audio Description Guidelines* preconizadas por Vercauteren (2007) por ejemplo.

<sup>12</sup> De hecho, este autor incluye, a su vez, submodalidades de AD: audiointroducción, audiocomentario y audiosubtitulación.

es que esta fase se encuentra, afortunadamente, superada. Tal y como resume Perego (2012: 7):

The possibility of converting one semiotic channel into another enables us to incorporate in the field of audiovisual translation practices such as the conversion of spoken language into visuals (i.e. subtitling for the deaf and hard of hearing or signed language films) or of visuals into spoken language (i.e. audio description – AD – for the blind).

Una vez hemos enmarcado la AD en los Estudios sobre Traducción y la hemos definido como una modalidad de TAV, analizamos a continuación la situación actual de la AD. Repasaremos sus orígenes y su desarrollo, tanto desde un punto de vista legislativo, como social, para acabar afirmando su presencia cada vez más notable en la realidad del panorama audiovisual actual.

### **1.3 Estado de la cuestión**

#### *1.3.1 Los orígenes de la AD*

Tal y como demuestra Montoro Martínez en su detallada compilación *Los ciegos en la Historia* (1991, 1992, 1993, 1995, 1998), la persona que sufría ceguera o deficiencia visual ha sido percibida a lo largo de la Historia como alguien cuanto menos diferente, que requería una asistencia constante por parte de sus allegados o familiares para percibir y desenvolverse en la realidad que le rodeaba. La consideración de la persona con discapacidad (y del ciego, en particular) ha

sufrido idas y venidas, dependiendo no solo del momento histórico sino también del lugar en el que se encontraba el discapacitado. Pero siempre se ha movido en torno a dos polos opuestos: por una parte, una persona con discapacidad no era productiva, no era de utilidad ni para su familia ni para la sociedad, y por lo tanto, con frecuencia, se le relegaba al ostracismo del hogar, en el mejor de los casos, o eran entregados a instituciones de beneficencia; pero, por el contrario, dada precisamente su discapacidad, eran personas que, a menudo, estaban particularmente dotadas para alguna otra actividad que no requería del sentido de la vista, desde prever las tormentas, detectar enfermedades o tocar instrumentos. Músicos, cantantes, filósofos e incluso traductores ilustres sufrieron problemas de visión que no les impidieron desarrollar su actividad de forma notable. Por esta razón, como afirma Cabeza-Cáceres (2013: 27), la descripción de imágenes a personas ciegas se remonta a la propia existencia de la ceguera<sup>13</sup>, es decir, a la propia existencia del ser humano. Sin embargo, la profesionalización de esta figura surge en el siglo XX, aunque existe disparidad de opiniones sobre la fecha y el lugar exactos en los que se profesionaliza la AD.

---

<sup>13</sup> Normalmente, las personas con ceguera o deficiencia visual suelen ir acompañadas de un familiar que les hace de descriptor en su vida diaria. Sin embargo, una de las finalidades de la accesibilidad en general, y por supuesto de la accesibilidad a la cultura, es promover la autonomía de la persona con una discapacidad, y que esta no tenga que depender de familiares o amigos que estén dispuestos a acompañarla y a hacer de intérprete para ellas. La AD no sólo contribuye al disfrute por parte de la persona con discapacidad de determinados contenidos audiovisuales, sino que la finalidad última y primordial que persigue es contribuir a su autonomía personal en todas las situaciones diarias. Como señalan Hernández Bartolomé y Mendiluce Cabrera (2009: 3), la AD cumple una doble función: por una parte, una mayor integración social y autonomía del discapacitado, en particular de los ciegos, y por otra, ayudar a conseguir cierta amplitud de miras y de conocimiento, ya que muchos descriptores incluyen referencias culturales interesantes. En cualquier caso, y tal y como determina la norma UNE (AENOR, 2005), lo fundamental es que consigan comprender y disfrutar del producto accesible como lo haría una persona sin discapacidad alguna, para lo cual la función del descriptor es fundamental.

Carrière (1997) relata que en la época de la colonización francesa en África, los gobernadores civiles franceses solían organizar sesiones de cine e invitar a notables africanos para que participaran de este reciente invento, pero también, y principalmente, para demostrar el predominio de los blancos sobre la raza negra; así, se extendía una sábana blanca entre dos postes, se instalaba la misteriosa máquina en plena selva y, de repente, empezaban a surgir imágenes en movimiento. Estamos en 1915, y dado que muchos de los notables invitados eran musulmanes (que tenían prohibido representar la figura y el rostro humano, por ser obra de Dios), no sabían si esta prohibición también se aplicaría al cine, por lo que, aunque aceptaban la invitación de los gobernadores y ocupaban sus asientos, en cuanto se apagaban las luces, cerraban los ojos. Pero incluso para los que tenían la osadía de entreabrir los ojos para ver lo que se proyectaba, resultaba muy difícil entender la sucesión de imágenes que se les presentaba, por lo que una persona permanecía de pie detrás de la pantalla, y explicaba en voz alta lo que ocurría, armado con un palo mediante el cual señalaba a los personajes. Se le conocía como *el explicador*. Esta costumbre se mantuvo en África hasta los años 50, pero nos parece, sin duda, un interesante antecedente del descriptor. Es cierto que su público podía ver las imágenes que se proyectaban, pero no lograban comprender lo que implicaban ya que el cine, por aquel entonces, constituía un lenguaje totalmente nuevo y desconocido, que requería de una ayuda extra para facilitar su comprensión. El *explicador*, por tanto, constituía un puente entre las imágenes y el receptor, y su labor era la de traducir esas imágenes en palabras.

Al margen de esta costumbre, existe cierto consenso en que una de las pioneras de la AD tanto por la radio como en directo fue la americana Margaret Rockwell, que padecía retinosis pigmentaria, una enfermedad genética degenerativa que

limita la visión periférica y que deriva en una pérdida de visión lenta y paulatina. En el caso de la Dra. Rockwell, esto no le impidió acudir a la universidad y obtener un doctorado. En 1974 fundó la *Metropolitan Washington Ear (MWE)*, una organización sin ánimo de lucro que, a través de la radio, proporcionaba servicios de información y de lectura para personas ciegas, con deficiencias visuales o discapacitados físicos que no podían leer textos impresos, ver obras de teatro, programas de televisión o películas, o disfrutar de una visita al museo<sup>14</sup>. Rockwell no solo realizaba el trabajo de AD ella misma, sino que también se encargó de formar y seleccionar a los primeros descriptores voluntarios en EE.UU. O quizá deberíamos hablar de *lectores* en este primer momento, puesto que el primer servicio que se prestó en la MWE fue la lectura del Washington Post:

Dr. Rockwell's voice was the first to go out over the air, inaugurating the new service, then Meg Graham, a Junior League volunteer, and Don Thomasberg were the first team to read the Washington Post, the first program carried live over Ear, to be received by some 63 listeners, and a program which has continued in that time slot –from 7 to 9 a.m. – ever since (Metropolitan Washington Ear, s.f.).

Sin embargo, parece que hay que remontarse un poco más en el tiempo, y además venirse a España, para encontrar los orígenes de la AD profesionalizada: Arandes sitúa el origen de la AD en España, al menos de películas y de ópera, poco después de la guerra civil española. Al parecer, las primeras AD las ofreció por radio el periodista Gerardo Esteban, “locutor de improvisación” (Orero, 2007a). Los descriptores visionaban la película un par de veces, tomando notas

---

<sup>14</sup> Hoy en día, la organización sigue prestando los mismos servicios y adaptándose a las nuevas tecnologías. Para ahondar en la historia, los objetivos y demás información sobre la Metropolitan Washington Ear, véase su página web:

<http://www.washear.org/whatitis.htm#drrock> [Consulta 03.02.17]

“sobre todo de los cambios de secuencia más rápidos” (*ibid.*) y se iban haciendo un guion. En el momento de la proyección, el descriptor hacía una breve introducción a la película, nombrando a los actores de doblaje y el papel que habían doblado. Y posteriormente, describían lo que veían en la pantalla. Aunque estas AD estaban dirigidas a personas ciegas, tampoco este colectivo era el único que disfrutaba de las mismas, ya que también personas que no querían o no podían ir al cine, disfrutaban desde sus casas de las AD de películas que se ofrecían por radio.

En cualquier caso, no puede negarse que nuestro país fue uno de los pioneros en accesibilidad en materia de AD: el sistema AUDESC fue desarrollado por la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE) en 1984, con el fin de “ampliar y enriquecer el entorno perceptivo, informativo y artístico” de las personas ciegas afiliadas a la ONCE (Navarrete, 1997a). El sistema AUDESC Cine consiste en insertar una AD en los silencios que presentan las películas, o en su caso, las obras de teatro, aunque manifestaba el autor que, dada la importancia de la imagen en el cine y la rapidez con la que se desarrolla la acción, aparecen los personajes etc., la aplicación de la AD era más necesaria en las películas, afirmación que no compartimos. Ese mismo año, el mismo autor publicaría un artículo sobre la aplicación del sistema AUDESC también para otras disciplinas, como teatro o museos (1997b). Y aunque es cierto que este sistema supuso un notable progreso y un cambio significativo para los ciegos españoles, lo cierto es que las películas audiodescritas mediante este sistema nunca han estado al alcance del público en general, ni siquiera a efectos de investigación, ya que solo

pueden ser disfrutadas por socios afiliados a la ONCE, y no se comercializan<sup>15</sup>. Por tanto, si bien es indudable que el sistema AUDESC fue uno de los pioneros en Europa en accesibilidad para ciegos, sus productos no eran (ni son) conocidos por la mayor parte del público; no es el caso de los otros dos sistemas de AD más desarrollados en Europa en la década de los 90 (Navarrete 1997a: 70): AUDIOVISION<sup>16</sup> (Francia) y AUDETEL (Gran Bretaña).

### 1.3.2 *Desarrollo legislativo en España y Reino Unido. La AD como derecho fundamental*

Gregorio Peces-Barba, uno de los padres de la Constitución Española de 1978 y reputado constitucionalista, afirmaba que la universalidad de los derechos humanos y su carácter fundamental era una concepción apriorística para gran parte de la sociedad (Peces-Barba, 1995). No obstante, cuando se preguntaba a esa sociedad qué debía entenderse por derecho fundamental, es decir, cuando se instaba la reflexión sobre la naturaleza de los derechos humanos y su contenido, entonces las interpretaciones eran dispares y surgía el conflicto. Pongamos un ejemplo: el artículo 15 de la Constitución reconoce el derecho a la vida y a la integridad física y moral. Nadie, en su sano juicio, cuestionaría esta afirmación. Sin embargo, si reflexionamos sobre el derecho a la vida, no todos estamos de acuerdo a la hora de dotarlo de contenido: ¿Cuándo comienza la vida? ¿Y cuándo

---

<sup>15</sup> No así en otras asociaciones europeas, como en la francesa Association Valentin Haüy, que permite a personas que no son afiliadas alquilar y comprar películas audiodescritas en VHS, DVD o Blu Ray por internet.

<sup>16</sup> *Audiovision* es el término que se utiliza en los países francófonos para referirse a la AD en cine; para la AD en teatro se emplea el término *audiodescription*. Es curioso, tal y como señala Parrilla Pérez (2007: 199), que esta distinción no se ha recogido en ningún país de nuestro entorno, empleándose el término AD indistintamente para teatro, cine, televisión, museos etc.



finaliza? ¿El artículo 15 reconoce el derecho a la vida o a una vida digna? Y si es el caso, ¿qué elementos contribuyen a dotar de dignidad a la vida? Esta misma confusión surge cuando hablamos del acceso a la cultura como derecho fundamental, como veremos a lo largo de estas páginas.

El concepto de derecho humano surge en el siglo XVIII, aunque en un primer momento queda circunscrito al reconocimiento de los derechos civiles como derechos del individuo, y poco a poco su esfera de actuación se amplía a la seguridad, la libertad individual y la integridad física. La evolución histórica y política durante ese siglo, que eclosionó con la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano (Asamblea Nacional Constituyente Francesa, 1789) y la Declaración de los Derechos de Virginia (Convención de Delegados de Virginia, 1776) dio lugar a una nueva dimensión de los derechos: la dimensión política. Habrá que esperar hasta mitad del siglo XX para poder hablar de los “derechos de segunda generación” que, a diferencia de los anteriores, se realizan a través del Estado, que tiene la obligación de garantizar el bienestar de los ciudadanos: los derechos económicos, sociales y culturales (entre los que se encuentran el derecho a la educación y a participar en la vida cultural) se consideran derechos programáticos, puesto que para su realización se requiere una acción positiva del Estado. En otras palabras, el Estado debe garantizar estos derechos y promover acciones que contribuyan a su desarrollo y disfrute por parte del ciudadano.

Los derechos culturales aparecen reconocidos en un instrumento internacional por primera vez en la Declaración Universal de Derechos Humanos (Asamblea General de la ONU, 1948) en su artículo 27: “Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad [y] a gozar de las artes (...)”,

y concretamente el derecho a la participación en la vida cultural se reconoce en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (ONU, 1966). Otros instrumentos internacionales se refieren al derecho a participar, en condiciones de igualdad, en las actividades culturales (ONU, 1965); al derecho a participar en todos los aspectos de la vida cultural (ONU, 1979); al derecho a participar plenamente en la vida cultural y artística (ONU, 1989); al derecho de acceso a la vida cultural y participación en ella (ONU, 1990); y al derecho a participar, en igualdad de condiciones que las demás personas en la vida cultural (ONU, 2006). No obstante, tal y como manifiesta Prieto de Pedro, los derechos culturales son *el hijo pródigo* de los derechos humanos (2008: 19); su reivindicación pierde fuelle en un mundo globalizado que aún sufre las consecuencias de una crisis económica sin precedentes, y en el que el acceso a la cultura no es prioritario, cuando, en ocasiones, las necesidades básicas ni siquiera están cubiertas. Pero no debemos olvidar que los derechos culturales son derechos fundamentales, de lo que se desprende que los estados tienen la obligación de dotarlos de contenido y garantizarlos. A continuación, repasaremos los instrumentos internacionales que se ocupan específicamente de la accesibilidad como derecho del ciudadano y obligación del Estado.

#### 1.3.2.1 Legislación internacional

Ya en 1993, la ONU adoptó las Normas Uniformes para las personas con discapacidad, cuya finalidad era garantizar la igualdad de oportunidades. A pesar de que sirvieron de modelo en algunos países, las Normas Uniformes carecen de fuerza vinculante por lo que no es posible exigir el cumplimiento de las obligaciones que contiene. Por eso, lo que las asociaciones de discapacitados,

así como instituciones y estados miembros, se volcaron en la elaboración del instrumento legislativo más importante que se ha promulgado en materia de accesibilidad a nivel internacional hasta el momento: la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, aprobada el 13 de diciembre de 2006 por la Asamblea General de la ONU<sup>17</sup>. Uno de los aspectos positivos de esta Convención es que asume que la discapacidad es un concepto cambiante y dinámico, que varía en función del tiempo y también del lugar. La discapacidad es el resultado de la interacción entre la deficiencia de una persona y los obstáculos tales como barreras físicas y actitudes imperantes que impiden su participación en la sociedad<sup>18</sup>. Por tanto, cuantos más obstáculos hay, más discapacitada se vuelve una persona.

Por otra parte, la Convención establece obligaciones para los estados firmantes, entre las que destacamos la prestación de servicios, proporción de bienes y creación de infraestructuras accesibles para las personas con discapacidad. Así, el artículo 30 reconoce el derecho a la participación en la vida cultural, las actividades recreativas y el esparcimiento de las personas con discapacidades, y establece la obligación de los estados firmantes de adoptar todas las medidas oportunas para asegurar la disponibilidad de actividades culturales como el cine, el teatro, los museos y los monumentos en formatos accesibles (por ejemplo, lengua de signos, Braille, subtítulos). Aunque hemos de lamentar la falta de inclusión explícita de la AD como servicio de accesibilidad,

---

<sup>17</sup> La Convención fue ratificada por España el 3 de diciembre de 2007 y entró en vigor el 3 de mayo de 2008.

<sup>18</sup> En un claro ejemplo de accesibilidad, la Convención es accesible en Lengua de Signos, se ha adaptado para aquellas personas que utilizan Sistemas Pictográficos de Comunicación y también puede encontrarse en formato de audio.

Disponible en [http://www.convenciondiscapacidad.es/ConvencionEspana\\_new.html](http://www.convenciondiscapacidad.es/ConvencionEspana_new.html) [consulta 13.03.17]

lo cierto es que la Convención establece implícitamente la obligación de facilitarla.

La Convención ha servido de inspiración de numerosos instrumentos legislativos nacionales que han plasmado en sus ordenamientos jurídicos tanto la necesidad de considerar la heterogeneidad del colectivo de discapacitados como la obligatoriedad de los poderes públicos de facilitar el acceso de este colectivo a la cultura, algo que, obviamente, se ha cumplido en distintos grados y de distintas formas en el mundo, y que también se ha recogido en nuestro país.

#### 1.3.2.2 Legislación europea

Las políticas europeas han abordado de forma tangencial el tema de la discapacidad, aunque es cierto que en la última década ha habido un aumento de la toma de conciencia de las dificultades que debe afrontar este colectivo, y por tanto, una proliferación de acciones conjuntas e instrumentos vinculantes para los estados miembros. Así, el artículo 1 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (Parlamento Europeo, Consejo de la Unión Europea y Comisión Europea, 2000), establece que “la dignidad humana es inviolable” y el artículo 26 manifiesta que “la Unión reconoce y respeta el derecho de las personas discapacitadas a beneficiarse de medidas que garanticen su autonomía, su integración social y profesional y su participación en la vida de la comunidad”. Asimismo, el artículo 21 prohíbe toda discriminación por razón de discapacidad.

Al respecto, la Directiva sobre Servicios de Comunicación Audiovisual 2010/13/UE establece un marco general para que los estados miembros

promuevan la adopción de medidas entre las que destaca que las empresas de comunicación nacionales deben hacer accesibles sus contenidos<sup>19</sup>. De hecho, el informe del Eurobarómetro sobre accesibilidad de 2012, que entrevistó a más de 25.000 europeos, concluyó que el 97% estaban de acuerdo en que las personas con discapacidad debían participar plenamente en la sociedad y que existían barreras internas que se lo impedían. Dos tercios afirmaron que comprarían y estarían dispuestos a pagar más por bienes y servicios accesibles y mejor diseñados para todos; cuatro de cada cinco afirmaron la necesidad de normas europeas sobre accesibilidad, ya que permitirían operar a las empresas en otros países de la UE y favorecerían la competencia (Dirección General de Comunicación. Comisión Europea, 2012: 9). Sin embargo, varias organizaciones europeas como la European Blind Union y el Foro Europeo de la Discapacidad reivindican la aprobación de la *European Accessibility Act* (EAA, 2015), acto legislativo con fuerza de ley, que se encuentra en proceso de aprobación en el Parlamento europeo<sup>20</sup> y que pretende armonizar las legislaciones europeas en materia de accesibilidad. No obstante, es necesario señalar que la Comisión de Cultura del Parlamento Europeo propuso en mayo de 2016 una serie de enmiendas a la propuesta de la Comisión que mermaba considerablemente los derechos de los usuarios, al eliminar de la EAA las retransmisiones televisivas accesibles (haciendo uso de AD), así como los libros electrónicos. La argumentación de la Comisión es, como no podía ser de otro modo, de carácter económico, ya que defiende que garantizar servicios accesibles en los medios audiovisuales

---

<sup>19</sup> No obstante, en reunión de 25 de mayo de 2016, la Comisión propuso inexplicablemente eliminar el artículo 7 que promovía la accesibilidad de los medios de comunicación.

<sup>20</sup> La *European Accessibility Act* sigue el procedimiento legislativo ordinario (antes conocido como “codecisión”), entre las principales instituciones europeas decisorias, la Comisión, el Parlamento europeo y el Consejo (art. 289 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea).

supondría una carga económica muy costosa que pondría en peligro la diversidad cultural, algo absurdo si tenemos en cuenta el coste real de una AD<sup>21</sup>. Además, según la propia Comisión Europea (2016: 124), la media de programas que cuentan con AD en Europa varía desde el 4% hasta el 11%; hay que tener en cuenta que algunos países carecen de AD (Países Bajos o Finlandia) mientras que otros superan estos porcentajes (Eslovaquia, de un 7% a 10%; Reino Unido de un 15% a un 24%). Eliminar la obligatoriedad de proporcionar AD llevará probablemente a que las cadenas opten por ahorrarse este coste y, sobre todo, a que cada país actúe según su propio criterio. Al respecto, cabe mencionar las enmiendas propuestas por las eurodiputadas Dita Charanzová (Grupo de la Alianza de los Liberales y Demócratas por Europa) y Julie Ward y Sylvie Guillaume (Grupo de la Alianza Progresista de Socialistas y Demócratas en el Parlamento Europeo) que mantienen la obligatoriedad de unos porcentajes mínimos de subtitulación para sordos (75%) y de AD (15%), que deberá aumentar progresivamente un 5% cada año. Asimismo, la diputada Michaela Sojdrová (Partido Popular Europeo) propone una accesibilidad prácticamente completa para el año 2027. Estas enmiendas se presentaron el 27 de octubre de 2016 y se encuentran a la espera de votación en la Comisión de Cultura a principios de 2017.

Por otra parte, la Unión Europea también ha lanzado un programa que se centra en la supresión de barreras: la Estrategia Europea sobre Discapacidad 2010-2020 (Comisión Europea, 2010). Entre los ámbitos de actuación identificados por la Comisión figura la accesibilidad, la participación, el empleo, la igualdad

---

<sup>21</sup> Aunque es difícil obtener determinados datos sobre AD en España, el coste de la elaboración de un GAD de una película de dos horas de duración no suele superar los 400 euros.

etc., aunque son los estados miembros los que deben desarrollar las distintas acciones a nivel nacional.

### 1.3.2.3 Legislación nacional

#### 1.3.2.3.1 Legislación española

En España, numerosos instrumentos legislativos abordaban la accesibilidad como derecho fundamental desde distintos prismas. El desorden existente hizo necesaria la promulgación de la Ley General de Derechos de las Personas con Discapacidad y de su Inclusión Social (Real Decreto legislativo 1/2013, de 19 de diciembre) que armoniza en un texto único las diversas leyes dispersas sobre discapacidad en España de acuerdo con lo dispuesto en la Convención<sup>22</sup>. Esta ley reconoce derechos a las personas con discapacidad como el derecho a vivir de forma independiente y a participar plenamente en todos los aspectos de la vida; y obligaciones a los poderes públicos, entre los que destacamos la obligación de garantizar el acceso a la cultura y al ocio (artículo 57). Pero además, establece una serie de sanciones que garantizan las condiciones básicas en materia de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad. Sin embargo, jamás se han impuesto sanciones por

---

<sup>22</sup> Entre otras, la Ley 13/1982, de 7 de abril, de Integración Social de las Personas con Discapacidad (LISMI), la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de Igualdad de Oportunidades, No Discriminación y Accesibilidad Universal de las Personas con Discapacidad (LIONDAU), y la Ley 49/2007, de 26 de diciembre, de Infracciones y Sanciones en materia de Igualdad de Oportunidades, no Discriminación y Accesibilidad Universal de las Personas con Discapacidad (Congreso de los diputados, 2007a).

incumplimiento de la obligación de accesibilidad por parte de operadores de comunicación.

Por otra parte, en 2007 se crea el Centro Español del Subtitulado y la Audiodescripción (CESyA) cuyas finalidades son investigar, promover iniciativas y extender la subtitulación para sordos y la AD como medios de apoyo a la comunicación<sup>23</sup>. Tres años más tarde se promulga en España la Ley General de la Comunicación Audiovisual (Ley 7/2010), que ya en su Preámbulo aboga por su necesidad, ya que la legislación audiovisual española estaba hasta ese momento dispersa, incompleta, desfasada y obsoleta. Y es precisamente para adecuarse a la legislación europea en la materia<sup>24</sup> y, entre otros, dar visibilidad a las personas con distintas discapacidades que por esa causa no pueden acceder a los medios de comunicación, por lo que la Ley General de Comunicación Audiovisual establece, en primer lugar, en su art. 8, “el derecho de toda persona con discapacidad visual o auditiva a una accesibilidad universal a la comunicación audiovisual”; asimismo, prevé en su Disposición Transitoria Quinta el número de horas de programación que debe facilitarse con accesibilidad por semana para las cadenas españolas públicas y privadas. Este plan de implantación progresivo y, en teoría, obligatorio, suponía un gran avance respecto al panorama anterior, aunque seguía siendo netamente insuficiente. Este calendario no se ha actualizado y sigue, por tanto, en vigor.

---

<sup>23</sup> Es curioso que el CESyA se crea en base al artículo 24 de la Ley 27/2007, de 23 de octubre, por la que se reconocen las Lenguas de Signos Españolas y los Medios de Apoyo a la Comunicación Oral de las Personas Sordas, con Discapacidad Auditiva y Sordociegas (LLS-MACO).

<sup>24</sup> Es el resultado de la transposición de la directiva 2010/13/UE del Parlamento y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual).



	2010	2011	2012	2013
Cadenas públicas	1	3	7	10
Cadenas privadas	0,5	1	1,5	2

Tabla 1. Calendario de implantación de AD en cadenas públicas (autonómicas y estatales) y privadas de televisión, en base a lo dispuesto en la Disposición Transitoria Quinta de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General sobre Comunicación Audiovisual.

Asimismo, el gobierno español lanzó la Estrategia Española sobre Discapacidad 2012-2020 que derivó en el Plan de acción de la Estrategia Española sobre Discapacidad 2014-2020 (Ministerio de Sanidad, 2014), cuyos principios inspiradores se hallan en los instrumentos internacionales ya descritos y en los planes de acción europeos. Este plan está orientado hacia la eliminación de toda discriminación y se basa en el principio de igualdad de oportunidades; y aunque se centra sobre todo en el fomento del empleo y la integración del colectivo con discapacidad en la educación, contempla un apartado sobre accesibilidad, haciendo especial hincapié en la accesibilidad tecnológica y subrayando la importancia del acceso a la información mediante sistemas de comunicación adaptables a las necesidades individuales (2014: 22). Con el fin de fomentar el acceso a la información y a las nuevas tecnologías, el gobierno español propone como medida elaborar un Plan Especial de Accesibilidad para las Personas con Discapacidad centrándose en las tecnologías tradicionales con menor grado de accesibilidad, entre las que se citan la televisión y la radio. Por otra parte, también se pretende promover el principio de accesibilidad universal y “diseño para

todos”<sup>25</sup> fomentando la investigación y alentando su aplicación. Este Plan Especial aún no ha visto la luz.

Como hemos visto a lo largo de estas líneas, el marco legislativo es completo y puede servir de fundamento para el desarrollo y aplicación de medidas concretas que busquen la integración efectiva del discapacitado en la sociedad. Los derechos culturales deben garantizarse por parte del estado.

#### 1.3.2.3.2 Legislación británica

En Reino Unido, el proyecto AUDETEL (*Audio Description Television*) se puso en marcha entre 1992 y 1995, y su principal objetivo era facilitar AD en la mayoría de hogares a través de la televisión. A pesar de que nació siendo un proyecto europeo, se desarrolló esencialmente en Reino Unido y contó con la colaboración de la BBC, a la que posteriormente se sumaron ITV y Channel 4, gracias también al desarrollo legislativo que se puso en marcha a mitad de los 90 (Greening y Rolph, 2007: 130).

En 1996, se promulgó en Reino Unido *la Broadcasting Act*, que entre otras medidas, establecía la obligación para la ITC de implantar y revisar un código que estableciera directrices sobre cómo hacer accesibles contenidos audiovisuales para la televisión, haciendo especial hincapié en la AD. Se obtuvo así la *ITC Guidance on Standards for Audio Description* (ITC, 2000), una guía que recoge la

---

<sup>25</sup> También conocido como “Diseño Inclusivo” o “Diseño Universal”; consiste en la intervención sobre entornos, productos y servicios con la finalidad de que todas las personas, incluidas las generaciones futuras, independientemente de la edad, género, las capacidades o el bagaje cultural, puedan disfrutar participando en la construcción de nuestra sociedad, en igualdad de oportunidades para participar en actividades económicas, sociales, culturales, de ocio y recreativas y pudiendo acceder, utilizar y comprender cualquier parte del entorno con tanta independencia como sea posible (Aragall, 2008).

experiencia de muchos años de profesionales del sector, así como los resultados de estudios de recepción que se llevaron a cabo en invidentes o personas con deficiencias visuales entre los años 1992 y 1995 por el consorcio de AUDETEL, y que aún hoy en día se sigue aplicando en Reino Unido, con algunas modificaciones. Esta norma fue pionera en establecer porcentajes de programas accesibles en la televisión, concretamente se estableció que el 10% de los programas emitidos por televisión digital terrestre debían describirse, en un periodo de 10 años (Greening y Rolph, 2007: 128). Sin embargo, y a pesar de que los porcentajes establecidos por la norma eran de obligado cumplimiento para las cadenas de televisión implicadas, la crítica generalizada era que no se indicaban las especificaciones técnicas sobre cómo poner en marcha el sistema de AD en las televisiones, algo que también ocurre en España.

Posteriormente, se promulgó la *2003 Communications Act* que amplió la obligación de describir para la televisión digital por cable y los proveedores por satélite. Y tan solo un año más tarde, la Oficina de Comunicación (OfCom, heredera de la ITC, autoridad independiente que regula la competencia en las industrias de comunicación en Reino Unido) estableció un código denominado *Code on Television Access Services* que fijaba un plazo de 5 años desde que se otorga la licencia digital para disponer de AD en el 10% de la programación. Finalmente, el artículo 20 de la *2006 Broadcasting Act*, establece de nuevo un porcentaje del 10% de los programas que deben describirse para la televisión, y dispone que debe configurarse un nuevo código que recoja directrices sobre AD (y otras formas de accesibilidad a medios de comunicación, como SpS o lengua de signos).

#### 1.3.2.4 Panorama actual de la AD en España

##### 1.3.2.4.1 Televisión

Si bien es cierto que en los años 80 diversas asociaciones europeas de ciegos comenzaron a editar VHS de películas con AD (ONCE, Association Valentin Haüy), y que la AD en el cine empezó a abrirse paso poco a poco (la primera película audiodescrita que se proyecta en la gran pantalla tanto en Francia como en Alemania es en 1989), el verdadero desarrollo de la AD llegó de manos de la televisión a mediados de la década de los 90.

En España, en Canal Sur se comenzaron a emitir películas audiodescritas desde 1995 y durante un año se ofrecieron hasta 76 películas audiodescritas (Orero, Pereira y Utray, 2007: 34). Posteriormente, en la misma cadena, se puso en marcha la iniciativa *Cine para todos*, que también proporcionaba AD en la televisión hasta 2001. La AD se ofrecía por Radio Canal Sur. Un poco más tarde, en 1999, fue TV3 la que se decidió a emitir la primera serie audiodescrita en televisión en catalán, *Plats Bruts*, que se emitía con la opción de AD en el sistema Nicam Dual estéreo. La televisión autonómica catalana se animó y también, contando con la colaboración de la ONCE, emitió con AD las series *Majoria absoluta* y *L'un per l'altre* (*ibid.*).

Por otra parte, en RTVE la oferta era más limitada. En 2002 se ofreció una serie infantil, *Nicolás*, en la que el protagonista era ciego, y donde la AD se ofrecía en abierto. Posteriormente, algunas películas del programa *Cine de Barrio* empezaron a ofrecerse con AD sincronizada por radio (*ibid.*).

Como hemos indicado anteriormente, la Ley General sobre Comunicación Audiovisual establecía un calendario de horas de programación audiodescrita

obligatorias, para cadenas de televisión privadas y públicas. A pesar de que el estudio de Cabeza-Cáceres (2013: 35-41) reveló un incumplimiento sistemático por parte de la mayoría de operadores, con excepción de las cadenas que integraban la *Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals* y alguna cadena del grupo Atresmedia, dos años más tarde, en 2015, el CESyA publicó un informe sobre la situación de la accesibilidad en España en la TDT hasta 2014. Entre las recomendaciones, CESyA anima a aumentar las obligaciones en la prestación de los servicios de AD y lengua de signos de todas las cadenas. En este informe, se observa un incremento en las horas de AD ofrecidas semanalmente, pasando de 27 horas por semana a más de 120 horas de media, aunque manifiestan que el 60% de los encuestados no utilizan AD a pesar de necesitarla, y su nivel de satisfacción respecto a este servicio es bajo (2015: 21).

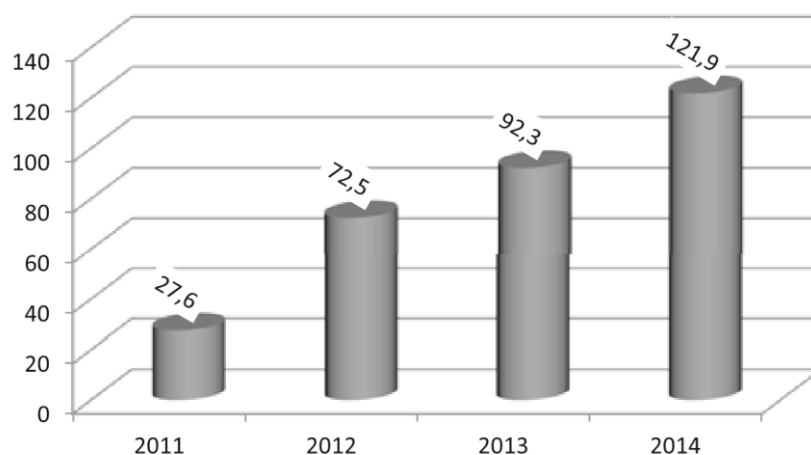


Tabla 2. Evolución de las horas de AD por año (Fuente: CESyA, 2015: 129)

Las cadenas que más AD realizan son principalmente FDF, con casi 30 horas semanales audiodescritas, junto a Neox y Disney Channel que audiodescriben más de 9 horas a la semana. Es importante señalar que los dos operadores

privados, Atresmedia y Mediaset, han ido aumentando progresivamente su programación audiodescrita, hasta alcanzar niveles notables. Esto podría explicarse por una mayor toma de conciencia de las cadenas comerciales, cuyo interés principal es la obtención de audiencia para sus programas. El interés por que se vean implica necesariamente hacerlos accesibles. Por parte del operador público, CRTVE, no se observa ningún aumento, aunque es cierto que se observa cierto repunte a lo largo del 2014.

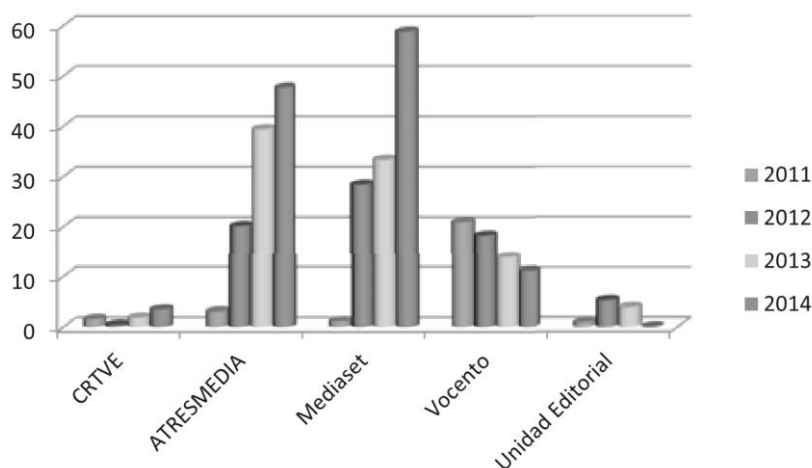


Tabla 3. Evolución de horas de AD por operadores (Fuente: CESyA, 2015: 131)

Más recientemente, el último informe de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (octubre 2016) establece que existe un crecimiento exponencial de la AD en las cadenas de la TDT, lo que refleja una toma de conciencia real de las necesidades del colectivo de personas ciegas o con baja visión. Así, 13 de los 16 canales de operadores privados y públicos analizados alcanzaron en 2015 el mínimo de horas establecido por la ley; en cuanto al grupo RTVE, hasta diciembre de 2015, tres de sus canales experimentaron un incremento progresivo de AD hasta alcanzar en los últimos meses el mínimo de

10 horas semanales impuesto por la Ley General de Comunicación Audiovisual. Y aunque los porcentajes superan las obligaciones impuestas por la ley, lo cierto es que no se puede negar que las horas de programas audiodescritos en televisión son pocas y que es evidente que debe hacerse un esfuerzo por aumentar la AD desde un punto de vista cuantitativo y cualitativo.

Grupo	Canales	Media anual horas AD 2014	Media anual horas AD 2015
Grupo RTVE	La 1	6,42	52,49
	La 2	6,35	29,48
	Clan	0,55	54,44
	24h	0,025	0,00
	TdP	0,00	0,00
Grupo ATRESMEDIA	Antena 3	17,26	18,25
	Neox	34,93	37,44
	Nova	10,25	10,64
	La Sexta	17,72	21,28
	MEGA	-	11,7
	ATreseries	-	6,3
Grupo Mediaset	Telecinco	10,5	9,14
	Cuatro	131,17	120,54
	Factoría Ficción	14,66	18,32
	Boing	9,77	10,46
	Divinity	15,35	17,26
	Energy	34,11	29,8

Tabla 4. Media anual sobre número de horas con AD en las principales cadenas de TV españolas (Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, 2016)

El informe CESyA incluye además una encuesta de satisfacción realizada entre los usuarios de AD en televisión. Se entrevistó a 339 usuarios de AD en la TDT española. Entre los datos recabados, destacamos que el 60,7% de los encuestados no utiliza el servicio de AD (CESyA, 2015: 123), por falta de información o porque el servicio no es accesible, aunque algunos manifiestan que no la necesitan.

Destaca, además, que los usuarios que utilizan AD lo hacen solo en el 25% del tiempo total del visionado, lo que podría justificarse por la falta de contenidos audiodescritos, y que en general prefieren contenidos sin AD (*ibíd.*). Sería conveniente averiguar si realmente es así o si se han acostumbrado a visionar contenidos sin AD porque no está disponible o porque no existe para la gran mayoría de programas. En cuanto a la valoración del servicio de AD, los usuarios muestran un grado de satisfacción bajo; esta baja valoración se debe a una insatisfacción en cuanto a la cantidad de contenidos audiodescritos en general, el grado de repetición de los programas accesibles y la distribución por tipo de programa, ya que la AD se asocia tradicionalmente a películas y series, pero algunos programas como telediarios, programas deportivos o incluso la publicidad no se ofrecen, de forma general, con AD.

No obstante, en cuanto a los aspectos cualitativos, la satisfacción es mayor, aunque lo peor valorado sigue siendo la dificultad para acceder a la programación audiodescrita y la activación de esta. Los demás ítems, como la superposición, el cansancio, el volumen, la velocidad, el vocabulario o el lenguaje alcanzan notas más altas, aunque los usuarios se quejan de la AD. Algunos de los encuestados proponen que la activación de la AD se realice de forma automática y que se dé por defecto, con el fin de evitar que el usuario ciego tenga que pelearse



con su televisor para poder encontrar la pista de audio correspondiente a la AD. Por otra parte, se demanda más cantidad de programas audiodescritos y de mejor calidad. El informe recoge las opiniones de algunos entrevistados, pero nos ha parecido interesante traer a colación la reacción de un usuario que reivindica la AD como derecho, y por consiguiente, insta a las televisiones nacionales a asumir sus obligaciones:

“Que tengan en cuenta nuestro derecho, el de las personas con discapacidad auditiva o visual, al acceso a la cultura, ocio, información etc. etc. como el resto de los españoles. Que tomen las medidas adecuadas, para que este derecho sea efectivo. Las múltiples encuestas que se nos piden, y en las que damos nuestras opiniones y necesidades tendrían que servir para algo y no quedarse en meras estadísticas, mientras la calidad y el acceso a la información etc. quedan en entredicho.” (CESyA, 2015: 144).

#### 1.3.2.4.2 Cine

En España, nos ha sido imposible obtener datos sobre el número de películas que cuentan con AD en cines o comercializadas en DVD o Blu-Ray, así como número de espectadores. En Reino Unido, sin embargo, cerca del 80% de las películas que se estrenan en cine y en DVD disponen de AD, gracias, en parte, a las acciones de las diferentes productoras y distribuidoras como Warner Brothers y Buena Vista International, que describen la totalidad de las películas que comercializan en Reino Unido, incluso las que no son en inglés (Greening y Rolph, 2007: 134). Asimismo, es importante señalar que existen asociaciones que informan regularmente de las películas que salen al mercado con AD, tanto en cine como

en DVD o Blu-Ray<sup>26</sup> y es relativamente sencillo obtener películas audiodescritas en inglés en estos formatos.

Sin embargo, en lo que respecta a la comercialización de películas con AD en España, sigue siendo muy precaria, tal y como señalaba Díaz Cintas hace más de diez años (2007a: 50). La primera película comercializada en DVD con AD en español fue *Match Point* de Woody Allen (2005) seguida por *Torrente 3: El Protector*, de Santiago Segura (2005). Actualmente, la lista de películas con AD que podemos encontrar en el mercado ha ido en aumento, e incluso algunos de los últimos DVD comercializados ya disponen de AD, y no son de la ONCE (es decir, que no están sometidas al sistema AUDESC). Evidentemente, las reacciones no se han hecho esperar, y muchas empresas han comenzado a trabajar en accesibilidad y proporcionar productos accesibles comerciales. Vázquez fue el primero en criticar la salida al mercado de los primeros DVD con AD, ya que no habían pasado “por la corrección de los responsables del sistema AUDESC” (2006: 1). Unos años más tarde, y en la misma línea, Vázquez describe el panorama de la AD en España en la actualidad y manifiesta: “Ha de saberse que en España hay dos métodos de AD: el sistema AUDESC, establecido por la ONCE, y contar la película, al estilo de las audiodescripciones americanas, que son las primeras conocidas” (2012: 125-126). Y distingue entre estos dos supuestos sistemas que imperan en la actualidad en España, barriendo para casa, si se permite la expresión. Según este autor, y después de subrayar su evolución a lo largo de los años, el sistema AUDESC se caracteriza por dar la prioridad al dato aportado por la película y que el espectador ciego no puede apreciar, sobre cualquier otra consideración. La finalidad es que se pueda comprender la

---

<sup>26</sup> Ver, por ejemplo, <http://www.yourlocalcinema.com/ad.dvd.html> [Consulta 03.03.17]

película, sin necesidad de contarla. También añade que se respeta el ritmo de la película y la información se transmite tal y como aparece en el filme. Sin embargo, el sistema americano “se limita a contar la película y no ha tenido evolución en estos años. Dependiendo de quien haga la AD, gustará más o menos, a tenor de cómo sepa contarla” (*ibid.*). Denuncia además que la llegada de nuevas empresas al mercado ha favorecido una guerra de precios, pero no ha contribuido a aumentar la calidad de las AD<sup>27</sup>. Tal y como expone Cabeza-Cáceres (2013: 54), quizá estas afirmaciones no son más que una manifestación del miedo a perder la hegemonía y el monopolio que ostentaba la ONCE en materia de AD en España hasta hace unos años.

Lo cierto es que, en la actualidad, la accesibilidad en cine y para DVD en España se realiza, entre otros, por la Fundación Orange a través del Proyecto Cine Accesible (*Amour*, Michael Haneke, 2012; *La piel que habito*, Almodóvar, 2011, entre otros)<sup>28</sup>. Por otra parte, la Fundación Vodafone dispone de un proyecto con el mismo nombre y también se encarga del teatro accesible en España.

El proyecto Cine Accesible está impulsado por la Fundación Orange y Navarra de Cine S.L. y tiene como principal objetivo “acercar la cultura a las personas con discapacidad visual y auditiva”<sup>29</sup>. Por ello, las salas de cine en las que se proyectan este tipo de películas disponen de mecanismos que permiten paliar

---

<sup>27</sup> Sería interesante realizar estudios de recepción en usuarios que han disfrutado de ambos tipos de AD en los que se evaluaran las preferencias y el grado de satisfacción de los mismos.

<sup>28</sup> Además, podemos encontrarnos con el curioso hecho de que una película se exhiba en el cine con AD, pero que luego no se comercialice con AD, por “cuestiones de derechos de autor”, como se nos informó desde Fundación Orange o Aptent Solutions, S.L. Es el caso de las películas *Volver* (Almodóvar, 2006), *Las sesiones* (Lewin, 2012), *Mandela. Long walk to freedom* (Chadwick, 2013) o *Los juegos del hambre. En llamas* (Lawrence, 2013), que se ofrecieron con AD en las grandes pantallas de nuestro país, pero que, inexplicablemente, no se comercializaron con AD.

<sup>29</sup> Véase su página web de presentación <http://www.fundacionorange.es/accesibilidad-cultural/cine-accesible/> [consulta: 05.09.16]

estas deficiencias y que las personas con discapacidad puedan disfrutar del ocio en compañía de sus familiares y amigos. Este proyecto dio sus primeros pasos en 2007, cuando se proyectaron las películas *Spiderman III* (Raimi, 2007) y la española *Una mujer invisible* (Herrero, 2007) en las ciudades de Pamplona, Bilbao, Zaragoza y Madrid.

Gracias a Fundación Orange, a Navarra de Cine S.L. y a Obra Social Caja del Mediterráneo, Valencia también se suma a la iniciativa, por lo que los cines Lys cuentan a partir de septiembre de 2012 con una sala adaptada para la proyección de películas accesibles. Un año más tarde, los cines Yelmo también adaptaron una de sus salas para que fuera accesible, gracias al proyecto Whatscine apadrinado por la Universidad Carlos III de Madrid<sup>30</sup>. La empresa Aptent Solutions S.L., *spin off* de la Universidad Carlos III, también se encarga de hacer accesible mediante SPS y AD teatro en toda España, así como algunas películas para cine y programas de televisión<sup>31</sup>. Por tanto, el sector privado está empezando ahora a responder a las necesidades de las personas con discapacidad, y no solo toma conciencia de ello sino que se están empezando a instalar salas de proyección accesible en Bilbao, Palma de Mallorca, Zaragoza y Pamplona por ejemplo<sup>32</sup>. Además, muchas productoras como Antena 3 Films,

---

<sup>30</sup> Whatscine es un sistema integrado en cualquier sistema de cine digital, para DVD, Blu-ray, DCP o proyectada en un ordenador. Las salas del grupo Yelmo Cines en toda España así como las salas del grupo SADE en San Sebastián se benefician de esta tecnología.

<sup>31</sup> Para una información detallada sobre los trabajos de Aptent Solutions, S.L. y en concreto las películas audiodescritas para cine, véase su web <http://aptent.es/trabajos/> [consulta: 04.02.17]

<sup>32</sup> Según la información que consta en la web de Fundación Cine Accesible de Orange, estas son las salas que cuentan con AD gracias al sistema ACCEplay en España: Cines Saide Carlos III de Pamplona, Cines Lys de Valencia, Cines Palafox de Zaragoza, Cines Ocimax de Palma de Mallorca, Cines Golem Alhóndiga de Bilbao, Cines Dreams Palacio de Hielo de Madrid, Cines Broadway de Valladolid. Ha sido imposible obtener datos concretos sobre número de espectadores que acuden a estas salas. Disponible en <http://www.fundacionorange.es/accesibilidad-cultural/cine-accesible/> [Consulta: 05.09.16]

Atípica Films, El Deseo, El Toro Pictures, Globomedia, Ikiru Films, Lazona Films, Mod Media, Telecinco Cinema y Cinesa están empezando a colaborar en estos proyectos y ofrecen productos audiovisuales con AD tanto en pantalla grande como para su posterior comercialización en DVD o Blu-ray.

En cuanto a las últimas novedades tecnológicas, destacamos que durante el Mobile World Congress que se celebró entre el 24 y el 27 de febrero de 2014, la Fundación Vodafone España presentó varios proyectos orientados hacia la integración de las personas con discapacidad mediante las nuevas tecnologías (AudescMobile, #ASPACEnet y Enréd@te). En lo que respecta a la AD, la Fundación Vodafone junto con la ONCE han promovido este sistema que permite a las personas con discapacidad visual acceder a películas, series etc. con AD, por lo que cualquier producción audiovisual sería accesible. El desarrollo ha sido realizado por la empresa S-DOS y CIDAT. La AD se facilita mediante un dispositivo móvil, y permite que se reproduzca de forma sincronizada con el vídeo en curso. Esta sincronización se realiza basándose en el audio del título que se está reproduciendo, independientemente de la plataforma física sobre la que se emite: cine, televisión, DVD, ordenador, etc.<sup>33</sup>

Por último, destacamos el lanzamiento de 5S, una aplicación para teléfonos inteligentes y tabletas de la empresa Movistar, que permite que personas con discapacidad visual o auditiva accedan a estrenos de cine y temporadas completas de series de Movistar+, y dispongan de AD o Subtitulación para sordos

---

<sup>33</sup> Para más información, véase la página web de Fundación Vodafone <http://www.fundacionvodafone.es/apps-accesibles/audescmobile> [Consulta: 30.03.17]

(SPS) al mismo tiempo que se reproduce la película o serie en la televisión, ordenador o consola. Se trata de una aplicación gratuita<sup>34</sup>.

Con todo lo expuesto, está claro que la accesibilidad en España está conociendo un crecimiento exponencial. Hemos iniciado un camino de no retorno y casi podríamos afirmar que, a partir de ahora, la cultura será accesible o no será. La cuestión no es si un producto debe o no ser accesible. Debemos preguntarnos cómo hacerlo accesible. En ese sentido, son numerosos los trabajos que se han publicado a lo largo de estos años y que presentamos en el siguiente apartado.

#### 1.4 Los estudios sobre AD

Aunque las primeras publicaciones sobre AD surgieron a finales del pasado siglo XX dada la tímida presencia de la AD en el panorama cinematográfico y televisivo (Pfanstiehl y Pfanstiehl, 1985; Piper, 1988; Navarrete, 1997a, 1997b), los primeros estudios académicos empezaron a ver la luz a partir de los años 2000, y en particular, al principio, se centraron en el estudio de las diferentes normas sobre AD que existen en la mayoría de países de la Unión Europea y Estados Unidos<sup>35</sup>, entre los que destacamos los estudios pormenorizados de Orero, 2005;

---

<sup>34</sup> Para más información, véase la página web de Movistar Plus <http://www.movistarplus.es/5s> [Consulta: 30.03.17]

<sup>35</sup> La *Guidance on Standards for Audio Description* se publica en el año 2000 por la Independent Television Commission en Gran Bretaña. Cuatro años más tarde, en 2004, la televisión pública bávara publica *Wenn aus Bildern Worte Werden* ("Cuando las imágenes se convierten en palabras"), escrito por Dosch y Benecke, profesionales de la AD. En 2005, se aprueba en España la Norma UNE 153020. *Audiodescripción para personas con discapacidad visual. Requisitos para la*

Greening y Rolph, 2007; Bourne, 2007; y los estudios comparativos de Vercauteren, 2007, y Rai, Greening y Petré, 2010, entre otros.

No es objeto del presente estudio retomar de forma detallada el panorama de la investigación en materia de AD, entre otras razones porque recientes tesis doctorales (Arma 2011; Cabeza-Cáceres, 2013; Rodríguez Posadas, 2013; Ramos, 2013) ya recogen de forma exhaustiva dichos estudios, por lo que resultaría redundante. Sin embargo, entendemos que es necesario ubicar nuestro estudio en la investigación sobre AD, por lo que, teniendo en cuenta que su objeto es el análisis de la descripción y la recepción de los referentes culturales en AD, nos centraremos en los estudios descriptivos y comparativos de AD más relevantes que se han publicado hasta el momento, así como en los estudios de recepción, que constituyen la segunda parte del presente estudio.

#### 1.4.1 Estudios descriptivos

Son numerosos los estudios de corte descriptivista en torno a la AD que abordan distintos aspectos de la misma desde diferentes perspectivas, y que hemos englobado en tres aspectos fundamentales: estudios desde el punto de vista de la lingüística, del discurso y del lenguaje fílmico.

---

*audiodescripción y elaboración de audioguías.* Según Vercauteren (2007), únicamente en nuestro país y Reino Unido se constituyeron comisiones independientes con la finalidad de establecer un documento normativo que regulara la AD. Francia dispone de la *Charte de l'audiodescription* elaborada por Gonant y Morisset desde 2008. No debemos olvidar que en Estados Unidos, país donde se originó la AD, se publicaron en 2003 las *AD Guidelines* de Audio Description International (ADI), que explicaban sucintamente qué y cómo describir, y que servirían de inspiración para las *Audio Description Standards* que se publican en 2010. Editadas por Joel Snyder, profesional de la AD, se trata de un documento muy extenso y rico en ejemplos, en el que se recogen numerosas sugerencias a la hora de abordar una AD.

#### 1.4.1.1 Estudios desde una perspectiva lingüística

Los estudios de corte descriptivista desde una perspectiva lingüística abordan los elementos lingüísticos y traductológicos presentes en las AD. Una de las metodologías más empleadas en este tipo de análisis es la metodología de corpus.

El proyecto TIWO (*Television in Words*) surge en la Universidad de Surrey, enmarcado dentro de la lingüística computacional. Sus investigadores publican numerosos trabajos explicando cómo conforman su corpus (Salway, 2007), cómo extraen información de los GAD sobre emociones (Salway y Graham, 2003) y sobre personajes y acciones (Salway, Lehane y O'Connor, 2007) o cómo generan GAD a partir de los guiones originales de los filmes de forma semiautomática (Lakritz y Salway, 2005). Respecto a este último artículo, los autores elaboraron un primer borrador de GAD basándose en que “on average a screenplay contains about 60% of the information required for an audio description, though not necessarily expressed in a suitable form” (2005: 2). Posteriormente, sometieron a la opinión de descriptores de la BBC el resultado, concluyendo que la producción de GAD de forma semiautomática es una opción factible en la actualidad.

Sirviéndose de una parte de este mismo corpus, compuesto por 69 GAD británicos y empleando herramientas de análisis automatizadas, Arma (2011) extrae los adjetivos de los GAD y los clasifica en distintas categorizaciones semánticas. Posteriormente, compara esos resultados con dos subcorpus del British National Corpus. Concluye la autora que en el segundo corpus imperan los adjetivos que se refieren a la actitud, comportamiento o pensamientos, algo que no se aprecia en el corpus de GAD, dada la neutralidad que se exige en la AD.



En España, el grupo TRACCE de la Universidad de Granada es el pionero en análisis de corpus aplicado a la AD. Dispone de un corpus compuesto por más de doscientos guiones en español, a los que se añadieron posteriormente cincuenta guiones en francés, inglés y alemán, todos ellos con AD, y que se etiqueta mediante el programa diseñado especialmente para ello, *Taggetti*, en tres niveles: narrativo, cinematográfico y gramatical. Jiménez Hurtado sienta las bases de la “gramática local del texto audiodescrito” (2007b: 55). Sus análisis abordan el análisis de la categoría “movimiento” (*op. cit*) o la categoría “sentimientos” en un trabajo posterior (Jiménez Hurtado y Seibel, 2010). La autora se sirve de una metodología de análisis basada en corpus aplicada a la AD en numerosos trabajos, (2009, 2012) y llega a una conclusión similar a la de Salway: el GAD presenta características que lo definen como un tipo textual especializado, por lo que es indispensable “iniciar el proceso de diseño de una gramática de este tipo textual” (Jiménez Hurtado y Seibel, 2010: 466). Concluyen las autoras que la descripción y el conocimiento de los patrones semánticos, sintácticos y discursivos del GAD proporcionará información valiosa no solo al formador sino también al investigador de AD basándose en los propios textos audiodescritos.

A pesar de que los estudios con corpus tan extensos arrojan conclusiones muy interesantes y generalizables, lo cierto es que la mayoría de estudios que analizan la AD desde un punto de vista lingüístico se basan en análisis de corpus mucho más reducidos. En este sentido, son abundantes los estudios contrastivos de distintas versiones de AD en distintas lenguas y a los que, dada la naturaleza del presente estudio, les dedicamos especial atención.

Uno de los primeros análisis que se publicaron sobre distintas versiones de AD de una misma película fue el de Bourne y Jiménez Hurtado (2007), que presentan un análisis contrastivo de dos GAD en inglés y en español de la película *Las Horas* (Daldry, 2002). Las conclusiones a las que llegan los autores señalan que, a pesar de que ambas versiones coinciden en la descripción de acciones y cambios de escenas, lo cierto es que en la versión inglesa se observa “detail with regard to clothes, expressions and situational context” (Bourne y Jiménez Hurtado, 2007: 177), lo que justifica que el GAD español sea notablemente más corto que el inglés. A este estudio descriptivo sobre análisis contrastivo de GAD le siguieron otros dos más, que alcanzaron conclusiones muy interesantes, y que inspiraron en su día nuestro Trabajo de Fin de Máster sobre *Slumdog millionaire* (Boyle, 2008): en primer lugar, el análisis contrastivo de la AD de *Los abrazos rotos*, de Pedro Almodóvar (2009) en inglés y en español, escrito por Sanderson. El objetivo del citado artículo era determinar “cómo cargas semánticas visuales pueden quedar sin descodificación por lagunas de conocimiento sociocultural” (2011: 26) y mostrar las diferencias en las descripciones de determinadas cuestiones, entre otras, de referentes culturales. Entre las conclusiones a las que llega el autor, se observan diferencias notables a la hora de describir escenas de sexo, lo que, según el autor, puede deberse a que las distintas convenciones morales que imperan en los distintos países de recepción han condicionado la toma de decisiones a la hora de describirlas. Tal y como apunta Sanderson, un estudio de un corpus más ampliado permitiría generalizar algunas de sus conclusiones. Unos años antes, Matamala y Rami (2009) presentaron un análisis contrastivo de la AD de la película *Goodbye Lenin!* (Becker, 2003), en alemán y español. Ambas autoras parten de un presupuesto: no todas las culturas interpretan de la misma forma un contenido audiovisual.

Este trabajo realiza un análisis contrastivo de las AD haciendo hincapié, por una parte, en la forma en la que se han descrito algunos referentes culturales; y por otra, analizando el estilo de ambas AD. Concluyen que la distancia cultural que separa al espectador alemán del espectador español implica estrategias de traducción distintas respecto a los referentes culturales. Pero estas diferencias no sólo se aplican respecto a los referentes culturales, sino también a la cantidad de información, la descripción de sentimientos, emociones y la adjetivación (2009: 12).

En el mismo sentido, Arma (2012) estudia la AD inglesa e italiana de *Chocolat* (Hallström, 2000) y confirma lo que adelantó en su tesis (2011), que en el GAD británico se insiste en la descripción de colores y en la variación cromática, acorde con la variedad de colores que se emplean en el filme. No obstante, la versión italiana se decanta por una AD más narrativa y menos descriptiva y no se vuelca en la descripción de colores, algo que, según la autora, es fundamental en la película.

Por otra parte, Limbach (2012) analiza en su tesis doctoral la neutralidad en las AD de los GAD de la película *Slumdog millionaire* (Boyle, 2008) en alemán y en inglés, y las compara con la AD en alemán del documental *Deutschland. Ein Sommermarchen* (Wortman, 2006). Concluye que en la película dramática existen más lexemas con carga axiomática positiva o negativa que en el documental. El análisis contrastivo demuestra, además, que en determinadas escenas, el audiodescriptor guía al receptor, perdiéndose la neutralidad que preconizan, de forma general, las normas sobre AD.

Por último, Palomo y Prieto (2007) se centran en las diferentes estrategias empleadas en la AD de productos infantiles en inglés y en español, y llegan a la

conclusión de que no se respetan las normas sobre AD que rigen en los respectivos países de recepción.

#### 1.4.1.2 Estudios desde una perspectiva narratológico-discursiva

Sabine Braun es una de las autoras cuyo estudio se centra en la AD desde una perspectiva discursiva. La autora define la AD como “a complex cognitive-linguistic and intermodal mediation activity” (2007: 2). En un primer trabajo, presenta un análisis de la película *Las horas* (Daldry, 2002) centrándose en tres aspectos: el procesamiento de información, el papel de la coherencia local y global y el papel de las inferencias que conforman un buen marco de trabajo para analizar los procesos discursivos implicados en la AD y en su recepción. Para esta autora, la perspectiva discursiva puede aplicarse tanto para una mejor comprensión del texto audiovisual por parte del descriptor como para la enseñanza de la AD. Más tarde, aplicando analógicamente lo determinado por Nord (1988) respecto al análisis del TO en traducción, preconiza la necesidad del análisis multimodal del TO audiovisual y su investigación para conseguir mejorar las AD. Para ello, acude a dos disciplinas como la Semiótica o los Estudios sobre Cine; aunque la autora critica, en ambos casos, la ausencia de análisis sobre cómo se forma la comprensión conjunta del producto audiovisual. También acude a los modelos de comprensión verbal desarrollados por los teóricos del Análisis del Discurso y la Pragmática. En cualquier caso, concluye la autora que la investigación sobre multimodalidad (que investiga cómo el diálogo, las imágenes y el sonido en su conjunto crean un significado único) combinada con las teorías de Análisis del Discurso, la Pragmática y la

Narratología, podría generar modelos de comprensión de textos multimodales, uno de los pilares de la investigación sobre AD. En un artículo posterior, Braun (2011) analiza el concepto de coherencia en los textos multimodales, como son las películas y la AD, y estudia los enlaces intermodales e intramodales en la película *Girl with a Pearl Earring* (Webber, 2003), con la finalidad de conseguir una continuidad del sentido y asegurar la coherencia del discurso en AD.

Vercauteren (2012), basándose en la Narratología, que presenta numerosas ventajas a la hora de analizar no solo las AD sino también el TO de las mismas, explica las diferentes fases en las que se crea una historia, siguiendo a Bal (1995): la fábula, la historia y la narrativa. El recorrido que hace el director de cine desde la idea primaria de la película hasta plasmarla en diferentes escenas es el que deberá reconstruir el espectador, en sentido contrario, para conseguir comprender las elecciones que ha hecho; el descriptor, en su doble vertiente de autor y receptor, deberá proporcionar al receptor ciego las pistas que aparecen en la película, y que le permitan hacer el mismo recorrido que un espectador vidente. Y aunque explica que son tres los elementos fundamentales en toda historia (personajes, espacio y tiempo), Vercauteren se centra únicamente en el análisis, desde un punto de vista narratológico, del tiempo. Así, el descriptor podrá justificar sus decisiones en base al análisis que realice del tiempo (en este caso) en cada escena: si las referencias temporales o el paso del tiempo no resultan claros para un espectador normovidente o no se pueden deducir del contexto, el descriptor podrá omitir esa información. En caso contrario, deberá hacerlo constar en el GAD (2012: 225-227). Vercauteren presenta un modelo esquemático sobre AD del tiempo, aunque señala que sería conveniente probar el modelo para ver si funciona en situaciones reales de AD. Dado que nuestro estudio intenta

determinar, en primer lugar, las elecciones de los descriptores en distintos países, sería interesante averiguar si este modelo sería universal, o si, por el contrario, se observan diferencias en el constructo mental que se hacen los distintos receptores en las distintas culturas de recepción. Más recientemente Vercauteren y Remael aplican el sistema desarrollado por el primero en tres escenas de *Inglourious basterds* (Tarantino, 2009) y proponen una serie de estrategias para ayudar al descriptor a la hora de elegir qué describir y qué omitir respecto al marco espacio-temporal de una película (2014: 73-76), con la finalidad de permitir que la audiencia pueda reconstruir una imagen mental del espacio fílmico.

Por otra parte, el trabajo de Remael (2012) destaca la importancia del sonido en la construcción del significado de la película, y por tanto, su papel en la construcción de la coherencia narrativa, ya que el espectador no solo conforma su imagen a partir de las pistas visuales que encierra el filme sino también de las pistas sonoras. Igareda (2012), por su parte, se centra en la música de las películas, y compara AD en las que las canciones están en la misma lengua que la película, y canciones en distinta lengua, y concluye “[AD] must recognize when to allow the sound to also be a principal character in the film” (2012: 250). Dado que la música, de forma general, transmite significado en las películas, es indispensable que el descriptor analice la función que desempeña en cada caso para determinar la estrategia de traducción más adecuada. En la misma línea, Szarkowska y Orero (2014) sugieren determinadas estrategias de AD al analizar la función del sonido en *Inglourious basterds* (Tarantino, 2009) y hacen una particular reflexión sobre el papel que desempeñan los sonidos, la música y la presencia de varias lenguas en la versión original del filme, que cumplen un papel fundamental en el mismo.

Además, apuntan una interesante reflexión sobre la AD del silencio en un filme, cuando este posee cierto contenido semántico (2014: 136).

También desde la perspectiva narratológica, Kruger (2010) parte de la comparación entre narrativa literaria y fílmica para defender la *audionarración* (AN) frente a la AD, ya que, según el autor, una descripción objetiva no consigue transmitir la narratividad de la imagen. De hecho, Kruger distingue tres tipos diferentes de descripción, siguiendo un *continuum* en el que en un extremo se encontraría una descripción explícitamente objetiva (AD) y en el otro una AN, que se aleja de la fidelidad estricta de describir lo que se ve en pantalla (por tanto, de las reglas sobre AD que preconizan la objetividad como norma fundamental en AD) para convertirse en una narración coherente, y que persigue el efecto narrativo de los códigos visuales (2010: 233). A medio camino entre ambos extremos, encontraríamos una AD que presentaría marcadores narrativos y alguna interpretación subjetiva. Kruger propone centrarse no tanto en qué y cómo se describe, sino más bien en el *por qué* y en el *y qué*. El planeamiento de Kruger es sin duda original, y la consideración de la AN puede constituir un nuevo paso hacia la mejora de la AD; sin embargo, estimamos que la diferencia práctica entre la AN y una AD con marcadores narrativos no queda lo suficientemente clara. Asimismo, sería conveniente contar con estudios sobre preferencias de los usuarios respecto a este tipo de AD para determinar si realmente sería una opción factible.

#### 1.4.1.3 Estudios desde la perspectiva del lenguaje fílmico

Algunos autores insisten en la importancia del análisis fílmico como paso previo a la elaboración del GAD que apunta Vercauteren (2007), atendiendo al lenguaje fílmico de la película que se va a describir. Este sería el caso de Pérez Payá, que concibe el GAD como “un viaje de ida y vuelta” (2007: 82), ya que toma como base del GAD el guion cinematográfico, afirmando que “puede ser para él [el descriptor] una herramienta de traducción valiosa al emprender el proceso de selección de información visual” (2007: 90). Apunta, por tanto, al análisis del guion cinematográfico y a su plasmación en la pantalla, como uno de los elementos que puede ayudar al descriptor a discriminar y elegir la información que quiere describir. En el mismo sentido, Chapado Sánchez (2010) se basa en teóricos de la narrativa fílmica como Barthes (1970), Aumont (1996), Bordwell (1995), Carmona (1993) o Casetti y di Chio (1991) para poder determinar lo que la autora denomina la *audiodescriptibilidad* de un filme. Así, establece las características que debe tener un texto audiovisual para poder ser audiodescriptible (y *sensu contrario*, también indica aquellos elementos que, según su estudio, convertirían un determinado producto en no audiodescriptible). En primer lugar, señala, como es obvio, que al tener que engarzarse la AD en la banda sonora de la película, ésta necesariamente deberá contar con huecos de silencio. Así, por ejemplo, las películas con narrador omnisciente presentan más dificultades a la hora de ser audiodescritas. En segundo lugar, indica que en función de la trama de la película, la AD también podría ser mucho más compleja. Y distingue, por una parte, la velocidad en la que se desarrolle (atendiendo a movimientos de cámara, cambios de plano, cantidad de personajes etc.) y la complejidad de la misma. Lo que nos parece más



interesante de su artículo es que, a través del análisis que propone, la autora se aventura a establecer prioridades en la información que debe proporcionar la AD:

Los personajes son lo primero, después el lugar en el que están, sus posiciones y la acción que realizan. Si hay tiempo, la ropa, o características físicas, y después los objetos que componen el encuadre. Se describirán antes los objetos grandes que los pequeños, los que participan en la acción que los que no participan y los que se mueven antes que los que no se mueven (2010: 188).

Matamala y Orero (2011) se centran en los textos escritos que aparecen en pantalla. Las autoras analizaron los comienzos de seis películas audiodescritas en inglés y se fijaron en los logos, la tipografía empleada, textos sobrepuestos, títulos de crédito y otros elementos textuales que forman parte de la película. También detectaron que al comienzo de las películas había elementos visuales no textuales, como imágenes de personajes, y sonidos, como la música de la banda sonora o diálogos, a veces importantes para la trama; y que en cuanto a los títulos de crédito, las opciones empleadas por los descriptores eran dispares, desde la omisión, la lectura sincrónica o no de los créditos o la condensación. Concluyen las autoras que es necesario que el descriptor analice todos estos elementos descritos para elegir la mejor estrategia en cada caso. Respecto al filme *Inglourious Basterds* (Tarantino, 2009), Matamala (2014) analiza los logos y títulos de crédito, los insertos o intertítulos y los subtítulos, así como otras ocasiones en las que aparece texto en pantalla como mapas, cartas o titulares de periódicos. En función de cada escena, la autora propone estrategias de AD de cada uno de ellos, así como formas de verbalizar esa información, explicitándola como “un cartel

indica”, mediante el cambio de tono en la voz o incluso usando una voz distinta (2014:118).

Destacamos igualmente el trabajo de Bardini (2015) que estudia el lenguaje fílmico en tres AD en alemán, inglés y español de la película *Slumdog millionaire* (Boyle, 2008) e identifica tres estrategias de AD principales que corresponden a tres estilos de AD diferentes: “explicitely descriptive, descriptive interpretative, narrative AD”, basándose en el *continuum* sobre descripción-narración de Kruger (2010).

Perego (2014) se fija en el montaje cinematográfico e identifica nueve técnicas usadas en el montaje de *Inglourious basterds* (Tarantino, 2009), como cambios de plano, pantalla partida, tomas paralelas o movimientos de cámara, por citar unas cuantas, y propone una serie de AD para vehicular esa información al receptor invidente, ya que la forma que tiene el director de contar el filme posee un significado. Frente al lenguaje cinematográfico, el descriptor, según la autora, tiene dos opciones: emplear los términos técnicos (por ej., primer plano) o emplear descripciones del plano, algo que según la autora sería “more accessible and understandable” (2014: 98).

La descripción de los personajes también es otro tema que ha suscitado un gran interés desde los inicios de la investigación en AD. Destacamos, en primer lugar, el trabajo de Ballester (2007). Se trata de un estudio descriptivo sobre la caracterización de los personajes en *Todo sobre mi madre* (Pedro Almodóvar, 1999) y concluye que el GAD es coherente con los rasgos del cine almodovariano y con la película. Y no solo respecto a la descripción de los personajes, sino también de los objetos o espacios en los que se ubican, que tienen una gran importancia tanto cualitativa como cuantitativa. Orero (2011) analiza las AD inglesas de los

monstruos que aparecen en la película infantil *Monstruos Inc.* (Doctor, Unkrich y Silverman, 2011), donde se aprovechan los huecos de silencio del comienzo del filme para describir los rasgos físicos de los monstruos. Sin embargo, Orero plantea la cuestión esencial del receptor; dado que la película va dirigida esencialmente a un público infantil, la autora se cuestiona si este sería capaz de recordar toda la información que se le ha proporcionado al principio y si podría provocar saturación en el receptor. Y apunta a estudios experimentales sobre la cuestión como modo de averiguar qué información retienen los niños. Vercauteren y Orero (2013) estudian las emociones y su representación como expresiones faciales así como las diversas formas en que pueden describirse. El artículo contiene un interesante experimento llevado a cabo con estudiantes de AD a los que se le pide describir el filme de animación *Knick-Knack* (Lasseter, 1989). Los estudiantes describieron las expresiones faciales antes que las emociones, ya que las normas sobre AD preconizan, como sabemos, la objetividad como regla fundamental a la hora de describir. Igualmente, los estudiantes manifestaron en entrevistas posteriores que habían entendido las emociones de los personajes pero habían tenido dificultades a la hora de expresarlas. Los autores critican la interpretación estricta que se pueda hacer de las normas sobre AD sobre todo en lo que concierne a la objetividad a la hora de describir expresiones faciales, ya que el tema es mucho más complejo. Los autores apuntan a estudios de recepción para determinar las preferencias de los receptores.

Otros dos autores se centran en la AD de personajes en la película *Inglourious Basterds* (Tarantino, 2009), pero desde dos perspectivas diferentes. Por una parte, Mazur analiza las expresiones faciales e intenta abordar el dilema en el que se

encuentra el descriptor: “whether to interpret the emotion which they [the facial expressions] convey and name the emotion in AD, or whether to describe them and let the blind viewers infer the meaning they convey on their own” (2014: 194). La autora propone cinco estrategias a la hora de abordar esta AD: la literalidad de lo que se ve, la explicitación (es decir, explicitar la emoción que se desprende de la expresión facial), la generalización, la omisión o la combinación de estrategias. Por otra, Benecke aborda la cuestión de cuándo y cómo nombrar a los personajes y cuándo y cómo ofrecer una descripción más larga de la apariencia del personaje. A través de la descripción de los personajes, el autor propone nombrar a los personajes por su nombre la primera vez que aparecen en pantalla, aunque advierte de que el receptor puede sentirse ofendido por esta “over information”, por una hiperdescripción innecesaria (Benecke, 2014: 150).

Por otra parte, Valero Gisbert (2012) aborda la AD de la intertextualidad de las películas, es decir, se plantea si es necesario describir elementos de una película que remiten a otras películas. Dado que es el receptor el que debe identificar esa referencia intertextual, la autora abre el camino hacia un futuro estudio de recepción. También Taylor (2014) analiza la intertextualidad en *Inglourious Basterds* (Tarantino, 2009) dadas las numerosas referencias que la película contiene (a otras películas, incluso del mismo director, libros, personajes históricos, música...). El autor vuelve a plantear la delicada cuestión que se plantea al descriptor cuando se enfrenta a la elaboración del GAD “There is a fine line between beneficial intervention and superfluous over assistance and it is the line that the audio describer has to tread” (2014: 37). Y apunta a una interesante estrategia para resolver la cuestión de la intertextualidad en filmes, que no es otra que incluir algunas de las referencias intertextuales que contiene el filme en una

*audiointroducción*, tal y como recogen los estudios de Fryer y Romero Fresco (2014), como veremos más adelante.

Martínez Sierra (2010) también lleva a cabo un análisis descriptivo y cuantitativo del humor en la AD de la serie británica *I want candy* (Stephen Surjik, 2007) y determina que se ha perdido el 37,6% de la información visual con carga humorística, probablemente por la limitación temporal intrínseca de la AD.

Matamala y Remael (2015) estudian la AD de los efectos especiales en escenas de dos filmes como *Hero* (Zhang Yimou, 2002) y *2012* (Emmerich, 2009), y se preguntan sobre si la AD en estos dos casos debería adaptarse al estilo fílmico en el que la forma adquiere tanto protagonismo como el contenido. Las autoras se centran en tres ítems en particular: la focalización, el tempo y el lenguaje de la AD.

Por último, Maszerowska y Mangiron (2014) realizan un estudio de las referencias culturales en *Inglourious Basterds* (Tarantino, 2009). Después de clasificarlas, las autoras proponen diversas estrategias para describirlas teniendo en cuenta no solo la información que se facilita de forma oral sino también la composición de la escena. La estrategia que impera es la generalización, aunque en ocasiones también se opta por la explicitación y, en menor medida, por la omisión. En cualquier caso, las autoras apuntan de nuevo a la necesidad de realizar estudios de recepción para validar las estrategias propuestas (2014: 175).

### 1.4.2 Estudios de recepción

Los estudios de recepción o experimentales son cada vez más frecuentes en los Estudios sobre Traducción en general y sobre AD en particular, ya que, como señala Braun (2008: 22-23), es necesario investigar si lo observado en los estudios descriptivos se corresponde con las expectativas y preferencias de las respectivas audiencias, y en particular “to the type and amount of information in the descriptions”.

Desde los inicios de la AD, se ha tendido a contar con la opinión del usuario como elemento vertebrador de las AD. Tanto en Alemania como en Francia, las AD se elaboran contando con un ciego en el equipo (Benecke, 2004; Gonant y Morisset, 2008). También las sugerencias y opiniones de los usuarios fueron tomadas en cuenta para la elaboración de algunas de las normas de AD, como en las *Guidance on Standards for Audio Description* (ITC, 2000), en la norma española UNE 153020 (AENOR, 2005) o las normas americanas (*American Council of the Blind*, 2010). Sin embargo, algunos autores reclaman que la opinión de los usuarios se tenga en cuenta sobre todo a la hora de investigar sobre AD, para aplicar los resultados obtenidos a las normas que las rigen.

#### 1.4.2.1 Los primeros estudios sobre AD en normoventes: *The Pear Tree Project* y *Eye tracking*

Como ya hemos indicado, la AD permite que el receptor invidente o con discapacidad visual perciba el producto fílmico como lo ve un receptor que ve. En este sentido, los primeros estudios de recepción se concentraron en investigar

cómo perciben las personas normovidentes para, en base a esos resultados, ajustar las AD para personas con deficiencias visuales. En España, Orero (2008) realiza en Barcelona un interesante estudio sobre la recepción de la narrativa fílmica de una película sin diálogos basado en Chafe (1980). El mismo estudio se realizó en los años 80 en espectadores de Grecia y Estados Unidos. Para el estudio, se seleccionaron veinte estudiantes sin conocimientos previos sobre AD y se les pidió que, después de ver el filme, escribieran lo que recordaran. La autora observa ciertas convenciones a la hora de describir, que vendrían prescritas por la cultura, a pesar de que la narración se considera una experiencia universal. Orero anima a volver a realizar el experimento en audiencias griegas y americanas, para comprobar si la distancia cultural que se observaba en los 80 se ha reducido efectivamente. En cualquier caso, plantea la necesidad de realizar más estudios de este tipo para determinar la necesidad de estándares armonizados de AD, planteando además la posibilidad de traducir los GAD a varias lenguas. Este trabajo fue el origen de un estudio interlingüístico e intercultural de AD más amplio, que para nosotros resulta muy interesante y que cristalizó en *The Pear Tree Project*, cuyos resultados fueron ampliamente analizados por las autoras polacas Chmiel y Mazur (2012a y 2012b). Formó parte de *Digital Television for All (DTV4All)* y su principal objetivo era el de determinar si era posible desarrollar unos estándares comunes de AD para todos los países europeos. El estudio se llevó a cabo en once países y en doce lenguas, y cada grupo estaba compuesto por veinte sujetos (en su mayoría mujeres, de entre 17 y 25 años, estudiantes de Traducción). El experimento consistía en que los sujetos vieran un corto de seis minutos de duración, en color, pero sin diálogos: *The Pear Tree film* (Chafe, 1980). A continuación, debían escribir lo que acababan de ver. Los resultados, para las autoras, no son concluyentes porque no se observan

diferencias considerables entre lenguas, pero sí se detectan coincidencias en las descripciones de algunos aspectos del filme (esencialmente acciones). Y aunque los resultados no permiten realizar generalizaciones sobre formas en las que se percibe y se describe un filme, las autoras subrayan la necesidad de realizar estudios de recepción en ciegos o personas con visión reducida para determinar sus preferencias y expectativas. Sin embargo, en el artículo posterior (Mazur y Chmiel, 2012b), las autoras vuelven a analizar los resultados obtenidos en el experimento y observan que los sujetos tendieron a interpretar los acontecimientos del corto más que a contarlos; es decir, que no se limitaban a relatar con objetividad lo observado, sino que lo interpretaban. Las autoras concluyen que sería interesante realizar más estudios de recepción no solo en espectadores ciegos o con visión reducida, sino también en receptores videntes, para determinar cómo estos perciben e interpretan la información visual y así adecuar las AD a cómo los espectadores ven.

Dentro del mismo proyecto, se llevó a cabo una investigación basándose en la metodología del *eye-tracking*. Orero y Vilaró (2012) parten de la constatación de que varias personas enfrentadas a una misma película tendrán una percepción distinta y harán una interpretación diferente; unas se fijarán en detalles que para otras habrán pasado desapercibidos. Y eso esencialmente porque la percepción es una experiencia personal. Por eso, cuando las normas o *guidelines* de AD establecen que se debe describir lo que se ve, en realidad no están diciendo gran cosa, ya que nuestra percepción no es un mero reflejo que se forma en nuestra retina, sino una interpretación, en la que entra en juego nuestra experiencia, nuestras emociones, nuestra cultura etc. Partiendo de los experimentos llevados a cabo por Yarbus (1967) sobre movimientos oculares, las autoras proponen



aplicar el mismo principio para determinar qué debe describirse. Al analizar un corpus compuesto por clips de tres películas audiodescritas, las autoras constatan que determinados elementos han sido descritos y otros obviados por el descriptor, como el color de la piel de algunos personajes (2012: 302). El experimento planteado por las autoras tiene como objetivo comprobar si los movimientos oculares de los espectadores de esos clips (mostrados sin sonido) se concentran en los mismos detalles que han sido descritos en la AD. El *eye-tracker* demuestra que los movimientos oculares son muy similares entre los espectadores. Sin embargo, las áreas marcadas por *eye-tracking* no se corresponden a lo descrito en las secuencias seleccionadas: aunque los ojos se posaron en los detalles del clip, los cuestionarios demuestran que en muchos casos no los recordaban. Las autoras adelantan la subjetividad como posible explicación, así como la relevancia, ya que no todos los espectadores otorgan la misma importancia a los mismos detalles de una película. Una reflexión interesante que plantean es que el experimento se centra en un clip que dura apenas dos minutos de secuencia, mientras que una película puede durar más de dos horas. Por esta razón las autoras adelantan que sería necesario realizar el mismo experimento, pero atendiendo a otros criterios como la percepción, la memoria, la atención y la cognición, determinando así qué papeles desempeñan todas ellas en la formación del constructo mental cuando se visiona un filme.

Posteriormente, se realizó otro experimento con cuatro versiones distintas del *Pear Tree Film* (Chafe, 1980): el vídeo original, el vídeo sin sonido, el vídeo al que se añadió el sonido del llanto de un niño, y finalmente el vídeo en el que se añadió el sonido de un helicóptero. Todo esto con el fin de determinar si el sonido ejerce alguna influencia en los movimientos oculares de los receptores (Vilaró *et al.*,

2012). Primero, se realizaba el experimento mediante el *eye-tracker*, y en una segunda fase se les realizaban preguntas sobre la percepción y la comprensión de lo que habían visto. Los sujetos creían haber mirado a las mismas áreas en las cuatro versiones distintas del vídeo. Sin embargo, los movimientos oculares en el vídeo en que se oía el helicóptero se dirigían hacia el cielo; mientras que cuando se oía el llanto del niño, se dirigían al fondo de la escena. Por tanto, las autoras concluyen que el sonido sí que influye en el movimiento ocular, llegando incluso a provocar en algún usuario inseguridad, ya que el sonido no se correspondía con la imagen proyectada y no conseguía entender lo que sucedía. En consecuencia, la influencia que puede ejercer el sonido debe tenerse en cuenta a la hora de elaborar el GAD, ya que guía en la percepción visual, algo que ya se había señalado en los estudios descriptivos sobre sonido y AD recogidos en el apartado anterior.

En el mismo sentido, Vilaró y Orero (2013) se centraron en la percepción de *leitmotivos* en un experimento en el que mostraban a ocho videntes un clip con dos AD: una que lo indicaba explícitamente y otra sin la AD del *leitmotiv*. De nuevo, todos los participantes miraban las mismas áreas; sin embargo, solo recordaban el *leitmotiv* cuando la AD lo expresaba. Las autoras concluyen que se debería recomendar el *anclaje* de los elementos recurrentes en el GAD. Por último, en Orero y Vilaró (2014), ambas autoras llevan a cabo un estudio con veinte espectadores. Ante una escena de *Inglourious basterds* (Tarantino, 2009), las autoras observaron que los elementos secundarios (que las autoras clasifican en función de su relevancia para la trama) se ven pero no se procesan cognitivamente. Plantean, por tanto, el reto de cómo audiodescribir dichos elementos y proponen dos estrategias: bien omitirlos, o bien explicitarlos de la

forma más objetiva posible, atendiendo siempre al principio de relevancia (2014: 207-209).

Por otra parte, Arcos Urrutia (2012) también realiza estudios de recepción en personas videntes de cinco fragmentos de *La Misión* (Roland Joffé, 1986) para proponer mejoras en la norma UNE (AENOR, 2005). Partiendo de una metodología descriptiva y de análisis, el autor elige varios elementos de control (lenguaje, terminología, adjetivos, verbos sustantivos, cansancio por saturación, ansiedad por omisión, grado de subjetividad, abundantes descripciones, la voz, la entonación, la velocidad y el ritmo). Y tal y como señala el propio autor, sería interesante intentar corroborar las conclusiones a las que llega realizando estudios de recepción en espectadores invidentes.

#### 1.4.2.2 Estudios en receptores con personas ciegas o con baja visión

En Reino Unido, el *Royal National Institute for Blind People* (RNIB) llevó a cabo un amplio estudio cuyo objetivo era comprender los comportamientos y las actitudes de las personas ciegas o con visión reducida asiáticas frente a películas de Bollywood con y sin AD denominado *Bollywood for all*. Combinando una metodología cuantitativa y cualitativa (mediante entrevistas a veinticinco participantes), el estudio concluye que la AD constituía un elemento fundamental para la comprensión y el disfrute de las películas. Destacamos además que los usuarios subrayaron la importancia de contar con AD durante las canciones, con el fin de no perderse en la trama; la mayoría preferían la AD en hindi, y no en inglés; y que tan solo el 5% de los usuarios conocían la AD (Rai,

2009). Por otra parte, Chmiel y Mazur (2012c) describen un estudio llevado a cabo en Polonia para determinar las preferencias sobre AD mediante un cuestionario de trece preguntas. Las autoras afirman que, en aras a garantizar la calidad de las AD, sería necesario considerar las preferencias de los usuarios que, al fin y al cabo, serán los consumidores de los productos audiodescritos. Centrándose esencialmente en la metodología, las autoras comparan las AD de un mismo clip, ofreciendo AD más objetivas o más interpretativas y preguntando por cuestiones como la identificación de los personajes por su nombre o la cantidad de detalles que hay que incluir en el GAD. Por último, las autoras explican las dificultades que conllevó este experimento en cuanto a la metodología empleada.

Otros autores que han realizado sendos estudios de recepción, sobre todo en el ámbito del teatro, son los canadienses Udo y Fels, que a pesar de centrarse sobre todo en la recepción de AD en directo, aportan unas conclusiones muy ilustrativas e igualmente extrapolables a la AD fílmica. Se centran sobre todo en el disfrute de la obra por parte de las personas ciegas o con baja visión aunque para lograrlo tengan que alejarse de lo establecido por las normas de AD. Uno de sus primeros trabajos fue un estudio de recepción de dos AD de la obra teatral *Hamlet*, una convencional y la otra no convencional, que se elaboraron con la colaboración de la directora de la obra, Andrea Wasserman. Para estos autores, una AD convencional sólo refleja “the description of what is seen – the set, actors’ movements, and lighting—rather than on what is meant to be seen—the director’s vision” (2009a: 180), y se posicionan a favor de la AD como componente esencial del entretenimiento, y no solo una vía de obtención de información. Concluyen que las AD deberían revisarse por los directores teatrales, optando, como en el caso de estudio, por una AD integrada en la obra teatral, ya que,

consideraron, era la mejor forma de transmitir la visión de la directora a la audiencia con discapacidad visual, y de poner en evidencia que el descriptor forma parte del equipo creativo de la obra. En otro estudio posterior, pidieron a una descriptora perteneciente al mundo de la moda, y por tanto, experta en la materia, describir un desfile en directo, con un estilo más personal, más emocional que el que se observa en las AD convencionales, aplicando, en cierto modo, el estilo en el que se describe un evento deportivo. Alguno de los receptores invidentes manifestaron que la descriptora había “brought the fashion show to life” (2009b: 13) y apreciaron su entusiasmo y la profusión en detalles como algunos datos sobre las anteriores colecciones de algunos diseñadores. Los autores concluyen que una AD emocional en la que el descriptor vuelca su interés personal puede contribuir a un mayor disfrute del receptor, y de ese modo abre vías a la investigación sobre el estilo y la entonación en la AD.

En un artículo posterior, Udo, Acevedo y Fels (2010) realizan un estudio de recepción en 22 receptores invidentes o con visión reducida de una AD no convencional de la representación en directo de *Hamlet*. Entre las conclusiones a las que llegan destaca que la comprensión de la obra estuvo directamente relacionada con el disfrute, y que la mayoría de los receptores disfrutaron de la AD que, en boca de uno de los personajes de la obra, Horacio, se entremezclaba con el texto de la obra en sí, haciendo que la AD quedara integrada en la obra.

Destacamos igualmente los trabajos de Louise Fryer, que ha centrado su estudio en el uso del lenguaje cinematográfico en la AD. Estudiando las AD que incorporan en el guion referencias al lenguaje fílmico (lo que la autora denomina *AD cinematográfica*, y que contraviene expresamente lo establecido por las *guidelines* británicas), la autora concluyó que la mayoría de usuarios preferían una AD

cinemática a una estándar, aunque se observaron diferencias en cuanto a edad y tipo de ceguera (congénita o adquirida) del receptor. En cualquier caso, los usuarios que prefirieron la AD cinética fueron los que no estaban familiarizados con la AD. La autora subraya la importancia de que la teoría de la AD se base en estudios empíricos, y la necesidad de considerar al receptor a la hora de establecer criterios sobre diferentes estilos en la AD (Fryer y Freeman, 2013: 413). Estos mismos autores llevaron a cabo otro estudio partiendo de una constatación: la mejor AD es aquella de la que el receptor no es consciente (2012: 16). Los autores decidieron medir el grado y forma de inmersión psicológica de los espectadores videntes, invidentes y con pérdida de visión, ante una experiencia cinematográfica o incluso de realidad virtual, lo que denominan *la presencia*, que, citando a Biocca (1997) resumen como “the illusion of being there” (2012: 15). Para ello, realizaron estudios de recepción de un mismo clip sin AD, con AD y con AD que contenía lenguaje cinematográfico, relativo a la fotografía y a la edición, y llegaron a la conclusión de que la mayoría de usuarios (un 66,7% de los participantes con pérdida de visión, especialmente en aquellos que habían perdido la visión después de los 30 años) preferían la AD cinemática, ya que contribuye a una mejor construcción de la *presencia*. Y casi un 90% de los participantes ciegos o con pérdida de visión que no estaban familiarizados con la AD manifestaron su preferencia por una AD cinemática. Las conclusiones de estos autores plantean la necesidad de una revisión de los estándares de AD, que recomiendan evitar el uso de lenguaje cinematográfico (“to many, expressions like: ‘in close-up’, ‘pan-across’, ‘mid-shot’, ‘crane-shot’ etc. may not mean anything...” (ITC, 2000:8)). Es más, la autora defiende su inclusión expresa, no sólo por su contribución a una mayor comprensión, sino sobre todo porque ayuda a la persona ciega o con visión reducida a disfrutar de la experiencia

cinematográfica de forma más plena. Aboga, por tanto, por tener en cuenta la opinión de la audiencia receptora de AD a la hora de elaborar los estándares y de realizar esas AD.

Romero Fresco y Fryer (2013) llevan a cabo un estudio sobre la conveniencia de incluir *audiointroducciones* en las AD de películas, siguiendo el ejemplo de que se viene haciendo en teatro o en ópera. Se añaden dos introducciones a *Slumdog Millionaire* (Boyle, 2008) y a *Man on Wire* (Marsh, 2008) de diez minutos de duración, incluyendo información relativa al estilo cinematográfico, junto con una breve descripción de los personajes, los espacios, un breve resumen, el reparto y detalles de producción. La mayoría de los participantes en el experimento encontraron útiles las audiointroducciones (AI) ya que les resultó más fácil seguir la película<sup>36</sup>; y más concretamente, la mayoría apreció las descripciones sobre el estilo visual del filme. Solo un pequeño porcentaje manifestó que la AI “told me things I could find for myself” (2013: 287). Además, la mayoría expresó su deseo de que hubiera AI en otras películas. Ambos autores proponen que se incluyan AI como opción de audio en los DVD o descargables de una página web. Un año más tarde, ambos autores elaboran una AI para *Inglourious basterds* (Tarantino, 2009), y describen con precisión cómo la realizan y cómo seleccionan la información que quieren incluir en la AI, incidiendo también en el lenguaje cinematográfico que caracteriza el cine de Tarantino (2014).

---

<sup>36</sup> Resulta curioso que la AD española de *Slumdog millionaire* incluya una especie de audiointroducción en la que se pone en antecedentes al espectador antes de que la acción comience: se explica quién es el personaje principal, dónde se va a desarrollar la acción, cómo transcurrirá y en qué concurso está participando el protagonista.

Por otra parte, la autora polaca Szarkowska (2011: 144) parte de la presencia aún escasa de las AD en el mercado para proponer una *text-to-speech audio description*, es decir, hacer que sea un software de síntesis de voz el que lea la AD, en vez de una locución por parte de una persona. Su estudio analiza la percepción de los usuarios polacos de una AD con voz sintetizada de una película polaca, una película en inglés con *voice-over* en polaco, y un documental también con *voice-over*. La conclusión fue que el 54% de los entrevistados preferían una voz humana a una voz sintetizada a la hora de narrar las AD. Sin embargo, una amplia mayoría consideraba esta modalidad de AD como una solución intermedia aceptable hasta que el mercado de la AD se consolidara y contara con más narradores humanos. La tercera parte de los usuarios se manifestaron en contra de que fuera una solución permanente. En la misma línea, más recientemente, Fernández-Torné y Matamala (2015) presentan un interesante estudio de recepción sobre *texto-to-speech audio description*. En el experimento participaron 67 personas y se seleccionaron varios clips de la película *Closer*, de Mike Nichols (2004). La finalidad era comprobar el grado de aceptación por parte de los usuarios del uso de voces sintéticas para la AD en catalán evaluando la pronunciación, las pausas, la entonación, la naturalidad, el disfrute o la aceptación, entre diversos ítems. Las conclusiones muestran que, de forma general, los usuarios prefirieron las voces naturales frente a las sintéticas, aunque, señalan las autoras, el 94% de los participantes señalaron la AD con voces sintéticas como una alternativa aceptable frente a la AD “humana” y el 20% prefirieron las voces sintéticas. Además, tal y como manifiestan las autoras, las puntuaciones obtenidas en los ítems respecto a las voces sintéticas no bajaron de un 3,2/5, lo cual refleja una cierta aceptación por parte de los usuarios (2015: 74-75).



Cabeza-Cáceres (2013) realiza un estudio de recepción, centrándose en los parámetros de velocidad, entonación y explicitación de la AD en la comprensión fílmica. Llega a la conclusión de que la velocidad de narración y la explicitación afectan a la comprensión fílmica, aunque no al disfrute; la entonación, sin embargo, no afecta a la comprensión, pero sí al disfrute, rechazándose por parte de los usuarios tanto una entonación enfática como una uniforme.

También Marina Ramos (2013) se centró en el impacto emocional de la AD; la autora estudia la influencia de la AD en la percepción del asco, el miedo y la tristeza en espectadores videntes e invidentes, y destaca la importancia de la información sonora a la hora de producir emociones en el espectador, así como la viabilidad de unas descripciones que incluyan más detalles subjetivos.

Fresno (2014) realiza un estudio de recepción sobre AD de personajes en personas videntes. Un antecedente de este trabajo es el de Ballester (2007) sobre AD de personajes cuando afirma “sería interesante saber en qué medida el espectador ciego puede, a partir de la AD de una determinada película, hacerse una imagen mental parecida a las del espectador vidente”. La finalidad de Fresno es determinar qué imagen mental se hacen los espectadores videntes con la información visual, para después plantearse si lo que recuerdan los videntes se incluyese en una AD para ciegos y personas con visión reducida contribuiría a que se hicieran un constructo mental similar. Concluye la autora que la mayoría de espectadores recuerdan la personalidad antes que el aspecto físico o la ropa que llevan.

Por último, Szarkowska y Jankowska (2015) realizan un experimento de recepción de la AD de los referentes culturales en películas extranjeras para una audiencia polaca y concluyen que, dependiendo de la distancia cultural y del grado de familiarización que el espectador tenga respecto al referente de que se trate, el descriptor optará por estrategias que van desde la explicitación, la particularización, la descripción o la combinación de estrategias.

A pesar de la proliferación de estudios de recepción en la investigación sobre accesibilidad, lo cierto es que hay autores que no están muy convencidos sobre su validez, y plantean cuestiones interesantes como el número de personas que tendrían que participar para que sus conclusiones fuera válidas, su perfil o los modelos que deberían emplearse para ello (Díaz Cintas, en D. Orrego, 2013: 559). Sin embargo, el panorama actual no hace más que corroborar que los estudios experimentales están llamados a ocupar un lugar privilegiado en los estudios sobre accesibilidad.

## **1.5 Recapitulación**

A lo largo de este capítulo, hemos contextualizado la AD dentro de los estudios sobre traducción, y más concretamente sobre TAV. Después de repasar brevemente la historia de la AD y las principales normas o estándares que regulan su práctica, nos hemos adentrado en el estado de la investigación de la AD. Concretamente, hemos resaltado los estudios descriptivos que preceden este trabajo, algunos de ellos que comparan distintas AD en distintas lenguas y culturas meta; y habiendo señalado que quizá un estudio descriptivo podría

resultar insuficiente, hemos reseñado los estudios de recepción que se están realizando en la actualidad sobre AD, cuyo objetivo principal es conocer las preferencias y expectativas de los receptores, con el fin de evaluar las AD y justificar lo observado en los estudios descriptivos. Por esta razón nos parece fundamental para este estudio conocer el perfil del receptor de las AD, particularmente en los dos países objeto de nuestro estudio, España y Reino Unido, por lo que en el capítulo siguiente abordaremos la ceguera y la discapacidad visual: sus manifestaciones, sus causas y su pronóstico, con el fin de trazar un perfil del receptor medio de la AD y adecuar de ese modo nuestros estudios de recepción.



## 2 Capítulo 2. Los sujetos intervinientes en el proceso de AD

*Todo interés por la enfermedad y la muerte constituye tan sólo otra manifestación de interés por la vida.*

Thomas Mann, La montaña mágica.

Este capítulo pretende ser un acercamiento a las principales personas intervinientes en el proceso de AD, por lo que se articula en dos grandes bloques. En primer lugar, analizaremos la figura del descriptor, centrándonos especialmente en las habilidades y destrezas que, según los investigadores y los propios descriptores, debe demostrar cuando se enfrenta a una AD. Nuestra intención es adentrarnos en las circunstancias reales en las que deben desempeñar su función, puesto que consideramos primordial analizar cómo han trabajado los descriptores (es decir, entender la AD como proceso) para comprender el resultado (la AD como producto). En segundo lugar, hacemos nuestro el lema de la Convención Internacional sobre Derechos de las Personas con Discapacidad de la ONU (2006) que reza *Rien sur les personnes handicapées sans les personnes handicapées*; estimamos que las personas ciegas o con baja visión deben ocupar un lugar preferente en este estudio. Por tanto, en la segunda parte

de este capítulo, analizaremos la figura del receptor de la AD: quiénes son, cuáles son las causas más frecuentes de pérdida de visión en el mundo, en Europa, y muy particularmente en España y Reino Unido; los distintos tipos de patologías que se dan en nuestros días y su pronóstico, cómo se aborda, qué consideración social han tenido a lo largo de la historia hasta la actualidad, cómo se integran en la actualidad en la sociedad y cómo perciben el mundo que les rodea. Todo ello con el fin de determinar el perfil del receptor ciego o con baja visión que imperará en los próximos años, y al que las AD deberán atender.

## **2.1 El descriptor**

### *2.1.1 Los primeros descriptores*

Como ya hemos visto en el capítulo anterior, no existe consenso a la hora de determinar el origen de la AD como actividad profesional. Tal y como manifiestan Rockwell y Pfansfield, al principio, los descriptores que colaboraban con la Metropolitan Washington Ear eran voluntarios, por lo que no se les exigía ninguna formación específica, aunque la mayoría eran escritores, actores o trabajadores de radio y televisión. Entre las cualidades que debía reunir un descriptor, Rockwell destaca “imagination and judgment, good sense and ability to express oneself fluently and concisely” (Pfansfield y Pfansfield, 1985: 91). Es necesario que encuentre el equilibrio entre no dejarse llevar por la emoción o por sus propias reacciones a la obra, por una parte, y entrar en la atmósfera emocional de la misma, por otra. Se emplea una comparación del descriptor con una lente

fiel de una cámara<sup>37</sup>: en otras palabras, Rockwell establece que la objetividad en la descripción es lo que debe primar; sin embargo, también señala que el descriptor deberá elegir lo que describe en función de la trama o de la importancia que pueda tener para un determinado personaje, ya que existe una limitación temporal que le impide describir absolutamente todo. Para ello, es conveniente que esté familiarizado con la pieza que va a describir, habiéndola visto un par de veces antes, para detectar los huecos de silencio y los detalles más importantes de la obra<sup>38</sup>. Las observaciones de Rockwell y Pfansfield nos parecen muy interesantes, ya que adelantan lo que por aquel entonces conformaba el perfil del descriptor. La mayoría de habilidades que les otorgan no tienen nada que ver con una formación específica, sino más bien con el sentido común: observar, analizar y contar, que, en cierto modo, es lo que solían hacer los primeros descriptores no profesionales, es decir, los familiares o amigos que acompañaban a las personas con deficiencia visual o ceguera a determinados actos culturales. Es más, señala Rockwell que con una formación de tres meses, las personas que reunían esas características estaban preparadas para realizar una AD en directo. Y no debemos olvidar que Rockwell padecía de pérdida de visión, por lo que conocía bien las necesidades y expectativas de los receptores de las AD.

---

<sup>37</sup> Metáfora que reproduce Snyder, y que reformula bajo el acrónimo WYSIWYS “What You See Is What You Say” (2008: 195). Es una de las formas en las que ambos autores insisten en la importancia de la objetividad a la hora de abordar una AD, tema que suscita no pocos debates.

<sup>38</sup> En esto también coincide con lo señalado por Arandes: “Yo veía la película dos veces en una misma tarde” (Orero, 2007a).

### 2.1.2 *El descriptor en la actualidad y retos de cara al futuro.*

Navarrete, descriptor veterano de la ONCE, planteaba ya en 1997 la creación de una nueva profesión, la de *descriptor de imágenes*, conocido en Francia como el *traducteur d'images* (Gonant y Morisset, 2008), en la que “se entrecruzan el trabajo artístico y creativo con la aplicación de nuevas tecnologías, la sensibilidad social con la precisión y síntesis, la amplitud y sincretismo cultural con la habilidad, efectividad y rapidez” (1997a: 71). En ese artículo pionero de la AD en España, Navarrete enumera cuatro destrezas que debería reunir todo descriptor: formación cinematográfica ecléctica, formación cultural amplia, habilidad literaria (y flexibilidad para adaptarse a distintos estilos) y ser un buen espectador. Aunque el artículo de Navarrete tenía como finalidad principal la de dar a conocer el sistema AUDESC y no responde a los cánones de un artículo académico, lo cierto es que es el primero en España que trata directamente la figura del descriptor. No obstante, algunas observaciones de Navarrete responden más a su opinión como descriptor, y podrían ser susceptibles de debates, como afirmar que el descriptor debe ser una persona sensible (que ríe y llora con las películas) o que las personas demasiado ideologizadas no serían buenos descriptores, porque podrían transmitir inconscientemente su ideología al GAD. Se entiende que la profesionalización de los descriptores conlleva necesariamente el esfuerzo de imparcialidad y objetividad que preconizan las normas sobre AD y que algunos autores discuten. En cualquier caso, el trabajo del descriptor, según Navarrete, no se asocia en ese primer momento con la labor traductora, sino más bien con conocimientos cinematográficos y culturales genéricos. En cierto modo, coincide con Hyks (2005), pionera de la AD británica, que apela al sentido común del descriptor y a su sensibilidad a la hora de proceder a la AD.



Como hemos visto anteriormente, en los inicios de la AD en EE.UU., el guionista también era el locutor de la AD, por lo que eran principalmente dos las funciones que desempeñaba el descriptor, funciones que sigue desempeñando hoy en día también en Reino Unido, por lo que en ambos países los descriptores no solo elaboran el GAD sino que también lo locutan (Snyder, 2007; Hyks, 2005).

Snyder establece cuatro elementos que podríamos asimilar a las cuatro fases en las que se elabora un GAD en EE.UU. (2007: 103-104):

- Primera fase: observación. El descriptor es un gran observador activo del mundo que le rodea, viendo *más allá* de lo que simplemente detecta un normovente medio.
- Segunda fase: edición. El descriptor debe decidir cuál es la información más importante o dónde puede haber dificultades en la comprensión de la trama, atendiendo siempre al receptor al que se va a dirigir; de lo que se deduce que una comprensión profunda de la ceguera y de la deficiencia visual será indispensable para fundamentar las elecciones del descriptor.
- Tercera fase: lengua. La información que considera que debe describirse así como aquellas dificultades que haya identificado deberán traducirse en palabras. Esta fase consiste en verbalizar las imágenes, atendiendo a las restricciones que, por su propia naturaleza, impone la AD.
- Cuarta fase: destrezas vocales. El descriptor debe demostrar sus dotes interpretativas y su dominio de la voz.

Respecto a este último punto, Díaz Cintas (2007a: 56) señala que sería ideal (e incluso necesario) que el descriptor español desempeñara también la tarea de la locución, siempre que sus cualidades vocales se lo permitieran, por lo que, entre las competencias que debe reunir un descriptor, se encontraría también la de tener conocimientos de locución. Al respecto, Vázquez (2006) señala que en las AD teatrales realizadas con el sistema AUDESC para la ONCE, se han empleado las dos modalidades, es decir, que el descriptor fuese guionista y locutor a la vez, y que las tareas de escritura del guion y locución del mismo se encomendaran a personas distintas. Señala este descriptor que los usuarios de la AD no manifestaron preferencias por una u otra modalidad, aunque, como en otros aspectos, la ONCE no ha publicado estos informes sobre preferencias de usuarios respecto a las AD (Bourne y Jiménez Hurtado, 2007: 185). Azkarate-Gaztelu, descriptora con amplia experiencia en España y en Inglaterra, manifiesta que, en ocasiones, ha realizado las labores de guionista y locutora, mientras que en otras ocasiones se ha encargado la locución a otra persona, generalmente a un actor de doblaje o locutor profesional. La fusión de estas dos funciones en una misma persona plantea no pocos problemas prácticos, aunque también presenta ventajas evidentes:

Siempre que se cuente con las instalaciones, cabinas de autograbado y a ser posible software pertinente que te facilite la vida lo más posible (ya que tú no sueles ser técnico de sonido), lo ideal sería que el audiodescriptor también locutara porque cuando estamos midiendo los tiempos, simplemente por el cambio de frecuencia en la voz, ya se pueden producir saltos. El tener que contar con un locutor supone que tengo que dejar un margen que no tengo en determinados programas. Por ejemplo, en algunos documentales de Discovery, donde apenas tenemos tiempo más que para añadir “fábrica” o “cinta”, por ejemplo, es muy complicado cuadrar los tiempos.

Solo con distintas voces ya no es lo mismo; pero además, las voces también deben cuadrar.

Generalmente, una persona que sea intérprete, con una dicción adecuada y que suene convincente puede ser un buen locutor pero las bajas tarifas hacen que se encuentren voces poco profesionales e incluso que se lleguen a emitir locuciones con errores en televisión (por ejemplo, con palabras mal pronunciadas, titubeos, ruido, malas mezclas, etc.) (Azkarate-Gaztelu, Comunicación personal, 2017)<sup>39</sup>,

Estas dos opiniones contrastan con lo establecido por la *Norma UNE 153020. Audiodescripción para personas con discapacidad visual. Requisitos para la audiodescripción y elaboración de audioguías* (AENOR, 2005: 5), que distingue expresamente dos figuras distintas intervinientes en el proceso de AD: por una parte, el descriptor, también denominado audiodescriptor o guionista, que es la “persona que escribe el guion de la AD”, y por otra parte, el locutor o narrador, que es “la persona que realiza la locución del guion de la AD”. Esta diferencia es importante, ya que las destrezas que se exijan a un descriptor anglosajón parecen, *a priori*, que serán diferentes de las que se pidan para un descriptor español, y esto condicionará necesariamente la AD como producto. En este sentido, destacamos el informe que Díaz Cintas (2006) realizó para el Centro Español de Subtitulado y Audiodescripción (CESyA), en el que, además de esbozar el panorama de la accesibilidad de los medios de comunicación y culturales en España (centrándose esencialmente en la SpS y en la AD), establecía un repaso exhaustivo, que incluso, según sus propias palabras, podía resultar utópico, de las competencias que debía reunir un descriptor español, distinguiendo entre prerequisites, competencias necesarias e ideales (2006: 19-24). El autor comienza

---

<sup>39</sup> La entrevista completa que se realizó a esta descriptora, y a la que haremos referencia en numerosas ocasiones a lo largo de este apartado, se encuentra en el Anexo nº 1 de la presente tesis.

distinguiendo entre las diferentes categorías de AD (AD grabada para la pantalla, AD de audioguías o AD teatral), aduciendo que en función de la categoría, se requerirán unas competencias más específicas. Sin embargo, y de manera general, distingue cuatro grandes bloques de competencias: lingüísticas, temáticas o de contenido, tecnológicas y personales o generales.

En cuanto a la competencia lingüística, para Díaz Cintas tanto un perfecto dominio de la lengua materna como un conocimiento de la lengua inglesa son prerequisites de todo descriptor. Uno de los argumentos que esgrime es que el mercado audiovisual habla inglés, al margen de que, en ocasiones, algunos GAD que se realizan en Reino Unido o en EE.UU. constituyen el TO para AD en otros países y en otros idiomas, planteándose la traducciones de GAD como una alternativa real a la creación de un GAD para cada país. Sin embargo, Vázquez no se muestra de acuerdo con el hecho de que el descriptor deba ser conocedor de la lengua inglesa, comparándolo al conocimiento de este idioma que pudiera tener un actor de doblaje, al margen de que también se posiciona en contra de la traducción de GAD, arguyendo que los usuarios españoles no aprecian las descripciones inglesas (Vázquez, 2006), sin, una vez más, publicar esas opiniones de usuarios.

En cuanto al contenido, Díaz Cintas incide en que se hace necesario, por una parte, conocer a la audiencia, es decir, acercarse al mundo de la discapacidad, la ceguera y la deficiencia visual. Y por otra, atendiendo a la categoría de AD, estar familiarizado con el lenguaje cinematográfico, teatral o historia del arte, en función del tipo de AD que se va a realizar. Tampoco Vázquez se muestra completamente de acuerdo con este extremo (*ibíd.*), ya que señala que la ONCE cuenta con asesores externos y colaboradores técnicos, que les facilitan datos

históricos y artísticos necesarios para describir una exposición o un monumento. El manejo de herramientas informáticas así como de estrategias de documentación también es indispensable para el descriptor, según Díaz Cintas, aunque Vázquez lo limita a un conocimiento a nivel de usuario.

En último lugar, se enumeran las competencias personales que, debería reunir un descriptor, entre las que destacan:

- Amplia cultura general
- Capacidad de aprendizaje
- Capacidad de análisis e interpretación de la información
- Rapidez en la capacidad de reacción
- Capacidad de gestión y organización
- Capacidad de resolución de problemas y toma de decisiones
- Capacidad de trabajar en condiciones de estrés y presión temporal
- Buena disposición para trabajar en grupo.
- Capacidad de intermediación en entornos multiculturales.

(Díaz Cintas, 2006: 23-24).

Azkarate-Gaztelu (comunicación personal, 2017) opina que la formación del descriptor no tiene que pasar necesariamente por el grado de Traducción (afirma que es imprescindible disponer de una sólida formación lingüística), aunque ayuda el que el descriptor tenga claro que va a actuar como un puente entre el receptor y el texto audiovisual, no solo lingüístico, en lo que respecta al cambio de código que caracteriza la AD, sino también cultural. “No es competencia suya el mejorar o reescribir la obra. Si la película es mala, el descriptor no tiene que

mejorarla, sino aportar la información que contiene lo más objetivamente posible, y dejar que el usuario saque sus propias conclusiones” (*ibíd.*). Entre las competencias que debe reunir un descriptor, señala la capacidad de documentarse y una amplia cultura general; propone la literatura comparada como una de las asignaturas que más útil podría resultarle a un descriptor potencial, ya que, al fin y al cabo, el GAD es un texto escrito en el que se debe demostrar una riqueza y una precisión léxicas enormes, y los conocimientos literarios resultan de gran utilidad.

A pesar de todo, Orero da un paso más, y plantea la posibilidad de que la tarea que se encomiende al descriptor del futuro sea la de traducir GAD que se comercializarían en una plantilla en inglés, y que contarán con la sincronización de los códigos de tiempos para su traducción (2007b: 114). Así, el TO del descriptor sería el GAD en inglés y trabajaría para obtener un TM en español (en nuestro caso) o en cualquier otro idioma. López Vera (2006a, 2006b) plantea incluso la traducción de guiones como una *necesidad inminente*<sup>40</sup>.

Algunos descriptores no se muestran de acuerdo con la posibilidad de traducir guiones (Azcarate-Gaztelu, entrevista personal, 2017; Rodríguez Posadas y Sánchez Agudo, 2007). Nadie puede negar que la traducción de guiones supondría una optimización de recursos y sobre todo una economía de tiempo y de dinero evidentes; sin embargo, algunas cuestiones plantean dificultades, como los referentes culturales, que se perciben de forma distinta en públicos meta ubicados en entornos distintos. En opinión de Azcarate-Gaztelu, habría que

---

<sup>40</sup> Nótese que, 10 años después, la traducción de GAD todavía no se realiza en Europa.

aplicar el principio de *equivalencia dinámica*<sup>41</sup> en la producción de AD, es decir, intentar siempre producir el mismo efecto en el usuario que el texto original ha producido en sus receptores.

El problema que le veo [a la traducción de guiones] es que no se tendrá tanto en cuenta la cultura meta, y va a estar más presente la cultura origen. Si el mercado crece, a nivel comercial esto puede producir un choque a nivel de *marketing* también. En este momento, en España nos falta mucho por hacer hasta llegar a platearnos ese dilema. A lo mejor, al final acaba siendo el doble de trabajo, porque necesitas un traductor y un revisor que sea profesional de la AD.

Rodríguez Posadas y Sánchez Agudo (2007) también se muestran totalmente en contra de la posibilidad de traducir GAD, arguyendo, entre otros, que la cultura española quedaría supeditada a la cultura extranjera, y que el traductor debe siempre trabajar directamente a partir del TO, y un guion inglés no sería el TO de un texto audiovisual; concluyen además que no sería rentable.

Si bien es cierto que la mayoría de productos audiovisuales que se comercializan son americanos o, en todo caso, en lengua inglesa, entendemos que esta opción plantea una serie de dificultades, que no serían fácilmente salvables. La primera de ellas es qué sucedería con aquellas películas que no son de habla inglesa, pero que también se comercializan y tienen éxito en las pantallas españolas (y aunque no lo tuvieran). ¿La génesis del GAD de una película francesa debería ser en francés o en inglés? Y en este caso, ¿ese GAD en inglés constituiría la base para todos los demás idiomas? En segundo lugar, como ya hemos visto, las AD se realizan en la lengua en la que la película es doblada o, en

---

<sup>41</sup> Para una aproximación al concepto de equivalencia en traducción, véase Ponce Márquez (2008).

todo caso, en la que tienen lugar los diálogos. Por eso, en España, muchas de las películas que se describen son españolas. En ese caso, deberíamos plantearnos en qué lengua debería redactarse el guion de base de la AD. Y de la misma forma, qué sucedería con películas producidas por varios países, películas españolas con producción americana (y que se han rodado en inglés, como *Lo imposible* (Bayona, 2012) por ejemplo), o películas cuya trama se sitúa en un entorno *extraño* (en el sentido de alejado física y culturalmente, como sucede con dos de las películas que conforman nuestro corpus, *Slumdog millionaire*, Boyle, 2008; y *Memorias de una geisha*, Marshall, 2005). En ese caso, ¿no sería adecuado contar con alguien familiarizado con la cultura india o japonesa, al margen de la lengua en la que se desarrolla la película? Por último, y considerando el presente trabajo, deberíamos plantearnos dónde se debe ubicar lingüística y culturalmente el descriptor encargado de hacer el guion de base, aquel que sea capaz de detectar las particularidades culturales que se desprenden de la obra audiovisual y que pueda trasvasarlas mejor, atendiendo siempre al público receptor de la AD, y al grado de familiarización que este tenga respecto a la cultura que se refleja en la pantalla. Díaz Cintas (*op. cit.*), en su informe, insiste en la necesidad de que el descriptor conozca a su audiencia, de la misma forma que se recoge en todas las normas de AD existentes: si se insiste desde todas las normas de AD en el hecho de que las personas con discapacidades visuales no conforman una unidad homogénea (ITC, 2000; Snyder, 2007; Morisset y Gonant, 2008), sino que cada uno tiene sus particularidades (como en la comunidad normovente), es lógico pensar que las personas con discapacidad visual ubicadas en Reino Unido, en Francia o en EE.UU. tendrán distintas expectativas y preferencias que los españoles (este es, en parte, uno de los objetivos que persigue esta tesis). Por tanto, el descriptor debería *adaptar* su GAD a los receptores que vaya a tener, y



no contentarse únicamente con una *traducción* (entendida como mero trasvase lingüístico de signos).

En cualquier caso, Orero distingue hasta diez perfiles distintos del profesional de la AD en un futuro próximo en España (2007b: 114-119), que posteriormente, junto a Utray y Pereira, resume en tres variables (2009: 255):

- Will the describer also be a translator: describer/translator and describer
- Will the describer also be a subtitler: describer/subtitler and describer
- Will the intrasemiotic describer also be a subtitler SDHH: describer/subtitlerHH

A estas variables, se añade la función de narrador. A pesar de que, como avanza, aún es pronto para determinar el perfil del descriptor que predominará en España, la autora advierte de que el mercado audiovisual exige que los descriptores sean multitarea, que sepan hacer de todo, que trabajen rápido y barato: “the more tasks that can be accomplished by one person the faster – and cheaper– the work will be” (2009: 255). A nuestro juicio, echamos de menos en esta ecuación dos elementos: por una parte, la calidad de la AD. Que una descripción se haga de forma rápida y barata no significa que sea adecuada para los fines para los que se creó; y tampoco debemos olvidar al receptor, que es un consumidor, pero con unas necesidades especiales que la AD debe intentar cubrir.

Uno de los aspectos a tener en consideración son las condiciones reales de trabajo de los descriptores hoy en día en España, ya que, obviamente, determinarán la calidad y características del producto audiovisual final. Y si bien

Richart Maset habla de “la caja negra en el doblaje”, en AD podríamos hablar directamente de “agujero negro”. La opacidad que se observa en todos los agentes intervinientes en el proceso de AD es notable. El investigador no solo cuenta con dificultades a la hora de acceder a material audiodescrito (véase apartado 4.2.2.), sino que los descriptores son reacios a contestar a determinadas preguntas sobre el trabajo y las condiciones reales en las que se desempeña su labor; y los receptores también plantean problemas a la hora de participar en este tipo de investigaciones (véase apartado 5.2.1.). Solo nos ha sido posible contar con la colaboración de Esmeralda Azkarate-Gaztelu, que contestó, en un primer momento, a todas nuestras preguntas con detalle y cuyos comentarios reproducimos completos en el Anexo nº 1 de la presente tesis<sup>42</sup>. Reproducimos en este punto cómo trabaja en la actualidad un descriptor de películas comerciales en España:

Yo trabajo directamente en el estudio, y eso es en parte porque las productoras tienen miedo a que salga material (por temas de derechos de autor). Y eso supone un problema extra a la hora de locutar porque claro, hay que montar a ciegas porque no te dejan sacar el material de ahí. Yo trabajo con un ordenador sin conexión a internet, y tienen una única entrada de USB. Antes, cuando trabajaba para Discovery, sí que locutaba yo directamente y podía modificar e incluso escribir en cabina.

Llama la atención que el descriptor tenga que desplazarse y realizar su trabajo *in situ*, dado el recelo con el que las productoras o distribuidoras actúan por temas de piratería. Además, trabajar sin conexión a internet puede impedir la

---

<sup>42</sup> No obstante, y una vez transcrita la entrevista, se le facilitó a la descriptora para su revisión. La descriptora eliminó varios comentarios relativos a condiciones de trabajo reales que no quería que constaran en la presente tesis ni se publicaran.

necesaria labor de documentación que tiene que llevar a cabo el descriptor, lo que puede justificar cómo se describen determinados referentes culturales. Por otra parte, si el montaje de la banda de sonido de AD no se mezcla con la banda original para subirla o bajarla dependiendo de las necesidades, también puede conllevar que en algunos casos no se oiga bien la AD, con lo que no se cumpliría plenamente su finalidad.

Si se trata de abaratar costes, una de las opciones más interesantes sería la de utilizar voces sintéticas en la grabación; de esta forma se optimizan recursos y tiempo, porque lo que más encarece una AD es la locución y no la confección del guion. En España, Aptent Solutions, S.L. utiliza este método para teatro, obteniendo, al parecer, resultados satisfactorios<sup>4344</sup>. Además, resulta más económico sintetizar el guion por parte de un técnico (con la sincronización del descriptor), con lo cual no hace falta la locución y todos los gastos que esta conlleva (alquiler del estudio, desplazamiento, técnico *in situ*), y tiempo, ya que si el locutor es una persona distinta al descriptor, y por tanto ajena al guion que va a locutar y a los tiempos, necesariamente tardará más tiempo. Otra ventaja es que la voz sintética puede configurarse siempre con los mismos parámetros de lectura etc., por lo que, a excepción de alguna palabra en otro idioma, el proceso suele ser preciso, rápido y cómodo (Azcarate-Gaztelu, comunicación personal, 2017).

---

<sup>43</sup> Al respecto, véase el trabajo de Fernández Torné y Matamala (2015) que realizan un interesante estudio de recepción sobre el uso de voces sintéticas en la AD en catalán de *Closer* (Nichols, 2004).

<sup>44</sup> Estos resultados, como sucede con la ONCE, no se han publicado ni hemos podido tener acceso a los mismos.

No debemos perder de vista que el objetivo de la AD es garantizar la comprensión y el disfrute por parte de receptores invidentes o con deficiencias visuales. En este punto, nos parece interesante traer a colación la reflexión que realiza Hermans sobre la traducción (1999: 40), que extrapolamos también, y muy especialmente, a la accesibilidad audiovisual:

Translations tend to be initiated and produced with a consumer in mind, which usually means a consumer in the receiving culture. Translation choices normally results from judgements by the translator – about perceived needs and benefits, audience expectations, personal and collective expectations.

En efecto, independientemente del perfil de descriptor que acabe imponiéndose en España, lo cierto es que nunca debe perder de vista al destinatario de la AD, sus necesidades, expectativas y características, por lo que entendemos que es fundamental conocer al receptor, teniendo siempre en cuenta que nos encontramos ante un conjunto de personas muy heterogéneo. Este es el objetivo del apartado siguiente.

## **2.2 El receptor de la AD**

### *2.2.1 El receptor en las normas de AD*

#### 2.2.1.1 El receptor ciego o con deficiencias visuales

Todas las normas existentes sobre AD, tanto en Europa como en EE.UU., señalan como destinatario principal de la AD a las personas ciegas o con deficiencias

visuales (AENOR, 2005; Gonant y Morisset, 2008; ITC, 2000; Snyder, 2010; Benecke y Dosch, 2004), y aunque la mayoría inciden en que se trata de un grupo heterogéneo, lo curioso es que ninguna de ellas se aventura a definir lo que entiende como tal. Aunque pueda parecer sencillo, lo cierto es que la ceguera y la deficiencia visual son conceptos que varían de un estado a otro, e incluso dentro de un mismo país, pueden coexistir distintas definiciones aplicables para ámbitos específicos (a efectos legales, sociales o estadísticos).

Así, la norma española sobre AD determina quiénes son los destinatarios de la AD, y establece un estándar general que el descriptor debe tener en cuenta a la hora de elaborar el GAD (AENOR, 2005: 6):

La AD objeto de esta norma UNE tiene como principales destinatarios a las personas ciegas, ya sean totales o con resto de visión, con ceguera congénita o adquirida. En todo caso, la AD debe contemplar fundamentalmente las necesidades de información del colectivo que más lo precisa: las personas con ceguera total, favoreciendo por ende al resto de personas con deficiencia visual.

Como se puede apreciar, la norma menciona los dos grandes tipos de deficiencia visual, atendiendo esencialmente a dos criterios: el temporal, es decir, el momento en el que la deficiencia visual se manifiesta (desde el nacimiento, es decir, congénita, o sobrevenida, en la edad más o menos adulta); y el criterio perceptivo, es decir, atendiendo a la cantidad de información y a la calidad de la misma, distinguiendo así entre las personas que no pueden percibir nada (las personas ciegas) y aquellas que poseen restos de visión. Como veremos a lo largo de estas páginas, este último grupo es muy heterogéneo, ya que esos restos de visión de los que habla la norma pueden ser muy dispares, y afectar a la visión

central, a la periférica, ser una visión borrosa en su conjunto, ir disminuyendo paulatinamente etc.

En función del tipo de deficiencia visual a la que nos enfrentemos, la percepción será distinta, y no solo percepción física *per se*, sino también cognitiva. Según la ONCE, el 80% de la información que necesitamos para el pleno desarrollo de nuestra vida diaria implica de un modo u otro al órgano de la visión<sup>45</sup>, por lo que las habilidades y conocimientos que hemos adquirido y las actividades que desarrollamos, las hemos aprendido basándonos en información visual, lo que implica que la visión juega un papel fundamental en el desarrollo de la personalidad y en la autonomía del individuo, por lo que una persona con ceguera congénita necesariamente tendrá una percepción del mundo diferente a la de una persona con deficiencia visual adquirida<sup>46</sup>. Como establece Díaz Cintas (2006: 15), hay distintos tipos de personas ciegas y es necesario atender a esta diferencia cuando se aborda la AD. Por tanto, no solo en función de la naturaleza de la discapacidad, sino también de la personalidad, habrá personas que se apoyen mucho más en una AD, dependiendo totalmente de ella para poder comprender el producto audiovisual, mientras que otras sólo la usarán como guía, como mera orientación. De igual forma, para algunos primará la comprensión como finalidad primordial de la AD mientras que para otros el

---

<sup>45</sup>Véase web oficial de la ONCE <http://www.once.es/new/servicios-especializados-en-discapacidad-visual/discapacidad-visual-aspectosgenerales> [consulta: 23.07.16]

<sup>46</sup> Así, la ITC *Guidance on Standards for Audio Description* determina que en las AD de programas para niños, es necesario tener en cuenta que los niños que padecen ceguera congénita pueden presentar dificultades de aprendizaje, y en particular en la adquisición del lenguaje, por lo que en principio puede que las AD sean inaccesibles para ellos; aunque señalan que, dado que son distintas las áreas del cerebro que procesan el lenguaje y la música, sería recomendable que cuando en un programa infantil haya canciones, la AD no interfiriera en las mismas, a no ser que fuera estrictamente necesario (ITC, 2000: 28).

aspecto lúdico o de disfrute será el fundamental. Y es de prever que, lógicamente, sus expectativas y necesidades frente a una AD también serán notablemente distintas. Por eso, cuando la norma española incide en que el objetivo de la AD es que el receptor perciba la película “de la forma más parecida a como lo percibe una persona que ve”, nos parece cuanto menos curioso, ya que la misma heterogeneidad que se da entre espectadores con deficiencias visuales también se observará entre los normoventes.

Parece que la norma UNE (AENOR, 2005) quiere poner en evidencia esta diversidad, señalando los distintos colectivos que, dentro del ámbito más amplio de discapacidad visual, se pueden encontrar en la sociedad. Sin embargo, la norma indica que el descriptor debe tomar como referencia a las personas que “más lo precisan”, es decir, aquellas que padecen una ceguera total. No deja de resultar, a nuestro juicio, contradictorio, que la norma señale la diversidad existente en cuanto a los distintos tipos de discapacidad visual pero que determine un único referente, la persona que padece ceguera total, cuando, como veremos, el colectivo de personas que presentan este tipo de ceguera no es mayoritario, no solo en España, sino también en Reino Unido, y no tiene por qué ser necesariamente aquel que va a apoyarse más en la AD.

La *Guidance on Standards for Audio Description* (ITC, 2000: 6-7) determina los porcentajes de personas ciegas o con visión reducida en Reino Unido, datos que se encuentran desfasados, pero que son los que se tomaron en cuenta a la hora de su elaboración: así, un 18% de la población con discapacidad visual padecía una ceguera total, y por tanto, se apoyan únicamente en el sonido cuando ven la

televisión, mientras que el 82% restante tenían restos de visión, aunque esta diferirá en función de la causa de la pérdida de visión. Y señala:

This can range from loss of central vision due to macular degeneration, to tunnel vision in cases such as severe glaucoma, or patchiness and blurredness from cataracts, retinal detachment or diabetic retinopathy. Whatever the exact nature of their disability, it is evident that most visually impaired viewers will not be able to take-in the full screen or follow the subtle gestures and movements which are vital to programme comprehension and enjoyment.

La norma británica cita algunas de las enfermedades que pueden causar pérdida de visión para explicar el grado de necesidad que estos receptores tendrán respecto a la AD, e incide en la heterogeneidad a la que se enfrenta el descriptor: debido a la naturaleza de la pérdida de visión, el receptor tendrá formas muy distintas de percibir la realidad, y por tanto, el producto audiovisual. En efecto, cada persona necesitará distinta cantidad de detalles en las descripciones en función de la edad, de la educación recibida, de la cultura en la que se ubique, del grado de deficiencia visual que padezca y de la naturaleza de esta última. Así, una persona que padece una enfermedad degenerativa de la vista conserva memoria visual, por lo que su experiencia cuando se encuentre ante un producto audiovisual será muy distinta de aquella en la que los usuarios nunca han visto, y por tanto, no conservan memoria visual sobre la que apoyarse. Esto es importante sobre todo a la hora de elegir qué se describe: “Some who have been blind from birth have little interest in the concept of beauty, the colour of hair, or description of clothing. Yet, for partially sighted viewers with visual memory, these are exactly the details that they would like within a description” (*ibid.*).



A diferencia de la norma española, la británica recoge testimonios de personas que padecen deficiencia visual, por lo que plasma observaciones de gran utilidad para el descriptor. La norma anima a tener en cuenta las necesidades de los distintos receptores: así, para algunos receptores de AD que padezcan una ceguera congénita, no sería necesario que se empleara un lenguaje cinematográfico en la AD, indicando el movimiento de cámaras o los distintos tipos de planos, o que se incluyeran los colores en las descripciones. Sin embargo, señala la propia norma que puede resultar interesante para el receptor intentar comprender por qué el director ha decidido emplear determinado tipo de toma o rodar una escena de una forma y no de otra. En resumen, mientras que unos receptores requieren muchos detalles cuando se les describen películas o programas de televisión, otros (generalmente las personas mayores) manifiestan que demasiados detalles les acaban cansando o confundiendo, por lo que es necesario encontrar un equilibrio a la hora de describir y de ordenar las prioridades de descripción. En cualquier caso, la mayoría de las personas entrevistadas en el marco del proyecto AUDETEL manifestaron que cuantos más detalles tuviera la AD, mejor.

En cuanto a las normas estadounidenses, Snyder también recoge porcentajes de población con ceguera congénita (entre el 1% y el 2%), y cifra en 25,2 millones los estadounidenses que padecen pérdida de visión. Se insiste en que estamos frente a *unique individuals* con particularidades distintas. Y también describe las distintas situaciones en las que se pueden encontrar los destinatarios de las AD: “Most at one point had all or some of their sight and now they may have only peripheral vision, they may see only shapes, light and dark, colors, movement, shadows, blurs, or ‘blobs’ - or have ‘tunnel vision’ (2010: 7-8).

A lo largo de los estándares de AD americanos, Snyder recuerda el tipo de receptor al que nos enfrentamos, para justificar las decisiones del descriptor sobre prioridad de la información: así, cuando se refiere a la pertinencia de describir colores, y remitiéndose a la *ITC Guidance* (2010: 11), establece que la mayoría de personas con deficiencia visual han percibido colores en algún momento de su vida, y por tanto, conservan memoria visual; por el contrario, las personas que son ciegas desde su nacimiento, pueden no haber visto un color, pero conocen el significado del mismo, por lo que no hay motivos para omitir la descripción de colores.

Como hemos señalado, las personas con deficiencias visuales o ceguera constituyen los principales destinatarios de la AD. Sin embargo, los estándares sobre AD ponen de manifiesto la utilidad de esta nueva modalidad de accesibilidad para otros colectivos que, por diversas circunstancias, no tienen acceso a la información visual o que padecen enfermedades cognitivas que les dificultan la comprensión de la AD. Y aunque no constituyen, a día de hoy, el grupo de receptores fundamentales de la AD, ni para la industria, ni para la investigación, consideramos que abre una senda importantísima en una nueva concepción de la AD.

#### 2.2.1.2 Receptores con problemas cognitivos o perceptivos

A pesar de que los receptores por excelencia de la AD han sido y siguen siendo las personas ciegas o con deficiencia visual, lo cierto es que la AD también puede beneficiar a otros receptores. Así, Gonant y Morisset afirman que “la différence ouvrant souvent d’autres horizons, une audience plus large peut être intéressée”

(2008: 1). Tomando como referencia la diferencia como elemento desencadenante de cambios, *la Charte sur l'audiodescription* también incluye a las personas mayores cuyas capacidades cognitivas pueden disminuir con la edad, a extranjeros o a otro tipo de audiencia que está interesada en *ver* una película pero, por determinadas circunstancias, no tienen acceso a la información visual (por ejemplo, cuando se va conduciendo). En el mismo sentido, *la ITC Guidance* recoge los estudios realizados en el marco de AUDETEL y apunta el valor de la AD como complemento de información para las personas mayores que están perdiendo facultades cognitivas a causa de la edad, y señala que la AD permitió una mayor comprensión y disfrute de una película en un estudio con 62 sujetos (ITC, 2000: 6). Pero como la norma francesa, también indica como audiencia potencial de programas con AD aquellas personas que tienen encendida la televisión mientras realizan otras tareas, es decir, cuando no mantienen un contacto visual directo con la pantalla. De hecho, Snyder (2010: 8) la define como *assistive technology*, por lo que se entiende como una técnica que pretende mejorar y no remplazar el poder de observación del receptor.

En el mismo sentido, Hernández Bartolomé y Mendiluce Cabrera (2009: 3) consideran que las personas con problemas perceptivos o cognitivos también pueden beneficiarse de una AD para comprender mejor la información a la que se enfrentan, aunque no determinan a qué tipo de problemas se están refiriendo exactamente. Y añaden:

The same can be true of children or elderly people, who may find some of those audiovisual comments useful for drawing their attention to meaningful facts about the film which otherwise might have gone unnoticed, or for teaching or reminding them relevant aspects about culture, art, literature or society.

Estos autores recogen lo dispuesto por la norma UNE 153020 (AENOR, 2005: 6). La misma norma añade además que la AD puede favorecer al resto de la población, sin ningún problema de visión o de cognición, siempre que se enfrenten a una situación en la que carezcan de información visual. La norma no explica mucho más, pero sin duda abre una nueva senda en el mundo de la AD, entendida esta vez ya no como una traducción de imágenes en palabras, en el que el TO sustituye al TM, sino que ambos TO y TM se complementarían, formando un todo indivisible que ayudara a la comprensión del producto audiovisual en su conjunto y a su disfrute. En este sentido, estaríamos ante la concepción de Snyder de la AD como *asistencia* para la comprensión por parte de determinados colectivos, por lo que sin duda, se plantearían nuevos retos a la hora de abordar la AD y su investigación.

Sin embargo, nos gustaría puntualizar determinadas cuestiones que, si bien las normas apuntan, ninguna aborda con claridad. Tampoco la investigación en AD, al menos que tengamos conocimiento, se ha centrado en estos nuevos receptores potenciales de AD.

Destacamos, en primer término, que la nomenclatura empleada por la norma resulta un tanto vaga e indeterminada. De hecho, la Organización Mundial de la Salud (OMS) distingue cuatro conceptos básicos para referirse, de forma general, a la discapacidad, y esto para acabar con la indeterminación conceptual y terminológica imperante hasta el año 1980, en que se publicó la Clasificación Internacional de las Deficiencias, Discapacidades y Minusvalías (CIDDM):

enfermedad, deficiencia, discapacidad y minusvalía<sup>47</sup>. Nótese que el término *problema* no se contempla. La finalidad del esquema no era tanto recoger las causas sino sobre todo las consecuencias de la enfermedad. Así, al principio, la CIDDM contemplaba tres niveles:

- Deficiencia: pérdida o anormalidad de una estructura o función psicológica, fisiológica o anatómica.
- Discapacidad: restricción o ausencia (debido a una deficiencia) de la capacidad de realizar una actividad en la forma o dentro del margen que se considera normal para un ser humano.
- Minusvalía: situación desventajosa para un individuo determinado, consecuencia de una deficiencia o una discapacidad, que limita o impide el desempeño de un rol que es normal en su caso (en función de su edad, sexo, o factores sociales y culturales).

A raíz de numerosas críticas<sup>48</sup>, en el año 2001, la Asamblea General de la OMS aprobó la Clasificación Internacional del Funcionamiento, la Discapacidad y la Salud (CIF), cuyo objetivo esencial era “brindar un lenguaje unificado y estandarizado, y un marco conceptual para la descripción de la salud”. El término discapacidad pasa a englobar tanto las deficiencias como las limitaciones en la actividad y las restricciones en la participación. Según esta nueva clasificación, se entiende por funciones cognitivas aquellas “funciones mentales

---

<sup>47</sup> La clasificación conlleva una gradación en función de la menor a mayor gravedad de la discapacidad. Véase la página web de Naciones Unidas <http://www.un.org/esa/socdev/enable/dpbe19992c.htm> [Consulta: 26.02.17 ]

<sup>48</sup> Esta clasificación, sin embargo, fue objeto de numerosas críticas, entre las que destacaron que no se establecía la relación entre enfermedad, deficiencia, discapacidad y minusvalía, o que no tenía en cuenta el papel que desempeña el entorno.

específicas que dependen especialmente de la actividad de los lóbulos frontales del cerebro, incluyendo conductas complejas con propósito final tales como la toma de decisiones, el pensamiento abstracto, la planificación y realización de planes, la flexibilidad mental, y decidir cuál es el comportamiento adecuado en función de las circunstancias, que a menudo se denominan funciones ejecutivas” (OMS, 2001: 61). Entre otras enfermedades, se incluirían el retraso mental, intelectual y la demencia. En cuanto a las funciones perceptivas, se consideran como tales las “funciones mentales específicas relacionadas con el reconocimiento y la interpretación de los estímulos sensoriales” (OMS, 2001: 59).

Aunque parece que la AD podría ser de utilidad en estos casos, lo cierto es que la investigación en este campo ni siquiera ha dado sus primeros pasos, pero sin duda, como hemos avanzado, se presenta como un interesante campo a explorar. Igualmente, la AD podría constituir una ayuda importante para enfermos que se están sometiendo a tratamientos que les fatigan, les causan desorientación, pérdida de concentración, fotosensibilidad, etc., como son tratamientos de quimioterapia<sup>49</sup> entre otros muchos.

Entendemos que las referencias a los distintos tipos de ceguera o deficiencias visuales en las normas son importantes, ya que ponen de manifiesto la consideración, aunque sea teórica, de los destinatarios de la AD. Sin embargo, y aunque se cita la diversidad del grupo de receptores, lo cierto es que no se

---

<sup>49</sup> En este trabajo, nos centraremos en el grupo mayoritario de receptores de AD, es decir, ciegos y personas con deficiencias visuales, aunque sería muy interesante llevar a cabo los mismos estudios de recepción en personas con deficiencias cognitivas o perceptivas para determinar no solo el grado de comprensión y disfrute, sino también, llegado el caso, cómo podría adaptarse la AD a las necesidades de estos colectivos, y no descartamos realizarlos en un futuro.

explican sus particularidades, algo que nos proponemos hacer a lo largo de las siguientes páginas.

## 2.2.2 Ceguera o deficiencia visual

### 2.2.2.1 Definiciones

La OMS define la ceguera como “the inability to see<sup>50</sup>”. Sin embargo, esta incapacidad para ver no es exclusiva de aquellos que padecen ceguera congénita o total; hay personas con deficiencias visuales que les impiden ver con normalidad y que no son ciegos. De esta forma, en base a la Clasificación Internacional de Enfermedades de la OMS (CIE-10 revisión en 2006), la función visual se subdivide en cuatro niveles, que incluimos en la Tabla nº 5.

Visión normal		
Discapacidad visual moderada	baja visión	
Discapacidad visual grave		discapacidad visual
Ceguera		

Tabla 5. Clasificación de la función visual en base a la OMS (2006)

Se considera que una persona con discapacidad visual moderada o grave sufre una baja visión, pero esto no necesariamente conllevaría una discapacidad visual como tal (en sentido legal del término); para la OMS, podemos hablar de discapacidad visual únicamente cuando se padece una discapacidad visual grave o ceguera<sup>51</sup>. Esta clasificación toma como referencia la percepción del paciente,

---

<sup>50</sup> Véase página web de la OMS <http://www.who.int/topics/blindness/en/> [Consulta: 14.03.16]

<sup>51</sup> Para esta organización, la discapacidad es un fenómeno complejo que abarca “las deficiencias, las limitaciones de la actividad y las restricciones de la participación. Las deficiencias son

concretamente la cantidad y calidad de la información a la que tiene acceso: así, no es lo mismo que un paciente acuse baja visión o que padezca una discapacidad visual, en la que, no solo es posible que la capacidad de percepción sea menor, sino que, además, el paciente puede tener más dificultades a la hora de desenvolverse en su vida diaria. Aunque existen otros criterios a la hora de evaluar la función visual, lo cierto es que, de forma general, se atiende a dos variables para cuantificar el grado de ceguera o deficiencia visual, que son, por un lado, la agudeza visual, y por otro, el campo visual.

Por agudeza visual se entiende la capacidad del ojo para percibir la forma y los detalles de un objeto, y se mide mediante optotipos o paneles de letras; por otra parte, el campo visual consiste en la capacidad para percibir los objetos situados fuera de la visión central del ojo, es decir, el espacio en el que una persona puede ver cuando los ojos observan fijamente un objeto en la línea directa de visión, incluyendo toda la visión indirecta o periférica (Gómez-Ulla y Ondategui-Parra, 2012: 116). Así, las pérdidas de campo visual se manifiestan percibiendo un campo visual más restringido.

Por tanto, la OMS toma como referencia la agudeza visual y las funciones visuales residuales para determinar diferentes categorías de discapacidades visuales:

---

problemas que afectan a una estructura o función corporal; las limitaciones de la actividad son dificultades para ejecutar acciones o tareas, y las restricciones de la participación son problemas para participar en situaciones vitales”, por lo que, como vemos, se maneja una definición muy general de discapacidad, relacionándola directamente con la integración del discapacitado en la sociedad (véase página web de la OMS).



Category of visual impairment	Visual acuity with best possible correction		Classified as
	Maximum less than	Minimum equal to or better than	
0		6/18 3/10 (0.3) 20/70	Mild or no visual impairment
1	6/18 3/10 (0.3) 20/70	6/60 1/10 (0.1) 20/200	Moderate visual impairment
2	6/60 1/10 (0.1) 20/200	3/60 1/20 (0.05) 20/400	Severe visual impairment
3	3/60 1/20 (0.05) 20/400	1/60 (finger counting at 1 m) 1/50 (0.02) 5/300 (20/1200)	Blindness
4	1/60 (finger counting at 1 m) 1/50 (0.02) 5/300	Light perception	Blindness
5	No light perception		Blindness
9	Undetermined or unspecified		Unspecified

Tabla 6: Categorías de discapacidad visual de acuerdo con la Clasificación Internacional de Enfermedades y Problemas Relacionados con la Salud (CIF-10, revisión 2010)

La clasificación sobre discapacidad visual de la OMS se hace necesaria para compartir y comparar información sobre enfermedades oculares y discapacidad en todo el mundo. Así, esta organización internacional hace un seguimiento estadístico y sociológico mundial, manejando conceptos propios que no son siempre extrapolables a los diferentes estados miembros que la conforman. Eso le permite realizar informes sobre prevalencia de ceguera y deficiencia visual global que le sirven como base para futuras acciones globales sobre salud visual que se implementan en todo el mundo.

Es necesario tener en cuenta, sin embargo, que los oftalmólogos emplean unos criterios distintos para determinar, y en su caso, diagnosticar, la discapacidad visual o ceguera de un paciente. En ese contexto, una persona ciega es aquella que “can only read the top letter of the optician's eye chart from three metres or less”. Por otra parte, puede considerarse que una persona padece deficiencia visual parcial cuando “they can only read the top letter of the chart from six metres or less”<sup>52</sup>.

Aunque parezca sencillo determinar quiénes se consideran personas ciegas o con una deficiencia visual, lo cierto es que el grupo de personas que se puede enmarcar dentro de estos conceptos ha ido cambiando a lo largo del tiempo. Así, hace unos años se denominaba “persona con deficiencia visual” a lo que hoy conocemos como una persona con restos de visión (EBU, 2003: 3). Sin embargo, actualmente se engloba dentro del concepto de discapacitado visual tanto a las personas ciegas como a las que tienen visión reducida. Es más, en los años 80, una persona con visión reducida podía considerarse discapacitada visualmente, de conformidad con la clasificación de la OMS sobre enfermedades y discapacidad de 1980, puesto que no podían participar en la sociedad de la misma forma que una persona normovente. Sin embargo, en la actualidad, las personas con visión reducida no deberían considerarse como discapacitados, siempre que cuenten con ayuda para paliar esa pérdida de visión, y por supuesto, que el entorno sea accesible de forma que les permita participar de forma activa en la sociedad. Esta es una de las más antiguas reivindicaciones de la EBU, que ya en 1986 subrayó el número creciente de personas con una deficiencia visual

---

<sup>52</sup> Véase la página web oficial de la European Blind Union <http://www.euroblind.org/resources/information/> [Consulta: 30.03.17]

en detrimento de las personas ciegas en Europa, y esto debido, en parte, a dos razones: el envejecimiento de la población y los avances en los cuidados médicos (*op. cit.*). A lo largo de más de veinte años, uno de los objetivos primordiales de la EBU ha sido facilitar una definición de personas con deficiencia visual, y aunque no ha sido sencillo, finalmente se acordó que una definición funcional sería lo más adecuado. Se acabó plasmando en el informe “A Society for All, including Partially Sighted People” (Den brinker y Guyskens, 2001), en el que la EBU confirma la definición médica que proporciona la OMS sobre deficiencia visual y que recoge lo siguiente:

A person with low vision, also called a person with partial sight, is one who has impairment of visual function, even after treatment, and/or standard refractive correction and has an acuity of less than 6/18 to light perception, or a visual field of less than 10 degrees from the point of fixation, but who uses or is able to use, vision for the planning or execution of a task.

La EBU mantuvo fuertes discusiones acerca de lo que debería entenderse como “deficiencia visual” y finalmente acordó definir en el artículo 4 de la *EBU Policy Statement on Low Vision*<sup>53</sup> a una persona con visión parcial atendiendo a criterios funcionales: leer y escribir, orientarse y moverse, desarrollar tareas diarias, comunicarse o realizar cualquier actividad que implique la función visual, son las actividades que se toman como referencia para definir la deficiencia visual.

Sin embargo, como decimos, en numerosos países se manejan definiciones distintas, sobre todo a efectos legales; así, en España, la ONCE define globalmente ceguera o deficiencia visual como “una limitación total o muy seria

---

<sup>53</sup> Véase la página web <http://euroblindstatic.eplica.is/fichiersGB/pspolicy.html> [Consulta: 24.02.17]

de la función visual”; aunque también especifica que una persona ciega sería aquella que no ve nada o que tiene una ligera percepción de la luz, llegando a distinguir entre luz y oscuridad, pero no pudiendo identificar formas o tamaños de objetos<sup>54</sup>. Por el contrario, una persona con deficiencia visual conserva restos de visión útil, que le permitirían desenvolverse con mayor o menor soltura en su vida diaria. Es decir, estas personas, con la mejor corrección posible, pueden distinguir, aunque con dificultad, objetos, letras o caras de personas a una distancia muy corta.

De hecho, la ONCE dispone de criterios propios para permitir la afiliación de usuarios en su organización; en concreto, poseer una agudeza visual igual o inferior a 1/10 de la escala de Wecker, obtenida con la mejor corrección posible, en ambos ojos, o tener un campo visual disminuido a 10 grados o menos<sup>55</sup>.

En cuanto a la ceguera legal<sup>56</sup> en España, se establece que se da cuando la visión es menor de 20/200 o 0,1 en el mejor ojo e incluso con la mejor corrección de gafas o lentes de contacto, o que independientemente de que su visión sea mejor, tiene un campo visual inferior a 20 grados.

Como vemos, la mayoría de definiciones hacen referencia a la agudeza visual y al campo de visión como variables esenciales a la hora de determinar el grado

---

<sup>54</sup> Véase <http://www.once.es/new/servicios-especializados-en-discapacidad-visual/discapacidad-visual-aspectos-generales/concepto-de-ceguera-y-deficiencia-visual/concepto-de-ceguera-y-deficiencia-visual> [Consulta: 25.02.17].

<sup>55</sup> Al margen de que para ser socio de la ONCE es necesario tener la nacionalidad española, lo que deja a los inmigrantes que viven en nuestro país sin la posibilidad de acceder a los servicios de esta organización.

<sup>56</sup> Véase <http://salud.discapnet.es/Castellano/Salud/Discapacidades/Deficiencias%20Visuales/Descripcion%20Deficiencias%20Visuales/Paginas/Descripcion.aspx> [Consulta: 25.02.17].

de deficiencia visual, y prevalecen las definiciones funcionales. Veamos a continuación las cifras y las causas más comunes de ceguera en el mundo, y concretamente en España.

### 2.2.2.2 Cifras, causas y factores de riesgo

#### 2.2.2.2.1 Ceguera y deficiencia visual en cifras

Según datos de la OMS (2014), en 2010 había aproximadamente 285 millones de personas con discapacidad visual en el mundo, de las cuales 39 millones eran ciegos y 246 millones presentaban baja visión. Según esta misma organización, el 80% de casos de discapacidad visual mundial se podría evitar o curar; sin embargo, el 90% de la carga mundial de discapacidad visual se concentra actualmente en los países en vías de desarrollo. Es por eso que las causas más comunes de deficiencia visual en el mundo son errores de refracción no corregidos (miopía, hipermetropía o astigmatismo) (43%), seguida de cataratas no operadas (33%), y por último y con carácter residual, el glaucoma (2%).

A pesar de estas cifras tan alarmantes, la OMS informa de que se ha reducido la tasa de discapacidad visual desde los años 90, debido a las diversas acciones globales llevadas a cabo por la propia OMS y las autoridades sanitarias de los distintos estados, que han contribuido a reducir las enfermedades infecciosas como una de las causas frecuentes de ceguera, sobre todo en los países en vías de desarrollo. Así, la acción conjunta de la OMS y de las distintas autoridades nacionales ha permitido reducir el número de personas afectadas por tracoma en

el mundo (una de las enfermedades infecciosas más frecuentes que producen ceguera), pasando de 360 millones en 1985 a aproximadamente 80 millones en la actualidad<sup>57</sup>. Por esta razón tanto las causas de deficiencia visual o ceguera como las cifras varían notablemente a nivel global y a nivel local. De hecho, la iniciativa global *Vision 2020* impulsada por la OMS y la *International Agency for the Prevention of Blindness* (IAPB) tiene como principal objetivo eliminar aquellas causas de ceguera que pueden evitarse, implementando medidas de prevención y tratamiento en todo el mundo. Por tanto, considera que para el año 2020 puede reducirse notablemente el número de personas afectadas por deficiencias visuales o ceguera en el mundo, y por tanto, persigue impulsar programas de salud ocular en todo el mundo, contando con la colaboración de gobiernos, organizaciones de pacientes etc.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Se trata de una enfermedad ocular causada por una bacteria denominada *Chlamydia trachomatis*. Surge en la lactancia o en la niñez, y consiste en que el párpado se dobla hacia dentro, haciendo que las pestañas rocen el globo ocular, produciendo dolor intenso, y, si no se trata, daño en la córnea, lo que conlleva una ceguera irreversible. El tracoma es endémico en muchas de las zonas rurales más pobres y remotas de África, Asia, América Central y del Sur, Australia y el Oriente Medio. La OMS pretende eliminar la enfermedad mediante acciones preventivas: antibióticos para tratar la infección, educación sobre lavado de cara e higiene personal e intervenciones quirúrgicas para corregir el párpado. El desarrollo comunitario y la acción intensificada que ha llevado a cabo la Alianza de la OMS para la Eliminación Mundial del Tracoma Causante de Ceguera en 2020 ha reducido el número de personas con tracoma causante de ceguera.

Por otra parte, la oncocercosis, también conocida como “ceguera de los ríos” es una enfermedad causada por un parásito, *Onchocerca volvulus*, y transmitida por la picadura de diversas especies de mosca negra. Según la OMS, el 99% de los casos se concentran en África subsahariana, aunque también existen algunos focos de la enfermedad en América latina y el Yemen. Entre los síntomas que producen se encuentran afecciones cutáneas desfigurantes y discapacidad visual, que puede producir ceguera permanente. La OMS ha lanzado varios programas para luchar contra la oncocercosis en África (1995, 2002) y en América (1992) con el fin de erradicar la enfermedad, mediante fumigaciones de insecticidas y tratamientos masivos con ivermectina.

Para más información sobre el tracoma y la estrategia global vision2020, véase el portal de la OMS, y concretamente <http://www.who.int/features/2006/trachoma/es/> [consulta: 14.06.16]

<sup>58</sup> Para más información, véase <http://www.iapb.org/> [Consulta: 03.01.17]

La EBU recoge los datos expresados en el informe de la OMS *Global Data on Visual Impairments 2010* (OMS, 2012) que manifiesta que en Europa existen 2.550.000 personas ciegas y 23.800.000 personas con deficiencias visuales, por lo que la estimación global del continente europeo es de 26.350.000 personas que sufren un problema de visión. Sin embargo, la organización europea eleva esta cifra hasta 30.000.000 de personas, y esto por dos razones: la primera, porque toman en consideración el envejecimiento de la población europea que conlleva, en la mayoría de casos, una pérdida de visión más o menos severa. Y por otra parte, existe un número considerable de personas que sufren pérdida de visión y que, o no son conscientes de ello, o no quieren manifestar su estado. Por tanto, la EBU considera que uno de cada treinta europeos padece problemas de visión, y concretamente uno de cada tres ciudadanos europeos de más de 65 años sufre pérdida de visión<sup>59</sup>.

Por último, en España y según los datos reflejados en la Encuesta sobre Discapacidad, Autonomía Personal y situaciones de Dependencia (INE, 2008), 979.200 personas padecen algún tipo de discapacidad visual, de las cuales 48.300 son ciegas y el resto tienen baja visión, lo que equivale a un 2,14% de la población española. Según los datos del INE, a efectos de esta encuesta, se han considerado cuatro tipos de discapacidad relacionada con la visión: incapacidad de percibir cualquier imagen, de realizar tareas visuales de conjunto, de realizar tareas de detalle y otros problemas relacionados con la visión.

En Reino Unido, poco más de dos millones de personas sufren pérdida de visión o ceguera, de las cuales 218.000 son ciegas, y 1.579.000 padecen deficiencia

---

<sup>59</sup> Según los datos que constan en su web. Véase <http://www.euroblind.org/> [Consulta : 05.02.17]

visual. Se observa que hasta los 65 años, son mayoritariamente los hombres los que padecen enfermedades relacionadas con la visión, mientras que a partir de esa edad pasan a ser las mujeres las que más las sufren (Access Economics Lmt, 2009: 37-38). Así, entre las personas que padecen deficiencia visual de más de 65 años, el 63% son mujeres, frente al 37 % de hombres; entre las personas ciegas el porcentaje es similar (64,3% de mujeres, frente al 35,7% de hombres). La distinción entre sexos y edades nos parece muy interesante, ya que, como veremos a continuación, ambos constituyen factores de riesgo de algunas de las distintas enfermedades que pueden acarrear pérdida de visión.

Si se analiza la prevalencia de la enfermedad por tramos de edad en España, se observa la misma tendencia que se observa en Reino Unido: hasta los 65 años, son los hombres los que mayoritariamente padecen deficiencias de visión. Sin embargo, a partir de esta edad, se invierte la tendencia. Son 499.147 mujeres (67%) frente a 340.570 hombres (33%) las que más sufren pérdida de visión.

Nos parece igualmente interesante señalar que la ONCE cuenta con 72.256 afiliados en 2016<sup>60</sup>, entre personas que padecen ceguera total y pérdida de visión. Sin embargo, y como hemos indicado anteriormente, para poder afiliarse a la ONCE es necesario tener la nacionalidad española y padecer ceguera legal, por lo que en España existen más de 900.000 personas con problemas de visión que no pertenecen a la ONCE. Esto explica, en parte, la proliferación de asociaciones de pacientes específicas para cada tipo de deficiencia visual.

---

<sup>60</sup> Según datos que constan en su web: <http://www.once.es/new/afiliacion/datos-estadisticos> [Consulta: 30.03.17]



#### 2.2.2.2.2 Factores de riesgo

Entre los factores de riesgo de la ceguera y deficiencia visual a nivel mundial, la OMS señala la condición socioeconómica, la edad (ya que el 65% de la población con discapacidad visual es mayor de 50 años) y el sexo (más del 60% de las personas con discapacidad visual son mujeres).

Por otra parte, según Eurostat (2015), en Europa hay que añadir a estos tres factores de riesgo, la diabetes y el consumo de alcohol y el tabaco. En el viejo continente, las previsiones alertan de un aumento en la incidencia de algunas de las principales causas de ceguera en los países desarrollados, como la Degeneración Macular Asociada a la Edad (DMAE), el glaucoma o la retinopatía diabética, esencialmente por dos causas: el envejecimiento de la población y el aumento de la prevalencia de la diabetes.

La edad es sin duda uno de los principales desencadenantes de ceguera o pérdida de visión progresiva en Europa, puesto que se encuentra en el origen de enfermedades como el glaucoma, las cataratas o la DMAE. Según Eurostat (Comisión Europea, 2008), se estima que en 2050, el 29% de la población europea será mayor de 65 años, y por tanto, susceptible de padecer alguna de las enfermedades mencionadas que pueden producir ceguera o discapacidad visual.

Los factores de riesgo en España y en Reino Unido son prácticamente los mismos; sin embargo, es necesario constatar que España cuenta con un envejecimiento de la población más acusado ya que, aunque actualmente la tasa de personas mayores de 65 años se encuentra en el 17%, muy cerca de la tasa media en Europa que se sitúa en el 17,4 %, según las previsiones de Eurostat (INE,

2008), en 2050 el 33% de la población española será mayor de 65 años, cuatro puntos por delante de la media europea; lo que implica que un tercio de la población española podría potencialmente desarrollar deficiencias visuales asociadas a la edad.

Por otra parte, las estimaciones sitúan en un 8,6% el porcentaje de población europea que padece diabetes en la actualidad. No obstante, señalan los especialistas, existe un considerable infradiagnóstico, ya que muchas personas padecen diabetes sin saberlo (se la conoce comúnmente como “la enfermedad silenciosa” porque en muchos casos, y en estados tempranos de la enfermedad, no produce sintomatología). Asimismo, en estos estudios no se ha tenido en cuenta el fenómeno de la inmigración, por lo que se considera que el porcentaje real de personas diabéticas en Europa sería más alto. De hecho, las estimaciones determinan que, en 2030, Europa contará con casi 48 millones de pacientes diabéticos, con el consiguiente riesgo de desarrollar problemas de visión. De hecho, el riesgo de pérdida total de visión en pacientes diabéticos es 25 veces superior al de la población general<sup>61</sup>.

También los españoles superamos la media europea en cuanto a prevalencia de diabetes. De conformidad con la *International Diabetes Federation*<sup>62</sup>, la prevalencia de diabetes en personas de entre 20 y 79 años en España en el año 2013 era del 10,83%, mientras que en Reino Unido se situaba en el 6,57%.

---

<sup>61</sup> Véase web oficial del Instituto de Microcirugía Ocular de Barcelona: <https://www.imo.es/es/retinopatia-diabetica> [Consulta: 30.03.17]

<sup>62</sup> Véase web oficial: <http://www.idf.org/?language=es> [Consulta: 30.03.17]

2.2.2.2.3 Causas más comunes

Como ya hemos adelantado, las causas más comunes de ceguera o deficiencias visuales en el mundo son errores de refracción, cataratas no operadas, y en menor medida, el glaucoma. Sin embargo, las causas de ceguera y deficiencia visual en Europa son distintas. Esto se explica porque en el denominado “primer mundo” se tiene un mayor acceso a servicios de salud y cuidados sanitarios, por lo que la miopía, la hipermetropía o las cataratas no suelen derivar en una pérdida de visión, al menos a corto plazo, ya que se tratan en la gran mayoría de los casos. Tampoco se suelen dar enfermedades infecciosas como el tracoma o la oncocercosis que, si no se tratan, pueden producir ceguera, y que se dan principalmente en los países en vías de desarrollo.

En Reino Unido, se señalan cinco causas esenciales de pérdida de visión genérica (Access Economics Pty Limited, 2009: 37): la DMAE, cataratas, glaucoma, retinopatía diabética y errores de refracción.

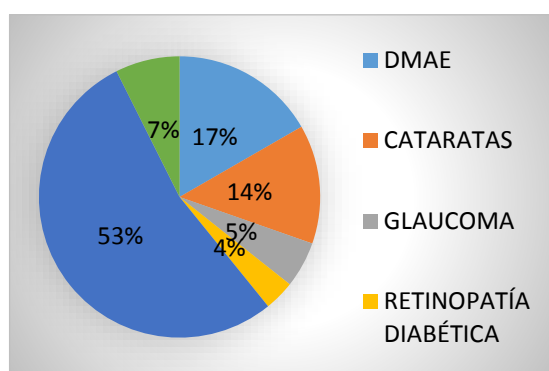


Figura 1. Principales causas de deficiencia visual en Reino Unido (Fuente: The Economic Impact of Partial Sight and Blindness in the U.K., Access Economics, Ltd., 2009).

Como se puede observar, la causa más habitual de deficiencia visual en Reino Unido son los errores de refracción, seguidos por la DMAE y las cataratas.

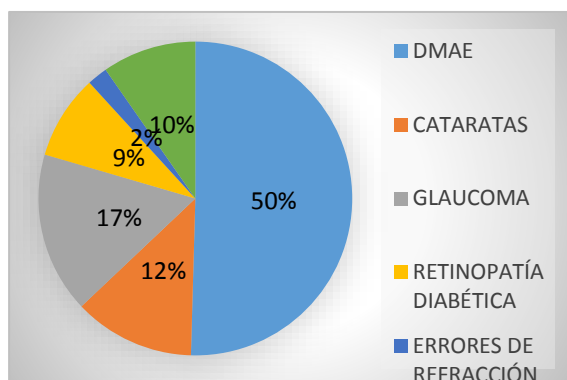


Figura 2. Principales causas de ceguera en Reino Unido (Fuente: The Economic Impact of Partial Sight and Blindness in the U.K., Access Economics, Ltd., 2009)

La causa predominante de ceguera total en Reino Unido es la DMAE (50,5%) seguida de lejos por el glaucoma (16,6%). Nos parece igualmente interesante señalar que según este mismo informe, el 63,4% de las personas con deficiencias visuales en Reino Unido padecían una pérdida de visión leve (aunque esta se agravaba con la edad), para el 24,5% la pérdida de visión era moderada, y el 12,1% se consideraban ciegos.

Por otra parte, las principales patologías que se asocian a la discapacidad visual en España son: el glaucoma, la retinopatía diabética, la DMAE, la miopía patológica o alta miopía y la retinosis pigmentaria. En el estudio llevado a cabo por Gómez-Ulla y Ondategui-Parra para Fundación Retina + y Ernst and Young (2012) no se han incluido las cataratas, puesto que se consideran una patología de fácil corrección mediante intervención quirúrgica. En la figura nº 3 se muestra

un gráfico con porcentajes de las principales causas de la ceguera o deficiencia visual en España.

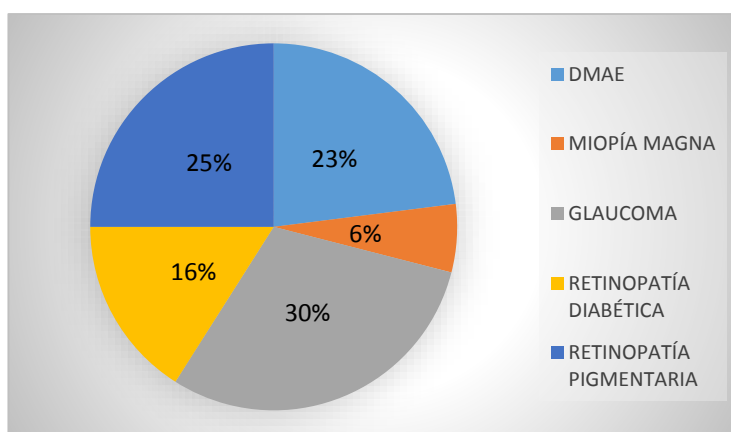


Figura 3. Principales causas de ceguera y deficiencia visual en España (Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2008)

Aunque la prevalencia de la DMAE en España atendiendo al conjunto de la población es del 1,5%, si tomamos como referencia únicamente a la población mayor de 55 años (edad en la que aumentan las probabilidades de padecer DMAE), el porcentaje alcanza el 5,3%.

Consideramos que conocer las cifras sobre deficiencia visual en España es fundamental para intentar conocer a los receptores de la AD. A continuación nos proponemos hacer un repaso de las causas más comunes de deficiencia visual y ceguera: sus causas, sus factores de riesgo y los daños que producen. En resumen: cómo ven y perciben el mundo las personas que padecen estas enfermedades oculares.

#### 2.2.2.2.3.1 Degeneración Macular Asociada a la Edad (DMAE)

La DMAE constituye en la actualidad la primera causa de ceguera legal por encima de los 50 años en los países desarrollados, y su prevalencia aumenta con la edad<sup>63</sup>. Se trata de un deterioro de los componentes normales de la mácula que afecta normalmente a las personas mayores en los países desarrollados, ya que deriva del proceso normal de envejecimiento natural de los órganos. Se manifiesta a través de distintos síntomas como visión borrosa, zonas oscuras o distorsión en la visión central e incluso pérdida permanente de la visión central. Por lo general, no suele afectar a la visión periférica. Las alteraciones típicas de DMAE incluyen la formación de depósitos llamados “drusas” debajo de la retina, alteraciones de la capa pigmentaria y en algunos casos, el crecimiento de vasos sanguíneos anormales debajo de la retina. Se distinguen principalmente dos tipos de DMAE:

- La DMAE seca, también denominada *atrófica*. Es la más común, ya que afecta a más del 80% de los pacientes, y se caracteriza por una evolución lenta y progresiva. Los depósitos que se acumulan en la zona van atrofiando la mácula, y hacen que el paciente pierda poco a poco visión en la zona central de su campo visual. No existe tratamiento para este tipo de DMAE, aunque las investigaciones se centran ahora en fomentar dietas ricas en vitaminas A, C y E. Los pacientes que padecen este tipo de DMAE tienen dificultades a la hora de escribir, leer, ver la televisión o en actividades diarias, por lo que a menudo

---

<sup>63</sup> La información que consta en este apartado proviene mayoritariamente de Instituto de Microcirugía Ocular de Barcelona. Véase su web: <http://www.imo.es/patologia/dmae/> [Consulta: 30.03.17]

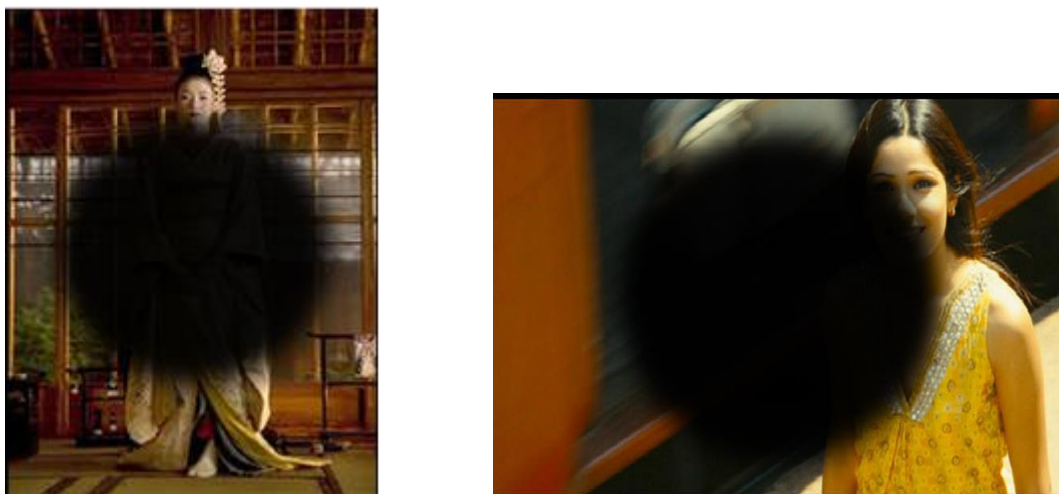
recurren a ayudas externas como lupas de aumento, luces más brillantes que les permitan ver con mayor claridad o *softwares* de reconocimiento de voz para escribir automáticamente.

- La DMAE húmeda, también denominada *exudativa* o *neovascolar*. Es más excepcional (solo un 10% de los pacientes de DMAE la padecen). Se caracteriza por el crecimiento de nuevos vasos sanguíneos de paredes muy delgadas, que acaban filtrando fluidos y sangre a la mácula. En este caso, la pérdida de visión es rápida y más grave que en el caso anterior. El tratamiento con láser se aplica con frecuencia, así como inyecciones intraoculares.

En la actualidad, en España hay 700.000 personas que padecen DMAE, y se estima que hay tres millones de personas que se encuentran en riesgo de padecerla en los próximos años<sup>64</sup>. Los pacientes con DMAE verían algunos de los fotogramas de las películas que conforman nuestro corpus como consta en la Fotografía 1.

---

<sup>64</sup> Datos obtenidos de la Sociedad Oftalmológica de la Comunidad Valenciana <http://www.socv.org/degeneracion-macular-asociada-la-edad/> [consulta 23.06.16]



Fotografía 1. Fotogramas de *Memorias de una geisha* y *Slumdog millionaire* tal y como lo ven personas que padecen DMAE

Entre los factores de riesgo de la DMAE se incluye obviamente la edad, ya que, al tratarse de una enfermedad degenerativa, el proceso de envejecimiento puede producir la aparición de las drusas de las que hemos hablado. Dado que, como hemos señalado anteriormente, la población española sufre un envejecimiento paulatino, es muy probable que los casos de DMAE también aumenten. Por otra parte, el sexo también parece determinante, ya que se observa una mayor prevalencia de la enfermedad en mujeres. Finalmente, y a parte de la predisposición genética, los expertos señalan el alcohol y el tabaco como factores de riesgo importantes, debido los efectos cardiovasculares adversos que presentan.



#### 2.2.2.2.3.2 Glaucoma

Según la Sociedad Española de Oftalmología y la *World Glaucoma Association*, el glaucoma es una de las principales causas de ceguera en los países desarrollados. Aunque puede aparecer en cualquier momento de la vida, incluso puede darse desde el nacimiento, su frecuencia aumenta con la edad<sup>65</sup>.

El glaucoma se presenta como un conjunto de enfermedades que afectan al nervio óptico, provocando un daño progresivo del mismo. Entre los diversos factores de riesgo, el más importante es el aumento de la presión intraocular (balance entre producción y eliminación del humor acuoso, un líquido que rellena la parte anterior del ojo), que produce una pérdida progresiva de las fibras nerviosas del nervio óptico, lo que va produciendo una disminución del campo de visión, que, en fases avanzadas de la enfermedad, puede producir ceguera. El glaucoma es asintomático, por lo que normalmente cuando el paciente nota los primeros efectos y acude al oftalmólogo, la enfermedad se encuentra muy avanzada.

Existen varios tipos de glaucoma:

- El glaucoma neovascular, relativamente frecuente y grave. Se produce como consecuencia de una isquemia crónica y mantenida de la retina; esto produce una creación de nuevos vasos sanguíneos en un intento de oxigenar mejor la retina isquémica. Los nuevos vasos alcanzan el lugar por el que se drena el humor acuoso, denominado trabéculo, en

---

<sup>65</sup> Véase la web oficial de la World Glaucoma Association <http://www.worldglaucoma.org/> [Consulta: 24.02.17]

la cámara anterior del ojo, y acaban por obstruirlo, lo que produce una elevación de la tensión intraocular. Una de sus causas es la diabetes, que acaba por dañar los vasos sanguíneos de la retina y por tanto, haciendo que esta quede isquémica.

- El glaucoma de ángulo abierto, también denominado glaucoma primario o crónico, es la forma más común de glaucoma, ya que representa el 90% de los casos<sup>66</sup>. Se produce por una obstrucción lenta de los canales de drenaje del ojo, lo cual conlleva un aumento de la presión intraocular. Normalmente, el tratamiento consiste en gotas que permiten reducir la tensión intraocular, bien disminuyendo la producción de humor acuoso o bien facilitando su eliminación.
- El glaucoma de ángulo cerrado es más frecuente en ojos pequeños o hipermetropes. Se produce en aquellos ojos en los que la salida del humor acuoso está comprometida al obstruir el iris el ángulo camerular. Ese cierre angular puede ser agudo, manifestándose con un dolor intenso, visión borrosa, náuseas y vómitos; intermitente o crónico, que es asintomático, aunque existe una elevación de la presión y consiguiente daño en el nervio óptico.
- El glaucoma congénito engloba a varios subtipos de glaucoma. Su gravedad varía dependiendo de la edad de aparición, la agresividad de la enfermedad y de la presencia de malformaciones asociadas. Su pronóstico es grave aunque no siempre deriva en ceguera. Es uno de

---

<sup>66</sup> Según datos del IMO. Véase: <http://www.imo.es/pacientes/preguntas-frecuentes/que-es-el-glaucoma-de-angulo-abierto-y-el-de-angulo-cerrado/> [Consulta: 24.02.16]

los más temidos, ya que afecta a niños a edad muy temprana (hasta los 3 años).

○

La edad es uno de los factores de riesgo a tener en cuenta, mientras que la predisposición genética también juega un papel importante en el glaucoma. Un control de la presión intraocular es vital para detectar la enfermedad a tiempo, y poder así establecer un tratamiento lo antes posible. Como vemos en la fotografía nº 2, el glaucoma se manifiesta generalmente con una pérdida progresiva de la visión periférica.



Fotografía 2. Fotogramas de *Memorias de una geisha* y *Pequeña Miss Sunshine* tal y como lo perciben personas que padecen glaucoma

#### 2.2.2.2.3.3 Retinopatía diabética

La retinopatía diabética es una complicación que provoca la diabetes *mellitus*, ya que ésta produce una serie de cambios en la retina. Por lo general, suele afectar a los dos ojos, aunque en la primera fase de la enfermedad, los pacientes no notan

ninguna alteración en la visión (lo que se conoce como retinopatía no proliferativa), aunque a medida que avanza, se produce una disminución de la misma, que en algunos casos no es recuperable.

Dado que la diabetes es una enfermedad crónica, los pacientes que la sufren lo hacen durante muchos años, y en muchos casos no está (bien) controlada. Así, cuando los niveles de azúcar en sangre son muy elevados durante un tiempo prolongado pueden dañar los capilares de la retina, por lo que puede producirse isquemia, o por el contrario un edema por fuga de líquido. El edema macular puede tratarse con cirugía con láser, que consigue estabilizar la visión y reduce el riesgo de pérdida de visión en un 50% (Access Economics Ltm, 2009: 5). Si la hemorragia ha sido grave, a veces es necesario practicar una vitrectomía (cirugía para extraer la sangre que ha entrado en el humor vítreo), lo que contribuye a mejorar la visión del paciente.

El mejor tratamiento para la retinopatía diabética es la prevención, por lo que es necesario no solo controlar los niveles de azúcar en sangre, sino también la tensión arterial y el colesterol. Otros factores de riesgo a tener en cuenta son la obesidad, el tabaco o la hipertensión. Una vez diagnosticada la retinosis diabética, el tratamiento no restablece la visión normal, aunque se puede ralentizar su avance e impedir la progresiva pérdida de visión.

La mayor parte de las cifras sobre retinopatía diabética son alarmantes (95% de pacientes con diabetes tipo 1 desarrollará esta patología a lo largo de su vida, y más del 50% de diabéticos con más de 15 años de evolución presentará alguna

alteración vascular en la retina), aunque se considera que con un tratamiento precoz y adecuado se podría evitar la ceguera en más del 80% de los casos<sup>67</sup>.

#### 2.2.2.2.3.4 Cataratas

Las cataratas consisten en una opacificación del cristalino, una lente del ojo que sirve para enfocar y que normalmente es clara y transparente. La sintomatología de las cataratas suele ser visión borrosa, problemas con la luz, visión doble o múltiple, y la necesidad de cambiar frecuentemente las gafas o las lentillas. Derivan directamente del envejecimiento ocular, por lo que en numerosos países constituye un problema de salud pública, y debiendo, por tanto, promoverse campañas de revisión y prevención. A veces, el paciente no se da cuenta de que está desarrollando una catarata, ya que si la opacidad del cristalino se da en el borde externo de la lente, no interfiere gravemente en la visión; en cambio, si esta opacidad se da en el centro, el paciente lo notará enseguida. Normalmente, se desarrollan a partir de los 65 años, aunque pueden darse casos en los que se desarrolle antes (como la catarata causada por un traumatismo, por ejemplo). El tratamiento de las cataratas suele ser quirúrgico, por lo que en países desarrollados no suele derivar en ceguera. Esta es una de las grandes diferencias respecto a los países en vías de desarrollo ya que las cataratas son la causa del 20% de discapacidad visual en el mundo, mientras que en Europa occidental apenas tiene incidencia.

---

<sup>67</sup> Según datos del IMO. Véase: <http://www.imo.es/2013/11/14/nuevas-investigaciones-en-la-deteccion-y-tratamiento-precoz-de-la-retinopatia-diabetica-claves-para-reducir-la-incidencia-de-ceguera-por-diabetes/> [Consulta: 24.02.16]



Fotografía 3. Fotogramas de *Slumdog millionaire* y *Pequeña Miss Sunshine* tal y como lo perciben personas que padecen cataratas

#### 2.2.2.2.3.5 Errores de refracción

Los errores de refracción son muy comunes y consisten en que el ojo no puede enfocar claramente una imagen, por lo que se obtiene una visión borrosa que, si resulta grave y no se corrige adecuadamente, puede causar una discapacidad visual.

Los tres errores de refracción que se dan con más frecuencia son:

- La miopía: dificultad para ver los objetos distantes con claridad y nitidez.
- La hipermetropía: dificultad para ver los objetos de cerca.
- El astigmatismo: visión distorsionada debido a una curvatura anormal de la córnea.

También existe la presbicia, pero es un trastorno que se asocia a la edad, y que consiste en tener dificultad a la hora de leer o de enfocar bien. Los errores de refracción no pueden prevenirse, pero son fácilmente detectables con un examen oftalmológico, y se tratan con gafas, lentes de contacto o cirugía refractiva. Según la OMS<sup>68</sup>, en el mundo hay 123 millones de personas que padecen una discapacidad visual debido a errores de refracción no corregidos, de los cuales 8 son ciegos. De hecho, siguen siendo una prioridad para la OMS, que en 2013 lanzó un plan de acción mundial para 2014-2019 que tenía como finalidad acabar con las causas de ceguera evitables, como son los errores de refracción y las cataratas, que todavía son las causas más frecuentes de pérdida de visión en el mundo. Por eso, uno de los objetivos prioritarios de la OMS es promover la aplicación de planes de salud ocular para prevenir la discapacidad visual evitable.

### 2.2.2.3 La integración de las personas con ceguera o deficiencia visual en la sociedad actual

Como hemos visto a lo largo de estas páginas, la vista es uno de los sentidos por el que se obtiene más información, por lo que al verse privadas del mismo, las personas con discapacidad visual deben desarrollar los demás sentidos para compensar esa falta de información del mundo real. En particular, el tacto y el oído son dos de los sentidos que la persona con discapacidad visual va a utilizar más. A través del tacto, pueden conocer tamaños, texturas, formas, pero también pueden leer y escribir. En cuanto al oído, les servirá para orientarse, para conocer

---

<sup>68</sup> Datos de la web de la OMS: <http://www.who.int/topics/blindness/en/> [Consulta: 25.02.17].

y hacerse una idea de las personas, los espacios etc. Tradicionalmente siempre se ha pensado que las personas ciegas o con deficiencias visuales aprendían a desarrollar más los demás sentidos por necesidad; pero en la actualidad, se ha demostrado que no es únicamente una cuestión de aprendizaje. Lo cierto es que la neuroplasticidad cerebral juega un papel fundamental en la recuperación de partes del cerebro dañadas. La neuroplasticidad consiste en una propiedad intrínseca del cerebro humano que permite que el sistema nervioso escape de las limitaciones a las que puede enfrentarse y se adapte a cambios fisiológicos o experiencias (Pascual- Leone *et al.*, 2005). Así, si la parte del cerebro que se encarga de la visión sufre un daño irreversible, esa parte no queda inutilizada, sino que se “reprograma” y se encarga de realizar otras funciones, en particular desarrollando otros sentidos, debido a una colonización y activación de la zona con estímulos sensoriales auditivos o táctiles. Es lo que se conoce como *cross-modal neuroplasticity*. Las investigaciones en cerebros de ciegos prueban que su córtex encargado de la visión realiza funciones relacionadas con el tacto y el oído, y también colabora en el procesamiento del lenguaje. Así, la investigación electrofisiológica y con neuroimágenes prueba que las personas que han sufrido una pérdida de visión a una edad temprana pueden procesar, localizar y orientarse mediante los sonidos mejor y más rápidamente que las personas que pueden ver. Además, tienen más memoria auditiva (Bavelier y Neville, 2002: 443). Esta nueva perspectiva abre un campo interesante no solo en la investigación sino también en la rehabilitación de las personas que pierden visión. Así, numerosos estudios han probado que cuando se estimula táctilmente a un ciego, se activan las áreas visuales (Ortiz *et al.*, 2010), por lo que la estimulación cerebral puede ser una nueva vía de tratamiento aún por explorar.



La proliferación de asociaciones y organizaciones de pacientes con enfermedades oculares ha contribuido a que se presten determinados servicios de ayuda multidisciplinar como consejos para el paciente, información, sensibilización social o fomentar la investigación. En cualquier caso, estas ayudas suelen estar muy relacionadas con la edad del paciente. En el caso de personas jóvenes, en muchas ocasiones se requiere apoyo psicológico para que superen fases depresivas y animarlos a que lleven una vida normal, a que sigan estudiando o se relacionen con la sociedad de la misma forma en que lo hacían antes de diagnosticárseles la enfermedad. También en estos casos es muy importante el apoyo de la familia, que a menudo solicita ayuda para saber cómo deben comportarse y abordar la enfermedad de su familiar. En cuanto a las personas más mayores, la ayuda se centra sobre todo en asesoramiento de nuevas tecnologías que puedan facilitarles la vida diaria.

En la actualidad, existen numerosos tipos de ayuda para facilitar la integración de las personas con deficiencias visuales en la sociedad. Desde bastones, fundamentales para su orientación y su movilidad; la máquina Perkins, para escribir en Braille, agendas digitales y *softwares* específicos para ciegos: programas de ampliación de texto en pantalla, sistemas de reconocimiento óptico de caracteres, impresora braille, lupas de televisión, calculadoras parlantes etc. Entre los sistemas de información electrónicos Braille, destacan el Braille Hablado (*Braille'n Speak*), que es un sistema de almacenamiento y tratamiento de datos, el PC hablado, que utiliza una síntesis de voz en vez de pantalla y un teclado Braille en vez de teclado normal. En cuanto al acceso a Internet, los deficientes visuales o ciegos puede utilizar el programa JAWS, que permite acceder a la red utilizando Internet Explorer 5.0.

En cuanto a la integración en el mercado laboral, las personas ciegas o con deficiencias visuales lo tienen mucho más difícil, y no por falta de cualificación. Según el informe de Adecco (2010), el 78% de las personas con deficiencias oculares que trabajan, se quejan por no recibir ningún tipo de ayuda por parte de la empresa. Y es que a pesar de que el 44% de las personas con deficiencias visuales en distintos grados trabajan (cifra superior al 15% de personas con discapacidad intelectual que trabajan en España), en este colectivo no se cumple eso de “a mayor cualificación, mayor probabilidad de obtener empleo”, ya que solo el 4% de los discapacitados visuales con estudios superiores trabajan, mientras que lo hace el 11% de aquellos que tienen estudios primarios, como se puede ver en la figura nº 4. Esto nos permite concluir que la formación es necesariamente significativa a la hora de integrarse en el mercado laboral, sino que además se requiere en la mayoría de los casos una adaptación al puesto de trabajo concreto, adaptación que no se suele dar en las empresas españolas.

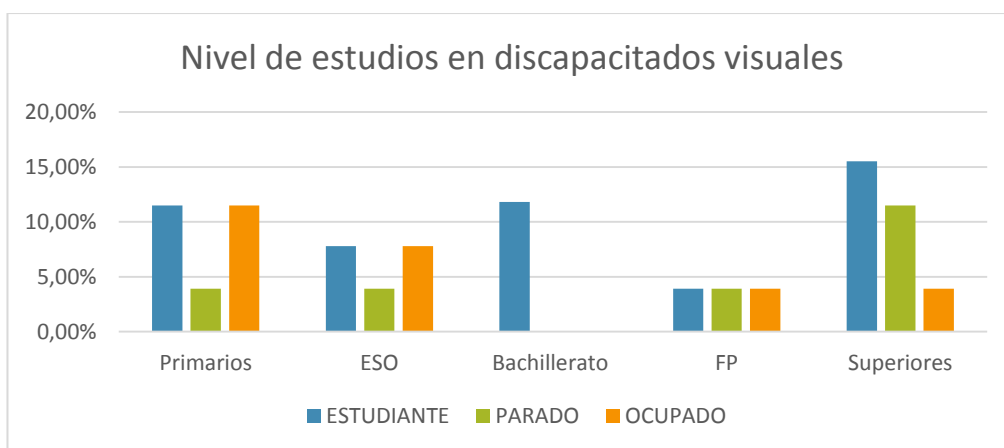


Figura 4. Nivel de estudios en discapacitados visuales e integración en el mercado laboral en España (Fuente: Adecco, 2010)

Según este mismo estudio, entre el 17% y el 18% de los encuestados manifestaron que una de las limitaciones a las que se deben enfrentar es la adaptación del ordenador y el consiguiente cansancio visual. También manifiestan la necesidad de utilizar Braille y la dificultad a la hora de desenvolverse en el centro de trabajo. Y en cuanto a los puestos de trabajo que ocupan, una gran mayoría desempeñan tareas informáticas, seguidas de tareas de limpieza (20%), hostelería (15%) o cargos directivos (10%) (2010: 4).

Tampoco debemos olvidar que en muchas ocasiones, las personas que comienzan a sentir los primeros síntomas de deficiencias visuales suelen tener más de 35 años o incluso más, por lo que, dada la discapacidad sobrevenida, se les tramita una incapacidad laboral total o parcial, por no poder desempeñar de la misma forma las funciones que venían realizando hasta ese momento.

### 2.3 Recapitulación

A través de estas páginas, hemos pretendido acercarnos un poco más a la figura del descriptor y del receptor de la AD. En cuanto al primero, y a pesar de lo establecido por las normas, está llamado a realizar más funciones de las que en principio se le están encomendando actualmente, como la locución. Es importante, como esperamos que haya quedado constancia, conocer las condiciones de trabajo reales que se tienen a la hora de realizar AD comerciales, ya que éstas afectarán al producto audiodescrito. Por otra parte, en cuanto al receptor, parece claro que, de las cifras y las previsiones que se manejan, **el perfil**

**del futuro destinatario de la AD sería mujer de más de 60 años que presenta una deficiencia visual como consecuencia de la edad (probablemente por DMAE),** por lo que no solo conserva restos de visión periférica sino que además ha sido vidente toda su vida. Su **pérdida de visión es progresiva,** por lo que muchos de estos pacientes a los que se acaban de diagnosticar la enfermedad aprovechan para familiarizarse con todo tipo de herramientas que les van a ser útiles para adaptarse a esta nueva vida: lupas, programas de reconocimiento de voz, bastones, audiolibros y, por supuesto, AD de contenidos audiovisuales. En la gran mayoría de los casos, y dado que la pérdida de visión progresiva se produce como consecuencia del envejecimiento, **es muy posible que padezca otras patologías asociadas a la edad, como hipertensión o diabetes.** Es muy poco probable que pierda totalmente la visión, al menos a corto plazo. Consideramos que sería interesante que el descriptor manejase todos estos datos ya que, consideramos, en función de cómo perciba el receptor de la AD, tendrá distintas expectativas y necesidades; conocer al receptor nos parece esencial en cualquier estudio sobre traducción, pero estar familiarizado con el perfil de la persona que sufra deficiencia visual fundamenta cualquier análisis en torno a la AD, ya que será la condición principal sobre la que se base la toma de decisiones del descriptor, y en particular, el qué y el cómo describirlo.

### 3 Capítulo 3. Metodología

*El más largo aprendizaje de todas las artes es aprender a ver.*

Jules Goncourt

En el presente capítulo, abordamos el marco metodológico que hemos empleado a lo largo de la presente tesis doctoral. En un primer momento, explicaremos las principales características de la metodología mixta y las razones por las que nos hemos decantado por su aplicación a esta investigación. Posteriormente, explicaremos los dos grandes bloques que conforman esta tesis: por una parte, el estudio descriptivo que presenta un análisis de la AD de los referentes culturales audiovisuales en español y en inglés presentes en diferentes películas (ED); y por otra parte, el estudio de recepción que se desglosa en un estudio en receptores normovidentes españoles (ER1) y un estudio en ciegos o personas con baja visión españoles (ER2). Para los tres estudios señalados, tratamos los mismos aspectos: las fases en que se desarrollan, los corpus que sirven de base en cada fase de la investigación, la población y la muestra, y los instrumentos de recogida de datos empleados. Dada la complejidad de los estudios que presentamos, en este capítulo nos centraremos en los aspectos metodológicos más generales, y

abordaremos con más detalle aspectos como el diseño de los instrumentos de medición o la caracterización de las muestras en los Capítulos 4 y 5.

### 3.1 Problema de investigación

El presente estudio que, como ya hemos visto, se enmarca dentro de los Estudios sobre Traducción, y más concretamente sobre TAV, pretende dar respuesta a diversas cuestiones que se plantean a continuación: ¿Cómo se aplican las normas imperantes de AD a los productos audiovisuales accesibles en España y en Reino Unido? ¿Difieren las técnicas elegidas por los descriptores para describir referentes culturales en función de la distancia geográfica y cultural que separa el texto origen de las respectivas audiencias meta? ¿Las AD sitúan, en efecto, a los usuarios de AD en una posición similar a la de los normoventes frente un mismo filme? Y más concretamente, ¿se adecuan las AD ofrecidas en España a las expectativas y preferencias de la audiencia meta<sup>69</sup>? ¿Podría contemplarse la traducción de GAD como una opción plausible y recomendable en la Unión Europea?

Estas preguntas persiguen determinar, en un primer momento, cómo se describe un mismo referente cultural audiovisual en dos lenguas y para dos

---

<sup>69</sup> En un principio, el diseño de ambos ER se realizó considerando también a normoventes y ciegos y personas de baja visión británicos. Tanto los cuestionarios como los clips de vídeo necesarios para llevar a cabo el test se lanzaron aunque, por una cuestión de protección de derechos de autor, no pudo llevarse a cabo el cuestionario en línea en Reino Unido, por lo que finalmente decidimos limitarnos a una audiencia española. Ante la imposibilidad de poder desplazarnos a Reino Unido para llevar a cabo ambos estudios de recepción, descartamos esta posibilidad, aunque pensamos retomar el mismo estudio con una audiencia meta británica en posteriores investigaciones.

audiencias meta distintas, con el fin de establecer las similitudes y diferencias entre las AD. De esa forma, podremos identificar el papel que el extrañamiento (Sanderson, 2011) juega en la producción del GAD. Por otra parte, nuestra intención es determinar cómo percibe un espectador normovente español (NVE) el referente cultural visual para comprobar la cantidad y calidad de información de que dispone en ese momento y, posteriormente, comprobar cuál de las AD ofrecidas (la versión inglesa o la española) se adecua mejor a las preferencias de los usuarios ciegos o con baja visión ubicados en cada uno de los entornos lingüísticos y culturales descritos. Por todo ello, estimamos conveniente reproducir los objetivos del presente estudio así como las hipótesis sobre los que se asientan, que ya se han esbozado en la Introducción de la presente tesis.

### **3.2 Objetivos e hipótesis**

Al iniciar esta investigación, nuestra finalidad era contribuir a dar a conocer la AD como servicio de accesibilidad a la cultura y facilitar la visibilidad de las personas ciegas o con baja visión, también en los Estudios sobre Traducción. Sin embargo, dado que la presente tesis está compuesta por dos bloques diferentes aunque relacionados entre sí, desgranamos objetivos e hipótesis secundarios propios de cada una de las fases.

La hipótesis general que subyace en el presente estudio podría enunciarse como sigue:

*Las AD de referentes culturales visuales ofrecidas en España se adecuan a las expectativas y preferencias de los usuarios ubicados en un entorno lingüístico y cultural español. Esto es, el audiodescriptor considera el extrañamiento existente entre el público meta y el referente cultural para elegir la técnica de AD más conveniente.*

Los dos bloques que conforman el presente estudio siguen metodologías de investigación diferentes y persiguen objetivos distintos aunque, como venimos diciendo, están claramente interconectados. La primera fase de esta tesis es un estudio descriptivo (ED), mientras que la segunda fase consiste en un estudio de recepción en NVE (ER1) y en un estudio en ciegos o personas con baja visión (CBVE) (ER2). A continuación, expondremos los objetivos principales y secundarios de cada una de las fases descritas.

### 3.2.1 Fase preliminar

Con carácter previo, se aborda una fase preliminar que tiene como objetivo principal entrar en contacto con la realidad de la AD, es decir, estudiar el panorama actual de la AD en España, tanto desde un punto de vista legislativo como social y académico; pero también, acercarnos a los destinatarios de la AD. Para ello, distinguimos los siguientes objetivos secundarios:



- OP1: Describir el panorama actual de la audiodescripción en España.
- OP2: Revisar la literatura académica que hasta hoy se ha publicado sobre audiodescripción.
- OP3: Establecer un perfil del receptor medio de audiodescripción en España.

El cumplimiento de estos objetivos nos proporcionará una base sobre la que asentar los estudios posteriores.

### 3.2.2 Fase 1: Estudio descriptivo (ED)

El objetivo principal del ED consiste en **describir, analizar y comparar la AD de referentes culturales presentes en una misma película en España y Reino Unido**. Para lograr este objetivo, se persiguen una serie de objetivos secundarios:

- O1<sub>ED</sub>: Establecer una metodología de análisis sobre referentes culturales y técnicas de traducción empleadas para describirlos en dos lenguas y para dos culturas meta diferentes.
- O2<sub>ED</sub>: Describir y analizar las técnicas de AD de referentes culturales de películas audiodescritas en España y en Reino Unido.
- O3<sub>ED</sub>: Comparar las técnicas de traducción empleadas en la AD británica y española de los mismos referentes culturales.
- O4<sub>ED</sub>: Establecer conclusiones sobre las diferencias en las técnicas elegidas para la AD en dos lenguas y para dos audiencias meta

distintas.

Las hipótesis de las que partimos son las siguientes:

- H1<sub>ED</sub>: En función de la ubicación geográfica, lingüística y cultural del descriptor, este elegirá técnicas de traducción distintas para audiodescribir referentes culturales presentes en un filme.
- H2<sub>ED</sub>: Cuanto menor sea el grado de familiaridad y el conocimiento de un referente cultural por parte de la audiencia meta, mayor será la intervención del descriptor, empleando técnicas de traducción más complejas.

### 3.2.3 Fase 2: Estudio de recepción (ER)

El objetivo principal del ER consiste en **determinar si las AD que se realizan en la actualidad en España se adecuan a las preferencias y expectativas de los usuarios** y, en su caso, **proponer directrices o recomendaciones para la AD de referentes culturales en España**. La fase experimental de la presente tesis está compuesta por dos estudios de recepción diferentes: por una parte, el ER1 consiste en un estudio llevado a cabo en espectadores NVE; por otra parte, el ER2 consiste en un estudio en espectadores CBVE. Ambas investigaciones, aunque de nuevo complementarias, persiguen objetivos diferentes, como veremos a continuación.

### 3.2.3.1 Estudio de recepción en NVE (ER1)

El objetivo principal del ER1 es **determinar cómo los espectadores NVE describen los referentes culturales a los que se exponen, para evaluar la familiaridad de la audiencia meta frente a los mismos.**

Para ello, hemos desgranado dos objetivos secundarios:

- O1<sub>ER1</sub>: Determinar el grado de conocimiento por parte de la audiencia normovente española de los referentes culturales audiovisuales.
- O2<sub>ER1</sub>: Comparar la información de que dispone un espectador medio NVE con la proporcionada con la ADE.

La hipótesis en la que se basa el ER1 se enuncia como sigue:

- H1<sub>ER1</sub>: los espectadores CBVE disponen de más información y/o más precisa sobre referentes culturales mostrados en un filme que los espectadores NVE.

La comprobación de la H1<sub>ER1</sub> nos permitiría afirmar el incumplimiento de la norma UNE 153020 que establece que la AD debe proporcionar información de “la forma más parecida a como lo percibe una persona que ve” (AENOR, 2005: 4).

### 3.2.3.2 Estudio de recepción en ciegos o personas con baja visión (ER2).

El objetivo principal del ER2 es **comprobar la adecuación de las AD que actualmente se realizan de los referentes culturales en España con las preferencias de la audiencia meta española**. Para ello, se distinguen dos objetivos secundarios:

- O1<sub>ER2</sub>: Identificar la versión de AD que mejor y peor se acepta por parte de los receptores españoles.
- O2<sub>ER2</sub>: Comprobar si la versión elegida mayoritariamente por el receptor español corresponde a la ADE.

Hipótesis específica del ER2:

- H1<sub>ER2</sub>: la AD destinada a los espectadores CBVE se adecuará a las preferencias de los mismos. Es decir, la audiencia española preferirá la ADE (y las técnicas empleadas en la misma).

Considerando los objetivos e hipótesis que hemos enunciado, nos hemos decantado por emplear **una metodología de investigación mixta, que combina lo cualitativo con lo cuantitativo** tanto en las distintas fases como en distintos aspectos de la investigación, y esto por diversas razones:

- En un primer momento, y como continuación a nuestro Trabajo de Fin de Máster “Análisis descriptivo contrastivo de la AD de *Slumdog millionaire* (Boyle, 2008)” (2012), consideramos necesario continuar explorando el panorama de la AD en España y Reino Unido,

centrándonos en los referentes culturales. Nuestra intención es analizar desde un punto de vista cualitativo las técnicas de AD empleadas en ambas lenguas y para ambas culturas meta; no obstante, en esta fase, también nos centramos en lo cuantitativo, aunque en menor medida, ya que nos preguntamos sobre la posible existencia de una *tendencia* en el empleo de dichas técnicas de traducción.

- En segundo lugar, nuestra intención es comprobar si las técnicas de AD elegidas se corresponden, por una parte, a lo que los espectadores NVEs ven o describen, y por otra, a lo que los espectadores CBVEs prefieren o esperan, teniendo en cuenta su ubicación geográfica y cultural. Para ello se opta, en el primer caso, por un estudio cuantitativo, ya que perseguimos preguntar a un número significativo de respondientes por su grado de conocimiento de los referentes analizados en el ED (método cuantitativo). Y además, en el segundo caso, pretendemos averiguar cuál es la técnica de AD preferida por los receptores CBVE (método cualitativo). La finalidad última es triangular los resultados de las dos fases [ED + ER (ER1+ER2)] para poder, en su caso, establecer directrices o recomendaciones sobre la AD de referentes culturales en España.

Una vez justificado el empleo de la metodología mixta para la presente investigación, procederemos a explicar las características esenciales de la misma.

### 3.3 Metodología de investigación mixta

A pesar de que la Traductología sigue luchando por alcanzar el “truly scientific status as the empirical science it deserves to become” del que habla Toury (1995: 1-3), lo cierto es que numerosas investigaciones en traducción beben de metodologías e instrumentos de medición propios de otras ciencias como las sociales o las naturales (Neunzig, 2003: 75). Por esta razón numerosos autores abogan por el desarrollo de metodologías propias que se puedan aplicar a estudios empírico-experimentales en la investigación en Traductología (Neunzig, 2003; Saldhanda y O’Brien, 2013).

A pesar de que, como hemos indicado en el Capítulo 1, los primeros trabajos de investigación en AD tuvieron un marcado carácter descriptivo sobre las normas de AD (Greening y Rolph, 2007; Gonant y Morriset, ; Dosh y Benecke, 2004; Navarrete, 1997a; Hernández y Mendiluce, 2004; Orero, 2006; Orero, Pereira y Utray, 2007, entre otros), sobre distintas modalidades de AD (en teatro, Pflanstiehl y Pflanstiehl, 1985; Navarrete, 1997b; en ópera, Matamala, 2007b; Cabeza Cáceres y Matamala, 2008, Cabeza Cáceres, 2010; sobre obras de arte, como cuadros o esculturas, Holland, 2009; Szarkowska *et al.* 2016; sobre películas y elementos específicos en los mismos; Ballester, 2007; Orero, 2012; Igareda, 2012); sobre corpus (Jiménez y Seibel, 2012; Salway, 2007) por citar solo algunos ejemplos, los estudios experimentales o de recepción están llamados a ocupar un lugar predominante en Traductología, y muy especialmente en AD. Destacan los trabajos primeros trabajos sobre *eye-tracking* (Orero y Vilaró, 2012, 2013, 2014), de los canadienses Udo y Fels cuya investigación se basa en estudios empíricos de recepción de GAD creados con la colaboración de espectadores ciegos (Udo y Fels, 2009a, 2009b; Udo, Acevedo y Fels, 2010; Udo, Copeland y Fels, 2011); los

trabajos de Fryer y Freeman (2012, 2013) que se centran en el estudio del concepto psicológico de la “presencia”. En la mayoría de casos, se trata de estudios realizados en base a entrevistas a los usuarios, que manifiestan sus preferencias y expresan opiniones sobre las AD. Sin embargo, también se dan otros estudios que combinan tanto lo cualitativo como lo cuantitativo: desde el estudio de Rai (2009) para la Royal National Institute of the Blind, o más recientemente el último informe español de CESyA (2015). Otros estudios más recientes como los de Cabeza Cáceres (2013), Ramos (2014) o Fresno (2014), se centran en evaluar también otras cuestiones como la memoria, la comprensión o el impacto emocional.

Como ya hemos adelantado, esta tesis sigue **una metodología mixta, que combina métodos cualitativos y cuantitativos para la obtención y análisis de datos**. Tal y como señalan Hernández *et al.* (2006: 752), los métodos cualitativos y cuantitativos “sólo constituyen diferentes aproximaciones al estudio de un fenómeno” y no deben entenderse como métodos opuestos o excluyentes, sino al contrario, como métodos complementarios.

El método mixto permite recolectar, analizar y vincular datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio (Hernández *et al.*, 2006: 755). Dado que, como venimos explicando, la presente tesis adopta una metodología mixta, vamos a repasar sucintamente las características de los métodos cualitativo y cuantitativo para ver cómo se aplican a la presente investigación.

### 3.3.1 Método cualitativo

Tal y como establece O’Leary en Saldanha y O’Brien (2013: 22):

The qualitative tradition “calls on inductive as well as deductive logic, appreciates subjectivities, accepts multiple perspectives and realities, recognizes the power of research on both participants and researchers, and does not necessarily shy away from political agendas”.

El método cualitativo permite emplear distintas fuentes de recopilación de datos y se caracteriza por ser eminentemente inductivo: partiendo de lo más específico se pretende generalizar esos resultados con el fin de establecer tendencias o patrones.

Estos son algunos de los rasgos más significativos del método cualitativo según Hernández *et al.*, (2006: 8-11) que nos hicieron decantarnos por este método de análisis para el ED y el ER2:

- Se comienza examinando el mundo social y en ese proceso se desarrolla una teoría coherente con lo que se observa.
- El proceso de indagación es flexible y las técnicas de recolección de datos dispares (entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo).
- Se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados. No se efectúa una medición numérica, por lo que el análisis no es estadístico.
- Las hipótesis se generan durante el proceso y van refinándose conforme se recaban los datos.
- No se pretende generalizar de manera probabilística los resultados a poblaciones más amplias ni obtener muestras representativas. Tampoco se busca necesariamente que los estudios vuelvan a replicarse.
- El investigador se introduce en las experiencias individuales de los participantes y construye el conocimiento.



- Utiliza un razonamiento inductivo (explorar y describir).

El ED consiste un estudio exploratorio, cuyo objetivo es esbozar **una primera aproximación hacia la AD de referentes culturales en el cine en dos lenguas y para dos culturas distintas**. Normalmente, el estudio exploratorio constituye un fin en sí mismo, es decir, determina tendencias y establece las directrices de investigaciones posteriores más elaboradas y rigurosas (Hernández *et al.*, 2006: 101-102). La finalidad última del ED es **describir, analizar y comparar las técnicas de AD presentes en diferentes filmes para intentar determinar una posible tendencia<sup>70</sup> en la AD de referentes culturales**. Por tanto, perseguimos analizar las técnicas de AD desde un punto de vista cualitativo, por lo que el estudio presenta un marcado carácter interpretativo. Por esta razón partíamos de las conclusiones alcanzadas en nuestro Trabajo de fin de máster (Sanz Moreno, 2012). Las conclusiones a las que se llegan en el ED serán las que fundamenten los estudios de recepción posteriores. De entre los instrumentos de recogida de datos descritos por Hernández *et al.* en lo que respecta a la metodología cualitativa, en el ED nos hemos decantado por el estudio de corpus.

Por otra parte, el ER2 consiste en un estudio sobre las preferencias de los espectadores CBVE. **Se trata de un estudio cualitativo basado en entrevistas personales y discusiones en grupo**. Nuestra intención era involucrarnos personalmente en las experiencias de los usuarios y observar cómo reaccionaban en ambientes naturales (Neuman, 1994). En esta fase, nuestra prioridad no eran los números o establecer un método de medición estandarizado, sino **conocer de**

---

<sup>70</sup> No obstante, recordamos que también introducimos un breve estudio cuantitativo de las técnicas de AD más empleadas para describir referentes culturales visuales con el fin de determinar si existe una tendencia o norma a la hora de elegir las (Ver apartado 4.2.).

**primera mano las experiencias de los usuarios y sus opiniones acerca de las AD** a las que se exponían.

### 3.3.2 *Método cuantitativo*

El método cuantitativo persigue la recolección de datos para probar hipótesis, con base a la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías (Hernández *et al.*, 2006: 5-7). A pesar de que no se emplean con frecuencia en los estudios sobre traducción porque los investigadores parecen manejar conceptos erróneos entorno a los mismos (Gile, 1991: 161-162), lo cierto es que los estudios cuantitativos pueden aportar datos interesantes en nuestra disciplina:

On pourrait souhaiter que les études quantitatives soient plus nombreuses, plus régulières et plus systématiques. D'une part, elles apportent plus de rigueur aux analyses en forçant l'élaboration de définitions plus fines des catégories et des éléments sur lesquels portent les recherches (...) D'autre part, la méthode et les conclusions font voir la nature complexe de phénomènes jusque là traités comme des entités simples et remettent souvent en question des idées reçues (...). Mieux encore, elles font voir les difficultés que pose dans la pratique la reconnaissance d'entités considérées comme discrètes et qui, en fait, sont de nature continue (par ex.: les unités de traduction) (Ménard y Dancette, 1996: 140).

Entre las características del método cuantitativo, destacamos:

- El objeto de estudio es la realidad observable y medible.
- Las hipótesis se generan antes de la recolección y análisis de datos.
- La recolección de datos se fundamenta en la medición.
- Las variables se analizan a través de métodos y datos estadísticos.
- Se pretende generalizar los resultados encontrados en una muestra representativa de la población estudiada.
- El estudio sigue un patrón predecible y estructurado. Además, se persigue que el estudio sea repetible.
- Si se sigue rigurosamente el proceso, los datos generados poseen estándares de validez y confiabilidad.
- Utiliza un razonamiento deductivo.

El estudio ER1 sigue el método cuantitativo. Se trata de **un estudio no experimental en el que se expone a una muestra significativa y representativa de la población a una serie de clips de vídeo para que contesten a una serie de preguntas sobre cada uno**. Por tanto, entre los instrumentos de medición empleados en la investigación cuantitativa, hemos utilizado el cuestionario (ver apartado 3.3.3.2.4.).

### 3.3.3 *Método mixto*

Las diversas estrategias empleadas para la obtención de datos en esta tesis nos permiten realizar una triangulación metodológica, que implica “cross-checking the results one set of data provides with results from another set of data”

(Saldanha y O'Brien, 2013: 23). El análisis llevado a cabo tanto en la primera como en la segunda fase, nos permitió elaborar una serie de recomendaciones para la mejora de la AD de referentes culturales en España.

Nuestra investigación se enmarca dentro del **diseño exploratorio secuencial**: los resultados del primer método cualitativo permitirán ayudar desarrollar el segundo método cuantitativo (Greene y Caracelli, 2003). La condición básica de este diseño radica en que se precisa la exploración previa, ya que no se dispone de instrumentos o medidas y se desconocen las variables. Este diseño se inicia con la obtención de datos cualitativos para explorar el fenómeno, construyéndose después una etapa cuantitativa, y cuyos resultados se conectarán con la fase cualitativa. Partimos, por tanto, del estudio cualitativo (ED), que nos sirve de base para diseñar el estudio de recepción (ER1) en el que seguimos el método cuantitativo. Además, la investigación comprende en su última fase un estudio cualitativo de recepción en CBVE (ER2), que nos permitirá comparar los resultados con los del ED, por lo que ambos estudios convergen al final.

### 3.3.3.1 Diseño del Estudio descriptivo (ED)

El ED consiste en un análisis cualitativo de las AD de los referentes culturales en Reino Unido y en España. El objetivo es determinar cómo se realiza la AD de estos elementos culturalmente marcados, es decir, cuáles son las técnicas de AD elegidas para describirlos, para posteriormente intentar determinar si existe una *tendencia* a la hora de elegir determinadas técnicas y si estas podrían venir condicionadas por la ubicación lingüística y cultural del descriptor.

Una de las mayores dificultades de este estudio, aunque no lo parezca, fue obtener material audiodescrito, algo que ya Díaz Cintas criticaba hace diez años (2006: 17). Era necesario identificar las películas que se comercializan en Reino Unido y en España con la pista de AD y cruzar los listados para conseguir determinar las películas que contaban con AD en ambas lenguas. Para ello se consultaron tanto listados de la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE) como los de empresas privadas que actualmente realizan AD comerciales en España (Fundación Orange, Fundación Vodafone o Aptent Solutions S.L. Para conocer las películas con AD en Reino Unido accedimos al sitio web de la Royal National Institute of the Blind (RNIB) y al sitio web *www.yourlocalcinema.com* que actualiza semanalmente su base de datos sobre filmes audiodescritos.

Para nuestra sorpresa, encontrar películas audiodescritas en ambas lenguas y que contuviesen elementos de extrañamiento necesarios para nuestro análisis no fue una tarea fácil. Una vez elegidos los filmes que componen nuestro Corpus ED (proceso que se detalla en el apartado 3.3.1.), se procedió a la ardua tarea de transcribir los GAD en ambas lenguas y a analizarlos, tal y como se recoge en el apartado 4.4. Por tanto, el instrumento esencial de obtención de datos en esta fase es el Corpus ED. Su análisis es cualitativo, aunque también se ofrecen datos cuantitativos sobre técnicas de AD empleadas en el Corpus ED<sup>71</sup>, ya que nuestra intención era determinar si existía una tendencia en la elección de las técnicas de AD elegidas por los descriptores. La interpretación de estos datos constituye la base sobre la que se asienta el ER, ya que permite establecer conclusiones y plantear hipótesis que se encuentran en el origen de los ER1 y ER2.

---

<sup>71</sup> La metodología detallada sobre caracterización y justificación de elección del Corpus ED se encuentra en el Capítulo 4, así como el análisis cualitativo y cuantitativo del mismo.

En este caso, no solo combinamos lo cualitativo y cuantitativo desde el punto de vista de la recolección de datos sino también en cuanto al análisis interpretativo de los resultados. De esta forma, compensamos las deficiencias que ambos métodos presentan y aprovechamos sus ventajas.

El ED siguió los pasos que se detallan en la Tabla nº 7.

Estudio Descriptivo (ED)	1.	Identificación de las películas con AD en inglés y en español
	2.	Selección del Corpus ED
	3.	Transcripción de los GAD en inglés y en español
	4.	Identificación de los referentes culturales icónicos
	5.	Clasificación de los referentes culturales icónicos
	6.	Identificación de las técnicas de AD empleadas en el Corpus ED
	7.	Recopilación de datos
	8.	Análisis cualitativo, cuantitativo y comparativo de los resultados.

Tabla 7. Resumen de las fases del ED

### 3.3.3.2 Diseño del Estudio de recepción (ER)

La segunda fase de esta tesis doctoral consiste en un estudio de recepción (ER) que, a su vez, presenta dos fases diferentes: un estudio de recepción en NVEs españoles (ER1) y un estudio de recepción en CBVE (ER2). Los detalles sobre la selección del Corpus ER1 y del Corpus ER2 se detallan en los apartados 3.3.3.2.2. y 3.3.3.3.2. Para el desarrollo del ER1 y del ER2 se realizaron, con carácter previo, dos Estudios piloto, cuyos detalles se relacionan en los apartados 5.1.1.2. y 5.2.1.2.

**3.3.3.2.1 Diseño del Estudio de Recepción en espectadores NVE españoles (ER1)**

3.3.3.2.1.1 Fases

El ER1 siguió los pasos que se detallan en la Tabla nº 8.

Estudio de Recepción 1 (ER1)	1.	Selección del Corpus ER1 (clips representativos sin AD)
	2.	Elaboración de encuestas
	3.	Estudio piloto y corrección de encuestas
	4.	Envío de encuestas en línea
	5.	Cumplimentación de encuestas: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Variables de control</li> <li>▪ Visionado de los clips sin AD</li> <li>▪ Cumplimentación de respuestas por cada clip</li> </ul>
	6.	Recopilación de datos
	7.	Análisis estadístico, interpretativo y comparativo

Tabla 8. Resumen de las fases del ER1

Para el ER1 fue necesario elaborar el Corpus ER1.

Tras realizar el Estudio Piloto, se procedió al envío del cuestionario definitivo. En el ER1, el grupo de NVE visionó los clips sin AD en la versión doblada. Toda la muestra se expuso a todos los clips, dado que el cuestionario se distribuyó en línea, que los sujetos eran adultos y que la duración total del experimento no superaba los 40 minutos.

ER1	Normovidentes (NVE)	Español	20 Clips (Corpus ER1 español) en VD sin AD
-----	---------------------	---------	--

Tabla 9. Participantes del ER1 y clips a los que se expusieron

### 3.3.3.2.1.2 Corpus ER1

#### 3.3.3.2.1.2.1 Selección de los clips

En la fase experimental, se eligió una serie de referentes culturales icónicos derivados del Corpus ED (Capítulo 4). En cuanto a la selección de clips, nos decantamos por aquellos que presentaban una gran disparidad de técnicas empleadas en las ADE y las ADI o en los que el referente cultural descrito poseía un significado simbólico para el filme. Asimismo, y con el fin de no producir cansancio en los sujetos y alargar demasiado el experimento, decidimos seleccionar 20 clips de entre 38 segundos y 2 minutos de duración.

La relación de los referentes elegidos para el ER1 se establece en la Tabla nº 10.

Nº de clip	Tipo de referente	Nº de referente	Duración clip	Descripción
1	Etnográfico	SM11	00:00:53	Los tres mosqueteros
2	Etnográfico	SM10	00:01:58	Amitabh Bachcham
3	Etnográfico	SM12	00:02:02	Dios Rama
4	Sociopolítico	SM1	00:00:41	Taj Mahal
5	Etnográfico	SM13	00:00:40	Chapatis
6	Sociopolítico	SM2	00:01:00	Estación de tren
7	Etnográfico	SM16	00:01:19	Pañuelo amarillo de Latika
8	Etnográfico	SM8	00:01:26	Baile de Bollywood
9	Etnográfico	PMS1	00:00:27	Nietzsche
10	Sociopolítico	PMS5	00:00:38	Bush
11	Etnográfico	PMS9	00:00:49	Test de Ishihara
12	Geográfico	MG28	00:01:38	Cerezo en flor
13	Etnográfico	MG13	00:00:27	W nuca sin maquillar
14	Etnográfico	MG9	00:00:19	Geta
15	Etnográfico	MG10/11	00:00:45	Obi/Tabi



16	Sociopolítico	MG15/39	00:01:07	Yukata/Hanamachi
17	Etnográfico	MG24	00:02:	Ekubo
18	Sociopolítico	MG16	00:00:56	Kaburenjo
19	Sociopolítico	MG23	00:01:16	Templo sintoísta
20	Geográfico	JN2	00:01:10	Orquídeas blancas

Tabla 10. Relación de clips de vídeo que conforman el corpus del ER1

Los clips que conforman el corpus ER1 se encuentran en el Anexo nº 3.

#### 3.3.3.2.1.2.2 Tratamiento de los clips

Una vez seleccionados los referentes culturales que íbamos a incluir en el ER1, se procedió a su tratamiento. Para ello, se utilizó el programa *Free Media Converter*, un conversor de vídeo que además permitía cortar los clips provenientes de DVD originales en la duración que considerábamos más adecuada. Para cada clip, se procedió a seleccionar la escena en la versión doblada (español). También se desactivaron los subtítulos en cualquier idioma. Es importante señalar que, a pesar de que los referentes culturales podían estar en pantalla apenas unos segundos, consideramos importante proporcionar a los participantes cierto contexto visual, por lo que el vídeo podía extenderse unos segundos más.

Por tanto, el corpus ER1 se compone de un total de 40 clips de vídeos: 20 clips de vídeos de la película en la versión doblada en español de una duración máxima de dos minutos. Todos los clips proceden de las películas en DVD que se pueden encontrar en España. Como indicamos en el apartado 5.1.1.1., el diseño de los cuestionarios se realizó utilizando la plataforma que ofrece *googledocs*, que permitía la inclusión de los vídeos en el cuerpo del cuestionario, siempre que los mismos se encontraran publicados en el canal de vídeos *youtube*, previa creación de un canal personal. Esta fase planteó problemas de diseño y configuración que

se pusieron en evidencia en el Estudio Piloto y que se detallan en el apartado 5.1.1.2.

### 3.3.3.2.1.3 Muestra NVE

La muestra consiste en un subgrupo representativo de la población de interés (sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión) (Hernández *et al.*, 2006: 236). En la primera fase experimental, los sujetos objeto de estudio lo constituyen personas NVE. En general, buscamos personas de todas las edades y que no padecieran ningún tipo de ceguera o baja visión. Además, era fundamental que su lengua materna fuera el español. Los participantes NVE debían tener la nacionalidad española, por el arraigo cultural de las AD ofrecidas. Por otra parte, también descartamos a aquellas personas que padecieran otro tipo de discapacidad sensorial o cognitiva, ya que necesitábamos que los participantes estuvieran en condiciones de entender todos los clips y oírlos perfectamente.

Por tanto, los criterios aplicables de inclusión y exclusión de los participantes NVE fueron los siguientes:

	NVE
Criterios de inclusión	Nacionalidad: española
	Lengua materna: español
Criterios de exclusión	Ser menor de edad
	Padecer ceguera o baja visión
	Padecer algún tipo de deficiencia sensorial o cognitiva
	A pesar de tener como lengua materna el español, no ser de nacionalidad española.

Tabla 11. Criterios de inclusión y exclusión de NVE

Nuestra intención era conseguir una muestra estadísticamente representativa y significativa para que los resultados encontrados pudieran extrapolarse a la población<sup>72</sup>. En la primera fase experimental del ER1, se siguió un muestreo de “bola de nieve”. Se trata de un muestreo no probabilístico que funciona en cadena y que se emplea cuando la muestra es difícil de conseguir. En particular, en este estudio seguimos un muestreo de bola de nieve no discriminatorio exponencial, en el que la investigadora seleccionó a treinta interlocutores válidos, de distintos ámbitos (asociaciones de jubilados, universidad, profesores, asociaciones profesionales etc.) para que estos a su vez reenviaran el cuestionario. Entre las ventajas del muestreo de bola de nieve, destacan que es un sistema económico, simple y rentable; y que además permite llegar a poblaciones que son difíciles de mostrar. No obstante, uno de los inconvenientes consiste en que el investigador tiene poco control sobre el método de muestreo y que la muestra puede no ser representativa de la población. Con el fin de paliar estas desventajas, intentamos cubrir todas las edades y niveles de formación de la población mediante contactos directos con los grupos de participantes.

Finalmente, en el experimento colaboraron 203 participantes españoles.

#### 3.3.3.2.1.4 Instrumentos de medición. El cuestionario

El cuestionario es una herramienta muy útil y empleada con frecuencia en la investigación en Traductología. Tal y como la define (Kumar, 2005: 138):

---

<sup>72</sup> Se entiende por población o universo el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones (Hernández *et al.*, 2006: 239)

A questionnaire is a written list of questions, the answers to which are recorded by respondents. In a questionnaire respondents read the questions, interpret what is expected and then write down the answers.

Se trata de uno de los instrumentos más utilizados para recolectar datos cuantitativos de diferentes grupos de sujetos. Siguiendo a Hernández *et al.* (2006) y a Kumar (2005), nuestro **cuestionario es descriptivo y explicativo**: por una parte, persigue describir qué ven y cómo lo ven los espectadores NVE; pero a su vez, por otra parte, el objetivo del cuestionario es intentar explicar el grado de conocimiento de los receptores en función de las variables de análisis.

Además, se trata de un cuestionario **autoadministrado**: no existen intermediarios, es decir, el cuestionario se entrega directamente a los participantes y estos lo rellenan. En este caso, debemos, sin embargo, distinguir dos contextos:

En un caso, se procedió al contexto grupal. Para el grupo de edad de 65 años en adelante español, observamos dificultades a la hora de rellenar el cuestionario en línea, ya que es una tecnología reciente y desconocida para muchos de ellos (Hernández *et al.*, 2006: 334). Por eso, se citó a un grupo de personas matriculadas en las clases de la Nau Gran<sup>73</sup> y se les facilitó el cuestionario en papel. Después de presentar el cuestionario (explicar la finalidad, las instrucciones para rellenarlo, etc.), los participantes voluntarios visionaban los clips en el aula habilitada con un proyector y contestaban las preguntas a medida que los vídeos

---

<sup>73</sup> La Nau Gran es un programa de la Universitat de València dirigido a mayores de 55 años que acceden a las aulas aunque sin la expedición de un título oficial, lo que les permite compartir las aulas y las materias con el resto de estudiantes que cursan las titulaciones regladas. Así los estudiantes de la Nau Gran pertenecen al entorno universitario real, participando activamente de los conocimientos, la cultura, la investigación y el debate.

finalizaban. Este método nos permitió reunir 40 respuestas en una hora; eso sí, fue necesario registrar las respuestas en línea para su posterior codificación. Al ser personas mayores, la presencia de la investigadora fue esencial para contestar a las dudas que surgieron aunque, hemos de decir, fueron cuestiones que no versaban sobre la comprensión de las preguntas.

Por otra parte, para el resto de la muestra, se procedió al envío por correo electrónico, en el que se incluía un enlace hacia la página web que hospedaba el cuestionario. La herramienta *googledocs* permite la inclusión de vídeos en el cuestionario, integrándolos en las preguntas. A pesar del arduo trabajo que supuso el recorte y subida de vídeos al canal *youtube* para su inclusión en el cuestionario final, lo cierto es que el cuestionario diseñado así presentaba numerosas ventajas:

- Es un diseño económico, puesto que no se imprimía papel ni se producía ningún coste para la investigadora<sup>74</sup>.
- Permite llegar a una gran cantidad de gente de todas las edades y niveles formativos. Es suficiente con que dispongan de un correo electrónico para poder rellenar el cuestionario.
- El participante recibía el cuestionario en su correo electrónico, en el que se le indicaba el tiempo estimado requerido para rellenarlo. Podía, pues, completarlo cuándo y dónde considerara más oportuno.
- El tratamiento de los datos es anónimo y confidencial.

---

<sup>74</sup> La plataforma *google docs* es gratuita y de libre acceso. Únicamente es necesario disponer de una cuenta de correo electrónico Gmail.

- El considerable ahorro de tiempo. Es muy probable que si los participantes hubiesen tenido que desplazarse en un día determinado a un lugar concreto para rellenar el cuestionario en línea, la participación hubiese sido considerablemente más baja.
- La obtención de los datos era prácticamente automática.
- El control de las respuestas también era automático, por lo que la investigadora estaba al corriente de la cantidad de respuestas necesarias en cada momento. Esto permitía el envío masivo de correos electrónicos regularmente, en función de las necesidades.

La tasa de respuesta fue relativamente alta: se obtuvieron 203 respuestas en el plazo de un mes. Para ello, seguimos algunos de los consejos de Cook, Heath y Thompson (2000, 2001) para obtener una mayor tasa de respuesta: en primer lugar, se contactó con los posibles participantes antes del envío; se mantuvo una vinculación personalizada con los interlocutores válidos (personas que tenían acceso a grupos dispares de potenciales participantes) y se realizó un seguimiento persistente de los casos en que no había respuesta, contactando con ellos por correo electrónico.

Sin embargo, uno de los inconvenientes con los que no contamos al diseñar el cuestionario fue que la ventana del clip del vídeo resultaba pequeña para algunos participantes, por lo que uno de los referentes seleccionados no se veía correctamente (ver Estudio piloto, apartado 5.1.1.2.). Tampoco contábamos con que *youtube* nos bloquearía determinados vídeos por infracción de derechos de autor.

Por último, se trata de un **cuestionario transversal**: la encuesta no persigue detectar posibles cambios en la recepción de referentes culturales a lo largo del tiempo<sup>75</sup>, sino analizar una situación en un determinado momento. El test estuvo en línea durante un periodo determinado y limitado en el tiempo (un mes), transcurrido el cual se cerró a posibles respuestas.

#### 3.3.3.2.1.5 Elaboración del cuestionario.

Con el fin de describir la muestra desde un punto de vista sociodemográfico, incluimos preguntas generales para, posteriormente, hacer un análisis diferenciado de las respuestas. En nuestro caso, incluimos sexo, edad, nivel de formación y nacionalidad.

En cuanto a la elección del tipo de preguntas, según Hernández *et al.* (2006: 310), existen básicamente dos tipos de preguntas que se pueden formular en una encuesta: cerradas y abiertas. El empleo de una u otra depende del tipo de estudio que llevemos a cabo y de las necesidades y problemas que plantea cada investigación.

Como sabemos, al plantear preguntas cerradas, las categorías de respuesta se han delimitado previamente, ofreciéndole al encuestado las posibles respuestas a elegir. Pueden ser o bien dicotómicas (dos alternativas de respuesta) o bien ofrecer varias alternativas de respuesta. A pesar de que requieren más tiempo de preparación, ya que hay que pensar en las preguntas y eventuales respuestas,

---

<sup>75</sup> Estimamos que sería interesante plantear estudios experimentales longitudinales para comprobar la caducidad o no de las AD respecto a determinados referentes culturales.

presentan numerosas ventajas. Entre ellas destacan que son más fáciles de codificar y presentar para su análisis posterior, así como que requieren menos esfuerzo por parte de los participantes en el experimento, puesto que se limitan a seleccionar la alternativa que mejor se ajusta a su respuesta. Esto hace que el tiempo invertido sea menor y además, si se envía por correo electrónico, la tasa de respuesta es mayor. (Hernández *et al.*, 2006: 315). Además, se reduce la ambigüedad de las respuestas y se favorece las comparaciones entre las mismas (Vinuesa, 2005). Sin embargo, la principal desventaja radica en la limitación de las respuestas. No es infrecuente que las categorías ofrecidas a los participantes no se ajusten exactamente a su respuesta. Asimismo, para plantear alternativas de respuesta, es necesario que el investigador anticipe las eventuales alternativas de respuesta y que se asegure, antes de iniciar las preguntas, de que los participantes entienden todas las categorías de respuesta.

Por otra parte, en las preguntas abiertas, el investigador no ofrece alternativas de respuesta por lo que, en teoría, las posibles categorías de respuesta son infinitas. Esto permite respuestas más amplias y con las propias palabras del encuestado pero, como decimos, las categorías de respuestas pueden ser muy numerosas. Este tipo de pregunta es especialmente útil cuando el investigador no tiene información sobre las posibles respuestas de las personas o cuando esta información es insuficiente. La principal desventaja es que son difíciles de codificar y preparar para su análisis. También pueden presentar sesgos importantes, por ejemplo, si los participantes tienen dificultades para expresarse de forma oral o escrita, puede que sus respuestas no tengan la precisión requerida o incluso induzcan a confusión.



Asimismo, otra importante desventaja es que requieren de más tiempo y de más esfuerzo por parte de los participantes, por lo que la tasa de respuesta sea notablemente más baja.

Sin embargo, las preguntas abiertas resultan muy útiles cuando el investigador no quiere influir en las posibles respuestas o se pretende profundizar en una opinión o motivo de comportamiento. A pesar de las dificultades a la hora de codificar los resultados, estos poseen una riqueza que obliga a un examen detallado y minucioso para captar todos los matices de las respuestas.

En el ER1, nuestro objetivo era conocer el grado de conocimiento de los referentes culturales icónicos por parte de los participantes, por lo que optamos por preguntas abiertas (aunque en alguna ocasión incluíamos preguntas dicotómicas) ya que no queríamos influir en las respuestas de los participantes y pretendíamos analizar, en la medida de lo posible, los matices de las respuestas ofrecidas.

### 3.3.3.3 Diseño del Estudio de recepción en espectadores ciegos o con baja visión españoles y británicos (ER2)

#### 3.3.3.3.1 Fases

Por otra parte, para el ER2, fue necesario crear el Corpus ER2. El ER2 está compuesto por los clips del Corpus ER1 pero con AD en español. Para su tratamiento, en un primer momento, se procedió a la traducción de las AD en inglés al español. Una vez traducidos los clips, se grabaron las pistas de audio por parte de actores aficionados.

Las fases en las que se desarrolla el ER2 son las siguientes:

Estudio de Recepción 2 (ER2)	1.	Traducción de las ADI al español
	2.	Locución y grabación de las AD
	3.	Inclusión de la pista de AD en los clips (Creación del ER2)
	4.	Elaboración de encuestas
	5.	Traducción de encuestas
	6.	Selección de participantes CBVE
	7.	Estudio piloto
	8.	Cumplimentación de encuestas: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Variables de control</li> <li>▪ Visionado de los clips con ADE</li> <li>▪ Cumplimentación de respuestas por cada clip</li> </ul>
	9.	Recopilación de datos
	10.	Análisis estadístico, interpretativo y comparativo

Tabla 12. Resumen de las fases del ER2

En un primer momento, se pensó en grabar únicamente las pistas de audio de las AD de las que no disponíamos, es decir, las traducciones. Sin embargo, para evitar que los usuarios manifestaran preferencias en función de las voces que locutaban las AD, se optó por grabar todas las pistas de AD, tanto las traducidas como las ya existentes. Asimismo, y dado que el objetivo del ER2 es establecer las preferencias sobre las AD (en la versión inglesa o en española) se decidió exponer a todos los participantes a todos los clips en sus dos versiones. Por tanto, el usuario debía visionar 20 clips distintos para manifestar su preferencia, cada uno dos veces. Eso hacía un total de 40 clips, lo que alargaba considerablemente la duración del experimento. Éramos conscientes del cansancio que podía producir la duración. No obstante, en el estudio piloto que se realizó con carácter previo, los participantes no mostraron fatiga o desconcentración. No obstante,

optamos por hacer una breve pausa de 20 minutos después del visionado del vídeo de clip nº 12.

ER2	Ciegos o Baja visión Españoles (CBVE)	20 Clips (Corpus ER1 español) en VD sin AD	20 clips ADE
			20 clips ADIT

Tabla 13. Grupos de participantes en ER2 y clips a los que se expusieron

### 3.3.3.3.2 Corpus ER2

Lo primero que hicimos fue traducir todas las AD de los clips del Corpus ER1 en los respectivos idiomas. Teniendo en cuenta que nuestro objetivo era determinar cuáles eran las preferencias de los usuarios respecto a las versiones inglesa o española de AD, era necesario exponer a los participantes a las versiones en un mismo idioma. Todas las traducciones se encuentran en el Anexo nº 7. En la tabla nº 14 se muestra el procedimiento de traducción de los diferentes clips.

Nº de clip	Nº ref	ADI	ADIT	ADE	ADET
1	SM11	The teacher sees Salim and Jamal. "Thank you for gracing us all with your presence, Porthos". He throws a <b>book</b> at them and says:	El maestro ve a Salim y Jamal [...]. Les tira un libro.	La madre lleva a los niños a la escuela donde el maestro enseña al resto de alumnos <b>el libro <i>Los tres mosqueteros</i> de Alejandro Dumas.</b> (08:56) El maestro les golpea en la cabeza con <b>el libro</b>	Mother takes the boys to school, where the teacher teaches the rest of the pupils the book <b>The three musketeers by Alexandre Dumas.</b> "Thank you for gracing us all with your

		“Well, open it, Salim” (...) (08:58) “Stop doing that and open <b>the book</b> , Jamal! Athos!”		<b>de Los tres mosqueteros.</b>	presence, Porthos”. The teacher hits them on the head with the book The three musketeers.
--	--	---	--	---------------------------------	---

Tabla 14. Ejemplo de traducción de AD de un referente cultural

Las traducciones fueron revisadas por traductores profesionales. Una vez traducidas y revisadas todas las AD, se procedió a grabar y a incluir las AD en los vídeos que conforman el Corpus ER1, dando lugar al Corpus ER2. Para la grabación, se utilizó el programa *Audacity*, que permite regular el sonido mediante el micrófono y exportar los audios en formato mp3 o mp4. En cuanto a la inclusión de las grabaciones, se utilizó el software de edición de vídeo *Pinnacle Studio*, y se insertaron las pistas de AD grabadas en los espacios de silencio que ofrecían los clips de vídeo. En cuanto a las voces, decidimos optar por voces femeninas o masculinas, en función de su presencia en la versión original de AD, de forma que la preferencia por una u otra versión de AD por parte del encuestado no se viera influida por el cambio de género en la voz.

En este caso, la conformación de las voces se incluye en la Tabla nº 15:

Nº de clip	Nº de referente	Voz ADI	Voz ADIT	Voz ADE	Voz ADET
1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 y 8	SM11, SM10, SM12, SM1 SM13, SM2, SM16, SM8	Masculina	Masculina	Masculina	Masculina
9, 10 y 11	PMS1, PMS5, PMS9	Masculina	Masculina	Femenina	Femenina
12, 13, 14, 15,	MG9, MG28, MG13, MG10/11,	Masculina	Masculina	Femenina	Femenina

16, 17, 18 y 19	MG15, MG24, MG16, MG23				
20	JN2	Masculina	Masculina	Femenina	Femenina

Tabla 15. Relación de voces masculinas y femeninas para las ADE, ADI, ADET y ADIT.

En algunos casos, se retocó el sonido de la banda sonora original para que formara junto con la AD insertada un todo homogéneo. Todos los clips que conforman el Corpus ER2 se encuentran en el Anexo nº 8. Con el fin de comprobar la validez del experimento, realizamos el Estudio piloto tal y como se describe en el apartado 5.2.1.2.

### 3.3.3.3 Muestra. Selección de participantes CBVE

Conseguir una muestra significativa de participantes voluntarios con ceguera o baja visión que quiera colaborar de forma desinteresada en un estudio como éste es difícil, tal y como han señalado otros investigadores (Ramos, 2013; Cabeza Cáceres, 2013, Fresno, 2014).

A pesar de las desventajas que presenta, una muestra no probabilística como la que se presenta en esta investigación resulta especialmente útil en estudios que no requieren de “una representatividad de elementos de una población, sino de una cuidadosa y controlada elección de sujetos con ciertas características especificadas previamente en el planteamiento del problema” (Hernández *et al.*, 2006: 262). Entre los distintos tipos de muestras no probabilísticas o dirigidas (de participantes voluntarios, de expertos, de caso-tipos o por cuotas), nuestras muestras son de sujetos voluntarios (ibíd., 2006: 562-567).

Para la selección de los participantes en este experimento, contactamos con la delegación de la Comunidad Valenciana de la ONCE (Organización Nacional de Ciegos de España), con la Asociación Retina Comunidad Valenciana, con el Servicio de Atención a la Discapacidad de la Universitat de València, con el Servicio de Oftalmología del Hospital Universitario Doctor Peset de Valencia y con personas de nuestro entorno más directo. Para la segunda fase experimental, se siguieron los mismos criterios de inclusión y exclusión que para los NVE, aunque esta vez, lógicamente, era indispensable que los usuarios padecieran ceguera o algún tipo de baja visión.

	CBVE
Criterios de inclusión	Mujeres y hombres de todas las edades
	Nacionalidad: española
	Lengua materna: español o valenciano
	Padecer algún tipo de ceguera o deficiencia visual
Criterios de exclusión	Ser de nacionalidad distinta de la española
	Tener algún tipo de discapacidad sensorial o cognitiva añadida

Tabla 16: Criterios de inclusión y exclusión de CDVE

Para el experimento, tuvimos la suerte de contar con la colaboración activa y desinteresada en la Asociación Retina Comunidad Valenciana, que nos cedió sus

instalaciones para llevar a cabo el experimento en Valencia y que nos ayudó a seleccionar a los participantes entre sus socios. También con la colaboración de la Delegación Territorial de la ONCE de Valencia, que también nos cedió sus instalaciones y que difundieron nuestro estudio entre sus afiliados. Finalmente, conseguimos reunir una muestra de 35 sujetos voluntarios.

#### **3.3.3.3.4 Instrumentos de análisis**

##### 3.3.3.3.4.1 Cuestionario

Con carácter previo al visionado, se presentó un cuestionario general<sup>76</sup> para los participantes. En este caso, se asignó un cuestionario en papel a cada uno de los participantes, que rellenaba la investigadora o los colaboradores que ayudaron en la investigación en base a las respuestas de los respondientes al finalizar cada par de vídeos de clips. El cuestionario se diseñó también en *googledocs* de forma que obtuviéramos el tratamiento de datos de forma automática, aunque el ER2 no consiste en un estudio cualitativo, pero dada la muestra que finalmente obtuvimos, consideramos interesante poder sacar conclusiones también cuantitativas.

En cuanto al tipo de preguntas por las que optamos, en este caso nos decantamos por preguntas cerradas, cuyas ventajas e inconvenientes se han expuesto en el apartado 3.3.3.2.4.1. No obstante, el cuestionario era en realidad la base de la entrevista que manteníamos con el usuario, que expresaba sus

---

<sup>76</sup> En cuanto a las características del diseño del cuestionario, se siguieron los criterios expuestos en el apartado 5.1.1.1, 5.1.1.2 y 5.1.1.3.

preferencias y las razones por las que elegía una u otra opción como consideraba oportuno.

#### 3.3.3.3.4.2 La entrevista

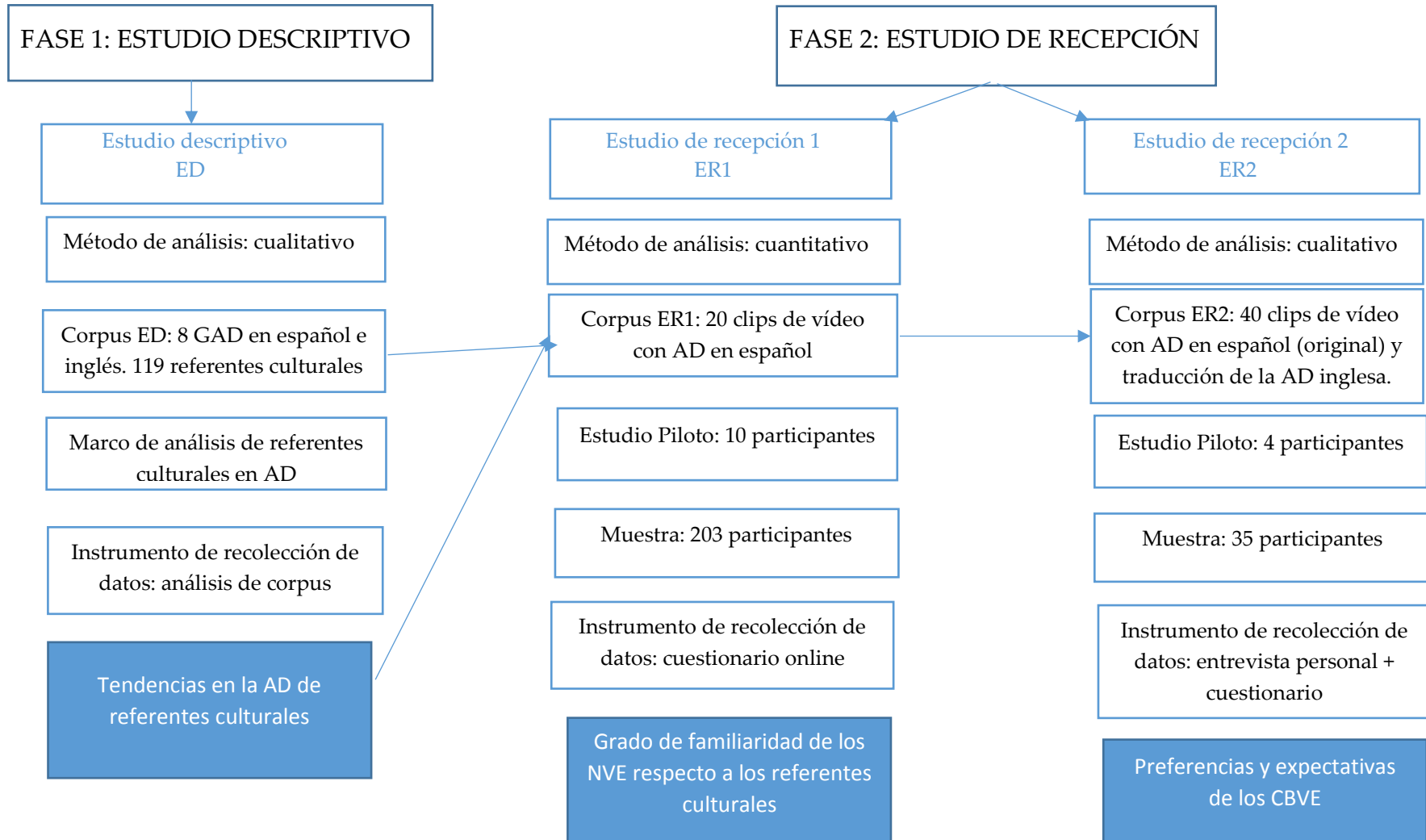
La entrevista consiste en una reunión para intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y los entrevistados (Hernández et al, 2006: 597). En este caso, optamos por entrevistas abiertas, que permitían a los entrevistados expresarse con toda libertad, aunque partíamos de unas preguntas concretas y previamente determinadas por el clip que acababan de visionar. El punto de partida siempre era el mismo: ¿Cuál de las dos versiones has preferido? Y después se dejaba a los participantes justificar su respuesta. Tampoco se obligaba a ello, pero la mayoría sentía la necesidad de explicarse o dar su opinión concreta sobre lo que acababan de ver. Así, Creswell (2005) indica que en los estudios cualitativos, las entrevistas deben ser abiertas, sin categorías preestablecidas para permitir que los participantes expresen sus experiencias de la mejor manera y sin ser influidos por la perspectiva del investigador o de otros estudios. De hecho, hasta el final del experimento, no se informaba a los participantes que había versionado dos versiones comercializadas de AD, y que una de ellas provenía de Reino Unido. Ciertamente es que una de las mayores desventajas de la entrevista abierta es la obtención de información “permeada” por los puntos de vista del participante, pero eso es precisamente lo que perseguíamos. Además, es necesario señalar que, a pesar de que las entrevistas se hicieron en grupos pequeños (máximo de 6



participantes), lo cierto es que los participantes no se “contaminaron” en las respuestas, sino que al contrario, cada uno discutía y defendía su punto de vista, por lo que los tests con varios participantes fueron muy enriquecedores.

Para concluir este capítulo, introducimos un esquema con las fases esenciales de cada estudio, el método de análisis, los instrumentos utilizados y el número de participantes:

## ANÁLISIS DE REFERENTES CULTURALES EN AD



## 4 Capítulo 4. Estudio descriptivo. Análisis de referentes culturales en AD

*La hierba es más verde cuando es descrita que cuando es observada.*

Fernando Pessoa.

### 4.1 Marco de análisis del ED

#### 4.1.1 *Objetivos e hipótesis del ED*

En este capítulo, abordamos el estudio descriptivo (ED) cuya finalidad es analizar y evaluar desde un punto de vista cualitativo el elemento cultural presente en la AD de películas en dos lenguas y para dos audiencias meta distintas. Para ello, se determinan los siguientes objetivos secundarios:

- O1<sub>ED</sub>: Establecer una metodología de análisis sobre referentes culturales y técnicas de traducción empleadas para describirlos en dos lenguas y para dos culturas meta diferentes.
- O2<sub>ED</sub>: Analizar la AD de los referentes culturales que aparecen en un mismo texto fílmico en la AD en español y en inglés, con el fin

de detectar posibles tendencias en la elección de las técnicas de AD de los mismos.

- O3<sub>ED</sub>: Establecer conclusiones sobre las técnicas empleadas por los distintos descriptores.

Las hipótesis de las que partimos son las siguientes:

- H1<sub>ED</sub>: En función de la ubicación geográfica, lingüística y cultural del descriptor, este elegirá técnicas de traducción distintas para audiodescribir referentes culturales presentes en un filme.
- H2<sub>ED</sub>: Cuanto menor sea el grado de familiaridad y el conocimiento de un referente cultural por parte de la audiencia meta, mayor será la intervención del descriptor, empleando técnicas de traducción más complejas.

Entendemos que antes de abordar el análisis de nuestro corpus, es necesario ofrecer un marco teórico sobre el que se basa nuestro ED. A continuación, repasaremos brevemente el concepto de referente cultural que manejaremos a lo largo del presente estudio, así como la clasificación que utilizaremos en nuestro análisis y las técnicas de traducción que hemos identificado y que son de aplicación en AD.

#### 4.1.2 Marco teórico.

##### 4.1.2.1 Referentes culturales

El elemento cultural ha suscitado un interés investigador en los Estudios sobre Traducción desde siempre, y de ello da cuenta la diversidad de denominaciones que se vienen empleando para referirse al tema tratado en este punto, recogida, entre otros, por Hurtado Albir (2001: 608 y ss.). A continuación, indicamos solo algunas de ellas como muestra de la variedad terminológica existente:

- *Palabra cultural (cultural words)*: Peter Newmark (1988)
- *Realia*: Vlahov y Florin (1970), Bödeker y Frese (1987), Koller (1992)
- *Culturema*: Hans Vermeer (1983), Christiane Nord (1994, 1997), Amparo Hurtado (2001) y Lucía Molina (2001)
- *Elemento específico de una cultura (culture-specific item [CSI])*: Javier Franco (1996)
- *Elemento vinculado a una cultura (culture-bound elements)*: Christiane Nord (1994) y Birgit Nedergaard-Larsen (1993)
- *Fenómeno específico de una cultura*: Christiane Nord (1994)
- *Marca cultural*: sinónimo de referente cultural usado por Assumpta Forteza (2005)
- *Marcador cultural (cultural markers)*: Christiane Nord (1994) y Roberto Mayoral (1994)
- *Referencia cultural*: Roberto Mayoral (1994) y Mangiron (2006); sinónimo de *referente cultural* usado por Forteza (2005)

- *Referente cultural*: Santamaria (1999, 2001, 2010), Lucía Molina (2001), Marco (2002, 2004) y Assumpta Forteza (2005)
- *Término cultural (cultural term)*: Peter Newmark (1988)
- *Extralinguistic Culture-bound reference* (Pedersen, 2005, 2009, 2011)

A esta diversidad terminológica le sigue una variedad de definiciones y acercamientos distintos entre ellos. Así, Mayoral ofrece una definición de *marcadores culturales* como elementos que sirven para acentuar la expresividad de un texto de ficción:

Los marcadores espaciotemporales o culturales sirven para dar mayor colorido y expresividad a una historia (una localización en el Chicago de los años veinte de una historia de policías y ladrones) o son elementos relevantes del significado (la Alemania prenatal en la película *Cabaret*) o ambas cosas al mismo tiempo. (Mayoral 1994: 87)

Por otra parte, Santamaria (2001) maneja una definición particular de referente cultural: partiendo del estudio de *referentes culturales* en subtitulación, la autora incide en que estos contribuyen a la caracterización de los personajes de ficción, y definen su pertenencia a un determinado grupo social. Para ella, un referente cultural es un “objecte creat dins d’una cultura determinada amb un capital cultural distintiu, intrínsec en el conjunt de la societat, capaç de modificar el valor expressiu que atorguem als individus que hi estan relacionats” (Santamaria, 2001: 13). No obstante, esta finalidad solo se cumple si los responsables de la obra cinematográfica prevén que los espectadores podrán inferir esa información contenida en los referentes culturales. Por tanto, en el estudio de Santamaria no se considera referente cultural únicamente aquello que se reporta a una cultura

específica, es decir, que solo podemos encontrar en la cultura origen, sino que puede tratarse de un referente que exista a la vez en la cultura origen y meta. Lo que hace que la autora lo incluya en su estudio es que contribuye a establecer una relación entre el personaje y su valor social, lo caracteriza, y su correcta traducción es fundamental para que el espectador pueda percibir al personaje de la misma forma en que lo percibe el espectador de la versión original.

La autora extrae dos conclusiones interesantes que estimamos podrían ser extrapolables a nuestro estudio sobre AD (2001: 245-246):

- Cuanto más numerosa es la importación de elementos extranjerizantes, más aumenta el conocimiento general en la lengua meta de las características propias de la cultura original.
- Dada la integración de la traducción en los conocimientos previos del espectador, la distancia cultural entre dos culturas relacionadas por la traducción, disminuye. De esa forma, se facilita la entrada de nuevos conocimientos ajenos.

Por otra parte, algunos autores entienden que los referentes culturales son generadores de conflicto entre las lenguas y las culturas origen y meta. De esta forma, no existirían referentes culturales *per se*, sino que, como consecuencia del contexto textual concreto de la traducción, surgirían esas dificultades de traducción a lo largo del propio proceso. En esta aproximación se encontrarían Vermeer o Nord. Así Nord citando a Vermeer (1997: 34) habla de *culturema* y lo define como “a phenomenon of a culture X that is regarded as relevant by members of this culture and, when compared with corresponding social

phenomenon in a culture Y, is found to be specific to culture X". Por tanto, parece que Nord apela a la comparación de fenómenos culturales para identificarlos como pertenecientes o no a una cultura determinada.

Por su parte, Rosa Agost (1999: 99) define estos elementos culturales como:

Lugares específicos de alguna ciudad o de algún país; aspectos relacionados con la historia, con el arte y con las costumbres de una sociedad y de una época determinada (canciones, literatura, conceptos estéticos); personajes muy conocidos, la mitología, la gastronomía, las instituciones, las unidades monetarias, de peso y medida; etc. Es decir, todos los elementos que hacen que una sociedad se diferencie de otra, que cada cultura tenga su idiosincrasia.

Y por último, Pedersen (2011: 43) habla de *Extralinguistic Culture-bound Reference* (ECR) y la define como una

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

Como vemos, de forma general, un referente cultural sería todo aquello que caracteriza a una sociedad, a una cultura determinada, y que se asocia automáticamente con la misma. Pero es evidente que es necesario tener en cuenta el punto de vista del traductor, es decir, dónde se encuentra situado y quién va a ser su audiencia meta. Tal y como afirma Igareda, la literatura y los medios de comunicación son exportadores de cultura en un momento y en un lugar determinados, por lo que la traducción de esos elementos culturales puede



contribuir, o al contrario, entorpecer el entendimiento intercultural (2011: 14). Entendemos que el cine también contribuye a exportar e importar cultura; es más, tal y como manifiesta Díaz Cintas (1997: 329), nadie puede negar el influjo de las producciones estadounidenses en nuestra cultura, por lo que no solo conocemos referencias culturales americanas gracias al cine y a la televisión, sino que además a veces incluso adoptamos costumbres (como Halloween o actos de graduación), bailes (después del estreno de *Slumdog millionaire*, las academias de baile empezaron a ofertar clases de Bollywood), o imitamos estilos de vida (la aparición en pantalla del teléfono en forma de hamburguesa de Juno provocó una avalancha de demandas del mismo, llevando a numerosas empresas a importar el teléfono-hamburguesa de China, lugar donde se fabricaba) que vemos en películas y series. Estaríamos ante lo que Fuentes denomina *permeabilidad estereotípica*, es decir, el nivel de disposición o actitud social de receptividad de los receptores (espectadores) hacia la progresiva disolución o asimilación de marcadores estereotípicos socioculturales (2000: 47).

En el presente trabajo emplearemos indistintamente “referente”, “referencia” o “elemento cultural” y seguiremos la definición proporcionada por Mangiron que consideramos es la que mejor se ajusta a los objetivos del presente estudio: “Elements discursius presents en un text que al·ludeixen a una cultura determinada i aporten significat, expressivitat o color local (o una combinació de tots ells)” (Mangiron, 2006: 63).

Y de la misma forma que existe una gran variedad terminológica, también existe una diversidad en las taxonomías de referentes culturales<sup>77</sup>. Como ya hemos señalado, el objetivo del ED es determinar las diferencias en las técnicas adoptadas, pero no es nuestra intención llevar a cabo una clasificación exhaustiva de los referentes culturales icónicos que aparecen en nuestro corpus, por lo que adoptaremos la clasificación más genérica pero igualmente válida de Díaz Cintas y Remael descrita para subtitulación (2007: 201), que distinguen tres grandes bloques en su clasificación: referentes geográficos, etnográficos y sociopolíticos, divididos a su vez en distintas subcategorías.

- 1) Geographical references: objects from physical geography, geographical objects, endemic animal and plant species;
- 2) Ethnographic references: objects from daily life, references to work, references to art and culture, measures, references to descent, measures;
- 3) Socio-political references: references to administrative or territorial units, references to institutions and functions, references to socio-cultural life, references to military institutions and objects.

#### 4.1.3 *Referentes culturales, AD y técnicas de traducción*

Como ya hemos indicado, la accesibilidad y, en particular, la AD, ha despertado recientemente el interés académico, social e investigador en las últimas décadas (ver apartado 1.3.2.). Sin embargo, no son muchos los trabajos que han abordado directamente la AD de referentes culturales, aunque sí tangencialmente. Al respecto, los ya mencionados trabajos de Bourne y Jiménez

---

<sup>77</sup> Sirvan a modo de ejemplo, las taxonomías propuestas por Newmark, 1988; Nedergaard-Larsen, 1993; Santamaria, 2001; Molina, 2006; Mangiron, 2006; Igareda, 2011.

Hurtado (2007), Sanderson (2011) o Arma (2012) presentan sendos estudios comparativos de diferentes versiones de AD de una misma película, que llegaron a conclusiones interesantes e inspiradoras de este trabajo; quizá la principal es el concepto de *extrañamiento* (Sanderson, 2011) que ya hemos mencionado, y de cómo en función de la distancia cultural, y no solo de la lengua en la que se describe, las AD presentan diferencias notables. Por otra parte, el trabajo de Matamala y Rami (2009) demuestra, entre otras cuestiones, que las técnicas de traducción definidas por Molina y Hurtado (2002) para la traducción interlingüística son aplicables a la AD, algo que nos disponemos a hacer en el presente estudio.

Más recientemente Maszerowska y Mangiron (2014) realizan una interesante propuesta para la AD de referentes culturales en *Inglourious Basterds* de Tarantino (2009), aplicando las estrategias descritas por Pedersen (2009, 2011), lo mismo que Szarkowska y Jankowska (2015) en un estudio de recepción llevado a cabo en Polonia en el que abordan, entre otros, la AD de referentes culturales.

Para el presente trabajo emplearemos “técnica de traducción” para referirnos a “un procedimiento verbal concreto, visible en el resultado de la traducción, para conseguir equivalencias traductoras” (Hurtado Albir, 2001: 257-258). Afirma la autora que las técnicas de traducción constituyen una herramienta útil “como instrumento de análisis para la descripción y comparación de traducciones” (*ibíd.*), algo que nos proponemos hacer en el presente estudio.

Las características principales de las técnicas de traducción son las siguientes:

- afectan al resultado de la traducción
- se catalogan en comparación con el original
- se refieren a microunidades textuales

- tiene un carácter discursivo y contextual

- son funcionales

Son diversas y múltiples las clasificaciones de técnicas (también denominadas *estrategias* por algunos autores) de traducción en general, y de referentes culturales en particular. Una de las primeras es la clasificación de Vinay y Darbelnet (1958: 47-54) o Newmark (1988: 103) que distingue entre la transferencia, la búsqueda de un equivalente cultural, el uso de la neutralización, la traducción literal, la etiqueta, la explicitación, la omisión, la combinación de dos (o más) técnicas, la traducción estándar aceptada, paráfrasis, glosa, notas, etc., y el hiperónimo. Por su parte, Agost distingue cuatro técnicas (1999: 100-101): la adaptación cultural, la traducción explicativa, la supresión de los elementos problemáticos y la no traducción.

Corteza (2005: 192-193) basándose en Marco (2002) y Newmark (1988), reduce el número de técnicas, con el fin de adecuarlo al estudio de los referentes culturales: la transferencia, la naturalización, la traducción literal o calco, la neutralización o explicación del referente cultural, la adición de información, el equivalente cultural y la omisión.

Finalmente, Molina (2006: 100-104) distingue entre adaptación, ampliación lingüística, amplificación, calco, compensación, comprensión lingüística, creación discursiva, descripción, equivalente acuñado, generalización, modulación, particularización, préstamo, reducción, substitución, traducción literal, transposición y variación. Afirma la autora que las técnicas se utilizan dependiendo del género al que pertenece el texto, pero también del tipo de traducción, de la modalidad, de la finalidad y de las características del destinatario y del método elegido.

Pedersen, por su parte, basándose en Leppihalme (1994, 1997) y Nedergaard Larsen (1993), distingue siete técnicas observadas en la subtitulación de referentes culturales para una audiencia sueca: “Retention, Specification, Direct Translation, Generalization, Substitution, Omission or the use of an Official Equivalent” (2005: 3-9), y apunta que la taxonomía propuesta puede fácilmente adaptarse a otras modalidades de traducción, algo que nos proponemos hacer para la AD.

## 4.2 Metodología del ED

### 4.2.1 Identificación y clasificación de referentes culturales

Como ya se ha indicado anteriormente, para abordar este ED, se decidió adoptar una metodología descriptiva, cuya finalidad principal es describir la realidad tal y como es, recogiendo y ordenando datos, pero huyendo del prescriptivismo<sup>78</sup>. La finalidad última es deducir de la realidad observada, *normas* o *tendencias*<sup>79</sup> en la AD de referentes culturales en Reino Unido y en España. Al respecto, y tal y como señalan Chaume y García de Toro (2010: 66):

Els EDT han aconseguit que una traducció s'estudie com a tal, com a fet cultural, com a producte d'una cultura determinada. I que les solucions de traducció concretes, ens agraden més o menys, les entenguem com la punta d'un iceberg que representa la cultura meta, com a manifestacions de la manera de sentir, de pensar, d'escriure, de comunicar, d'una cultura determinada, que a voltes s'assemblen a les

---

<sup>78</sup> Díaz Cintas (2005: 17) señala lo contradictorio de evitar el prescriptivismo en una disciplina como la subtitulación, que por su propia naturaleza presenta cierto carácter prescriptivo. Entendemos que la misma crítica sería aplicable a la AD que, como sabemos, viene condicionada por normas y estándares diversos (ver apartado 1.3).

<sup>79</sup> Para la distinción teórica entre estos dos conceptos, véase Martínez Sierra (2004, 2010).

de la cultura origen, i a voltes no, però que ja no poden ser sancionades com a bones o dolentes sense entendre quins són els valors culturals, les normes tàcites o explícites, les maneres de fer de la cultura que allotja i dóna lloc a la traducció.

Una de las críticas al modelo descriptivo, y que hacemos nuestra, es la imposibilidad de señalar errores de traducción o indicar cuáles podrían ser otras posibles soluciones alternativas a una opción fallida del traductor. Como bien señala Martínez Sierra (2011: 153) “¿Puede avanzar la disciplina audiovisual sin voces que, además de describir qué ocurre (práctica actualmente extendida), indiquen qué hay que hacer para mejorar aquello que se describe?” Entendemos que un estudio como el que presentamos puede arrojar cierta luz a esta cuestión fundamental: un estudio comparativo como el presente permite afirmar que, efectivamente, debe haber un error en la AD cuando un elemento se ha descrito de dos formas diametralmente opuestas. Por ejemplo, en el referente SM14, el descriptor británico ha visto que Jamal, el protagonista de *Slumdog millionaire*, bebe té con leche, mientras que el descriptor español ha descrito café. Parece bastante obvio que las dos AD son incompatibles, por lo que no pueden ser correctas: existe un error en una de ellas, probablemente en la española, ya que culturalmente en la India la bebida más común es el té. Asimismo, en determinadas ocasiones, entendemos que el investigador puede afirmar que se han infringido las respectivas normas sobre AD que rigen en España y Reino Unido, e indicar cómo debería haberse hecho, en base a esas normas. Es decir, a veces es inevitable cierto prescriptivismo en este tipo de análisis. Por último, entendemos que para mejorar la realidad observada en el ED, los estudios de recepción son los que podrán corroborar o en su caso rechazar la misma, y en base a los resultados obtenidos, se podrá comprobar el grado de comprensión,

de inmersión y de disfrute, y se podrán establecer recomendaciones en aras a una AD que se ajuste a las expectativas de los receptores.

Procedimos, por tanto a la elección de los filmes que conformarían nuestro corpus, y una vez elegidos, se comenzó la ardua tarea de transcribir los ocho GAD de las cuatro películas, tanto en inglés como en español. Aunque no es el objetivo principal del presente ED, hemos realizado, en primer término, un breve análisis cuantitativo del Corpus ED, para posteriormente identificar, clasificar y analizar los referentes culturales que aparecen en los filmes. Se han identificado **ciento diecinueve referentes culturales** que se han clasificado siguiendo la propuesta de Díaz Cintas y Remael (2007: 201), que como hemos visto, distinguen tres grandes bloques en su clasificación: referentes geográficos, etnográficos y sociopolíticos, divididos a su vez en distintas subcategorías.

Para proceder a la clasificación, se han elaborado fichas de análisis, siguiendo el modelo de la tabla nº 17. En ellas, como se ve, se han indicado el número de referente precedido de las siglas de la película correspondiente (SM, JN, PMS, MG); se ha indicado la clasificación del referente (geográfico, etnográfico y sociopolítico) y sus subcategorías, así como el tipo de referente (imagen, sonido, verbalización por parte de uno de los personajes). A continuación se ha indicado el referente de que se trata y se ha transcrito la AD en inglés y en español (ADI y ADE respectivamente); posteriormente, se ha determinado la técnica que se ha empleado en cada caso, técnica ADI o técnica ADE, dependiendo de la versión. A continuación, se ha facilitado una breve explicación contextual así como el interés que dicho referente presenta para el análisis.

Nº de referente	
Clasificación	
Tipo	
Referente	
Película	
ADI	
Técnica ADI	
ADE	
Técnica ADE	

Tabla 17. Modelo de ficha de análisis de referentes culturales en AD

Para determinar las técnicas de traducción empleadas para describir los referentes culturales de nuestro corpus, nos hemos basado en las descritas por Pedersen (2005, 2011) para subtitulación, algo que también hacen las autoras polacas Szarkowska y Jankowska (2015: 248-258).

Partiendo de dicha taxonomía, hemos distinguido siete técnicas puras que se han empleado para describir referentes culturales: partimos de la mínima intervención del descriptor, la omisión, hasta la intervención más creativa y original, la sustitución cultural. Destacamos además que, en numerosas ocasiones, se han combinado técnicas y que, en algunos casos, el descriptor ha empleado dos e incluso tres técnicas para describir un solo referente cultural.



- **Omisión:** la omisión es la técnica que requiere menos intervención por parte del descriptor; consiste en dejar un referente cultural sin describir. La ausencia de AD puede venir justificada por falta de huecos de silencio (esto justificaría una omisión en ambas versiones, pero si en la ADI se describe un referente, en principio la ADE dispone del mismo tiempo para hacerlo, por lo que la omisión podría venir condicionada por otros motivos o no estar justificada), por la reiteración de esa información de forma verbal en la lista de diálogos (que un personaje verbalice la presencia de ese referente, y por tanto la AD pueda resultar redundante), o porque el descriptor estime que su presencia es irrelevante para la trama. Todas estas razones harían de la omisión una técnica acertada. Sin embargo, en algunos casos, la omisión en AD puede conllevar una falta de comprensión o de disfrute por parte del receptor ciego o con deficiencia visual, así como una ausencia de color local o pérdida de significado simbólico, como veremos más adelante.
- **Particularización:** o “Retention” en la taxonomía de Pedersen (*ibíd.*). La particularización consiste en emplear la palabra exacta y más precisa posible para describir un referente cultural. Es la técnica que permite dotar al GAD de mayor colorido local, pues permite que elementos propios de la cultura origen que impera en el filme entren en el GAD. En subtitulación, esta presencia se puede hacer constar mediante el uso de comillas o de la cursiva, pero en AD, obviamente, esto no es posible, por lo que el descriptor deberá confiar en el contexto fílmico que se le ofrece, en el bagaje cultural del receptor y en el grado de conocimiento del referente que pueda tener. Es la técnica que garantiza una mayor fidelidad al texto origen, pero en contrapartida no ofrece ninguna ayuda al receptor.

En la AD de referentes culturales, hemos observado un uso recurrente de la particularización que se perfecciona mediante el uso de nombres propios de edificios, de personajes históricos o literarios, el recurso a la metonimia en numerosas ocasiones y el empleo reiterado de préstamos.

- Descripción: o “Direct Translation” (Pedersen, *ibíd.*). Consiste en la descripción objetiva del referente cultural, sin eliminar o añadir ninguna connotación subjetiva. A pesar de lo que pudiera pensarse, no es la técnica más empleada en la AD de referentes culturales.
- Generalización: consiste en emplear una palabra más general para referirse a un referente cultural. En ocasiones, se caracteriza por el empleo de hiperónimos, algo que puede conllevar, en el caso de la AD, pérdida de información, de precisión y detalle. Sin embargo, puede resultar una técnica acertada cuando el referente se encuentra muy alejado de la cultura meta y el empleo de la particularización no contribuiría a su comprensión sino que, al contrario, podría producir confusión.
- Explicitación: consiste en una ampliación de la información contenida en el sema visual. En realidad, se trata de una combinación de técnicas *per se*, puesto que se conserva el término más preciso (normalmente, un préstamo) y se añade una breve explicación de lo que se trata, información que a menudo está implícita en el texto origen y que contribuye a una mejor comprensión.
- Adición: la adición consiste en una ampliación del texto, añadiendo información sobre el referente cultural pero que, a diferencia de la explicitación, no se encuentra en el texto origen ni de forma implícita ni explícita. Es una amplificación que tiende a aportar detalles que no son relevantes para la trama y que, si bien ilustran al espectador, pueden

resultar excesivos para la finalidad de la AD, ya que pueden suponer una guía u orientación excesiva y, en ocasiones, innecesaria.

- **Sustitución cultural:** consiste en remplazar un elemento cultural propio de una cultura por otro más cercano a la cultura de recepción o con el que esta se sienta más familiarizado. No es una técnica frecuente aunque su empleo sí ha llamado la atención por su presencia tanto en las ADI como en las ADE.

#### *4.2.2 Justificación y caracterización del corpus del ED*

Una de las mayores dificultades a la hora de abordar un análisis contrastivo de AD en inglés y en español fue localizar películas que se hubieran descrito en ambos idiomas y que se hubieran comercializado con la pista de AD en ambos países. Si bien es cierto que Reino Unido es un país con larga tradición en accesibilidad (tanto en AD como en SpS), en España la situación es distinta. Como ya hemos señalado en el apartado 1.3.1., la ONCE es una de las asociaciones pioneras de la AD en Europa y cuenta con un amplio catálogo de largometrajes audiodescritos. Sin embargo, este catálogo solo se encuentra a disposición de los usuarios de la organización, siendo muy difícil acceder al mismo, ni siquiera a efectos de investigación. En este sentido, no podemos más que estar de acuerdo con Díaz Cintas que, ya en 2006, afirmaba “Resulta hartamente contradictorio hablar de ‘accesibilidad’ como concepto clave, cuando es prácticamente imposible acceder a las producciones con audiodescripción que ya se realizan en nuestro país” (2006: 17). Diez años más tarde, podemos afirmar que la situación sigue siendo muy parecida.

Por otra parte, y aunque el número de películas audiodescritas y comercializadas en nuestro país ha aumentado notablemente en los últimos años, y en algunos casos se pueden encontrar listados de películas con AD<sup>80</sup>, la mayoría de ellas son producciones españolas, y por tanto no están comercializadas ni audiosubtituladas para el mercado anglosajón. Además, en muchos casos en los que la película se había estrenado con AD para la pantalla grande, no se había comercializado la película con AD en DVD o Blu-ray, algo que, a nuestro juicio, carece totalmente de sentido pero que, al parecer, responde a limitaciones en cuanto a derechos de explotación de productos audiovisuales determinadas por la legislación en materia de propiedad intelectual estadounidense y/o española vigente en la actualidad.

Sin embargo, en Reino Unido la situación es muy diferente, ya que no solo se encuentra un listado completo de películas audiodescritas y comercializadas hasta 2010 en la web del Royal National Institute of Blind People (RNIB), sino que además son varias las empresas que informan semanalmente de todas las películas en DVD y Blu-ray que salen a la venta con AD, así como las películas que se proyectan en salas británicas con accesibilidad. Además, el listado se actualiza regularmente, la atención que se presta a cualquier interesado es brillante y las películas pueden obtenerse fácilmente adquiriéndolas a través de internet en numerosas tiendas online.

Por último, y considerando que nuestro objeto de estudio son los referentes culturales, consideramos que las películas que conformaran nuestro corpus debían presentar el elemento de *extrañamiento* del que habla Sanderson (2011), es

---

<sup>80</sup> Véanse las páginas de internet de Aptent Solutions S.L. o Fundación Orange ([www.cineaccessible.com](http://www.cineaccessible.com)) entre otras.

decir, una distancia geográfica y cultural que caracterizara la trama y que presentara diferencias en cuanto a la descripción de los mismos referentes en las versiones inglesa y española. Pero también nos interesaba comprobar hasta qué punto determinados referentes culturales que originariamente pertenecen a otras culturas, se han filtrado en la nuestra, y por tanto, han pasado a formar parte de nuestro acervo cultural.

Comprobamos que no había muchas películas que se encontraran audiodescritas en inglés y en español y presentaran estas características<sup>81</sup>. Finalmente, nos decidimos por cuatro largometrajes estadounidenses estrenados entre 2005 y 2008 que caracterizamos a continuación en la Tabla nº 18.

Título	Director	Año de estreno
<i>Slumdog millionaire</i>	Danny Boyle	2008
<i>Pequeña Miss Sunshine</i>	Jonathan Dayton y Valerie Faris	2006
<i>Juno</i>	Jason Reitman	2007
<i>Memorias de una geisha</i>	Rob Marshall	2005

Tabla 18. Películas con AD que conforman el corpus del ED

Por tanto, nuestro corpus está compuesto por ocho GAD de cuatro largometrajes estadounidenses. Dos de ellos presentan elementos de extrañamiento más evidentes, mientras que las otras dos son películas que, a

<sup>81</sup> Detectamos una quincena de películas, entre las que se encontraban *Up* (Docter, 2009), *Los increíbles* (Bird, 2004), *Ratatouille* (Bird, 2007) y *La novia cadáver* (Burton & Johnson, 2005), que cuentan con AD tanto en Reino Unido como en España. Pero, dado que se trata de películas de animación, y por tanto presentan especiales características por su propia naturaleza, consideramos que no eran apropiadas para nuestro análisis. No obstante, no descartamos futuros estudios contrastivos, esta vez teniendo como objeto principal la AD y los referentes culturales en películas de animación. Y en este caso, estimamos que el estudio de recepción presentaría retos notables, ya que necesitaríamos averiguar las expectativas y necesidades de un público infantil.

*priori*, no parecen presentar numerosos referentes culturales. A continuación, aportamos una breve sinopsis de cada historia, así como el interés que presenta para nuestra investigación.

#### 4.2.2.1 *Slumdog millionaire* (Boyle, 2008)

Sinopsis: Es la historia de Jamal Malik, un joven de Mumbai que se encuentra participando en el concurso *¿Quién quiere ser millonario?* Sorprendentemente, acierta todas las respuestas a las preguntas, y cuando está a punto de ganar el mayor premio del concurso, es detenido e interrogado por la policía, que sospecha que Jamal hace trampas. A través del interrogatorio, conoceremos la vida de Jamal, desde su infancia junto a su hermano Salim, su relación con la hermosa Latika y sus numerosos periplos hasta llegar a convertirse en millonario.

*Slumdog millionaire*, dirigida por el británico Danny Boyle en 2008 y con guion adaptado escrito por Simon Beaufoy, fue una de las películas de más éxito el año de su estreno, galardonada con el Oscar a la mejor película de 2009. La elección de este filme como parte de nuestro corpus de trabajo se justifica por diversos motivos. Básicamente, la trama se desarrolla de forma no lineal, mediante *flashbacks* constantes entre el pasado más lejano (recuerdos de infancia y preadolescencia, en su mayoría, del protagonista), el pasado más cercano (el concurso) y el presente (la comisaría). Cada salto viene propiciado por una pregunta del presentador de *¿Quién quiere ser millonario?*, por lo que los recuerdos de Jamal ilustrados en imágenes encierran la respuesta a la pregunta formulada y que, en muchos casos, hacen referencia a la cultura india. Y cada pregunta

acertada acerca un poco más a Jamal hacia su objetivo, que en realidad no es ganar el concurso, sino mantenerse el mayor tiempo posible en pantalla, ya que sabe que su amada Latika es fan del programa y es, en cierto modo, una forma de contactar con ella.



Fotografía 4: Jamal y Salim, protagonistas de *Slumdog millionaire*

A pesar de que *Slumdog millionaire* es una película que cuenta con un director británico y una producción americana, se desarrolla en diversas localizaciones de la India. Retratar la miseria de un país en vías de desarrollo resulta difícil puesto que la reacción del público ante tanta pobreza y desolación puede llegar al rechazo. Sin embargo, Boyle consigue evitar el tremendismo naturalista, presentando la miseria de forma sutil e incluso a veces con sentido del humor (como al principio, cuando Jamal se tira a la balsa de excrementos para conocer a su ídolo). Consideramos que es necesario incluir a Mumbai como un protagonista más de esta historia. En efecto, esta ciudad de la India, conocida anteriormente como Bombay, es donde se desarrolla la acción. Boyle y su equipo se trasladaron a Mumbai para rodar la película durante tres meses, habiendo preparado el rodaje *in situ* durante los tres meses anteriores. Ciudad de contrastes donde las haya, Boyle retrata los barrios marginales, la pobreza extrema y la miseria, junto a los espacios más espectaculares y grandiosos como el *Taj Mahal*. A destacar la

primera escena de la persecución en el barrio marginal de chozas con techos de uralita donde los hermanos Salim y Jamal nos muestran de dónde vienen y dónde viven, la escena más importante para Boyle<sup>82</sup>. Se trata de Dharavi, el suburbio más extenso de Mumbai y es el origen de la historia, porque ambos personajes se han criado en ese entorno, lo que condicionará, si no determinará, su futuro. También se rodó en Juhu, situada al lado del aeropuerto, al oeste de la ciudad, la escena del principio, en la que los niños juegan en la pista de aterrizaje de varios aviones.

El filme refleja, por tanto, la mirada del europeo (o del occidental) ante un país en vías de desarrollo que, no debemos perderlo de vista, es una antigua colonia británica. La percepción que Boyle tiene de la India y que plasma en su filme muestra un evidente extrañamiento, que no solo es geográfico o físico, sino también, y especialmente, cultural. Sin embargo, la distancia que separa a la cultura británica de la india no puede, aunque sea simplemente por razones históricas, ser la misma que existe respecto a nuestra cultura española<sup>83</sup>. Asimismo, con esta película, Boyle quizá pretenda despertar la conciencia de todo el que la vea sobre la situación que vive la India, y más concretamente, podría interpretarse que Gran Bretaña, como antigua metrópoli, no tenga una responsabilidad directa sobre la situación actual de su antigua colonia.

---

<sup>82</sup> Según el propio Boyle, para la escena del aeropuerto, en la que los niños se adentran en el barrio de chabolas se inspiró en la película *Estación central de Brasil* de Walter Salles (1998).

<sup>83</sup> Boyle enumera como obstáculos para la correcta percepción del público occidental de su filme el que más de la mitad de la película tenga subtítulos ya que se habla en hindi (en la versión original), que los nombres de los personajes fueran difíciles de recordar y, finalmente, que para un público blanco, todas las personas de color pueden llegar a parecerles iguales (Boyle, 2009). Nos parece interesante resaltar que si el director ya preveía la dificultad que podría tener el espectador occidental a la hora de adentrarse en la película, esta dificultad seguramente iba a ser aún mayor en el caso del receptor invidente o con discapacidad visual, por lo que la AD se presentaba, *a priori*, como un reto difícil de superar.



Todos estos elementos contribuyen a que, a priori, el filme *Slumdog millionaire* vaya a percibirse de forma distinta en función del país de recepción, y que por tanto, el extrañamiento cultural va a desempeñar un papel fundamental a la hora de la aceptación del filme por parte de las distintas audiencias. En consecuencia, nos pareció interesante analizar cómo un descriptor español abordaba la AD de una película con tantos elementos culturales extraños (en el sentido de “lejanos”) y cómo solucionaba las dificultades a la hora de describir situaciones tan alejadas de nuestra realidad social diaria<sup>84</sup>.

#### 4.2.2.2 Memorias de una geisha (Marshall, 2005)

Sinopsis: Cuenta la historia de Chiyo, una niña de nueve años, en el Japón de 1929, que es vendida por su padre para trabajar en una *okiya*. Allí conoce a Calabaza, otra niña que también va a ser educada para convertirse en geisha. Conocerá a dos de las geishas más famosas de Kioto, Hatsumomo y su rival Mameha. Los comienzos son muy duros para Chiyo pero un encuentro con el que será el amor de su vida, el Presidente de una famosa compañía, hará que quiera convertirse en la mejor geisha para poder estar más cerca de él.

---

<sup>84</sup> Entre los diversos temas que aborda Boyle, aunque sea de forma sutil, se encuentran el tráfico de seres humanos, la prostitución infantil, la miseria más absoluta, la orfandad, la vida en las calles, la delincuencia como única solución para la supervivencia, la extorsión y la drogadicción, entre otros.



Fotografía 5: La rebelde Hatsumomo en la *okiya*

La intención de Marshall al dirigir esta película era mostrar un mundo oculto, el mundo de las geishas, por lo que en muchos planos se rodaba a través de telas, cortinas, estores o bambú, para dotar a la imagen de un halo de misterio, y crear en el espectador la ilusión de que estaba espiando, que tenía acceso a situaciones que no podía mirar. Esa intención de mostrar lo que antes estaba oculto o que era secreto perdura, sobre todo, durante la primera mitad de la película, donde prevalecen los espacios cerrados, las luces tenues, las calles iluminadas débilmente por farolillos rojos o la *okiya* iluminada con velas, lo que contribuye a dar a la acción un toque de misterio.

Marshall se sirve esencialmente de dos metáforas a lo largo de todo el filme. La primera es el agua como elemento que identifica a la protagonista: de niña, sus ojos grises hacen que Mamita exclame, al examinarla detenidamente: “Too much water!”, a lo que la tía contesta que es bueno que ese elemento predomine en la niña, ya que les protegerá de cualquier incendio, lo que resulta, sin duda, premonitorio. Pero también, cuando la acción comienza junto al mar (su padre vive en un pueblo de pescadores), la lluvia torrencial el día que es vendida y

separada de sus padres, y también el día que llega a la okiya, el río en el que lava las largas telas rojas cuando debe abandonar la ciudad por la guerra... De ahí que prácticamente todas las transiciones en la película se realicen mediante una imagen que contiene el elemento agua (charcos, lluvia, río, mar), incidiendo en que el hilo conductor del filme es precisamente la vida de Chiyo/Sayuri. Y es que, como ella misma dice, el agua es el único elemento que, aunque encuentre obstáculos por su camino, siempre encuentra la forma de avanzar; y esa es precisamente Sayuri, una mujer que parece tenerlo todo y perderlo todo en cortos espacios de tiempo, pero cuyas acciones tienen un único objetivo: conseguir el amor del Presidente. Como el agua, se adapta a las formas que le vienen impuestas y encuentra siempre la forma de vencer los obstáculos.

La segunda metáfora es de carácter sonoro. Dado que la idea de adaptar *Memorias de una geisha* partió del compositor John Williams, este decidió asociar un instrumento a la pareja protagonista, por lo que el violonchelo representa a Chiyo (que pasará a llamarse Sayuri cuando consiga convertirse en *maiko*) como un lamento, de forma que aunque no se esté atento a la imagen, siempre que suena este instrumento, el espectador podrá relacionarlo con la protagonista. Williams contactó con el mundialmente conocido violonchelista Yo-Yo Ma, que interpreta magistralmente la voz de Chiyo. Por otra parte, el Presidente se asocia al violín, interpretado por Itzhak Perlman. Ambos instrumentos contribuyen a darle un valor narrativo impresionante a la banda sonora de la que no podemos olvidarnos tratándose de un estudio orientado a personas con deficiencias visuales, puesto que la música constituye *per se* un lenguaje que también transmite sensaciones y contribuye a formarse una imagen de lo que aparece en pantalla.

Tanto Rob Marshall como Robin Swicord, la guionista, trabajaron mano a mano con el escritor William Golden para intentar plasmar la belleza del libro en la gran pantalla y, no lo olvidemos, para pasar de un libro de 560 páginas a un guion de 150. Como en el caso de *Slumdog millionaire* (Boyle, 2008), Marshall insistió en que la primera escena se rodara en japonés, como una forma de lanzar al espectador occidental a un mundo distinto y desconocido. En este caso, no se aprecia audiosubtitulación en la versión inglesa, es decir, el texto original en japonés no se ha subtitulado ni en inglés ni en español. Y esto para que el espectador occidental se identifique con las niñas, sienta su angustia, y que como ellas no entienda lo que sucede, en el caso del espectador, por no entender el idioma. Marshall (2006) declara que, en realidad, los diez primeros minutos de una película son cruciales ya que “it really sets the tone, and the world, the energy, the movement of something...and that’s something so true for films”. El director tuvo especial cuidado en hacer accesible un universo ajeno al público occidental, por lo que se explicitó mucha de la información que en el libro aparecía de forma más sutil. De hecho, afirma que en la segunda escena, cuando las niñas son vendidas y entregadas a Tanaka y el tren avanza entre las montañas, y Sayuri comienza a hablar erigiéndose como narradora del filme, “it’s almost like she’s translating her story for us now, we’ve heard the Japanese until now and now we begin to hear this story told in English for the Western world” (Marshall, 2006). En otras palabras, para situar al espectador, tal y como hiciera Boyle, en la primera escena se escucha el diálogo en japonés, y a través del viaje que realizan las niñas, primero en el carro tirado por bueyes, y luego en el tren, nos sumerge en paisajes frondosos y lluvia torrencial característica de Japón. Cuando considera que el espectador ya se ha situado y ha captado el tono de lo

que va a ver, hace que la narradora hable en inglés, eso sí, con un leve acento oriental<sup>85</sup>.

El interés de *Memorias de una geisha* para este estudio radica en que presenta un doble extrañamiento, ya que en este caso no es solo geográfico sino también temporal. Por esta razón se cuidó especialmente la dirección artística, contando con Colleen Atwood para el diseño de vestuario (ganadora de un Oscar en 2005 por este trabajo); ella misma manifiesta que se tomó la libertad de cambiar el diseño original de los kimonos de las geishas para modernizarlos y también hacerlos más accesibles para una audiencia occidental del siglo XXI y no familiarizada con los ropajes japoneses. Asimismo, los diseñadores de producción construyeron un *hanamachi* en los estudios de Los Ángeles para dar más realismo a la acción, aunque también se desplazaron a Japón para rodar determinadas escenas en espacios naturales reales. Todo ese universo cargado de gran colorido y elementos muy alejados de las audiencias meta suponía un gran reto para la AD.

---

<sup>85</sup> En el set de rodaje hicieron falta varios intérpretes que hacían de puentes lingüísticos y culturales entre los actores y también con el director, teniendo en cuenta que Gong Li (que interpreta a Hatsumomo) y Ziyi Zhang (Sayuri) son chinas, y que otros actores como Ken Watanabe y Koyi Yakusho son japoneses. Asimismo, era la primera película en la que las dos protagonistas tenían que hablar en inglés, siendo su lengua materna el chino. Para Marshall era muy importante convivir con todos los actores en el set y mostrar “cultures coming together on the set, interacting” (Marshall, 2007).

#### 4.2.2.3 Pequeña Miss Sunshine (Dayton y Faris, 2006)

Sinopsis: Olive Hoover, una niña de Albuquerque, tiene un sueño: participar en el concurso de belleza “Little Miss Sunshine”. Su peculiar familia la acompañará en una destartalada camioneta amarilla hasta California para que pueda presentarse al concurso. Su abuelo, que esnifa cocaína, su padre, que da consejos sobre cómo alcanzar el éxito cuando es incapaz de ganar un sueldo para mantener a su familia, su hermano Dwayne, que se niega a pronunciar una sola palabra, su tío Frank, gay y que acaba de intentar suicidarse, y finalmente, su madre Sheryl, conforman una familia atípica que se reinventará a lo largo del viaje que lleva a Olive al concurso de belleza.



Fotografía 6. La familia Hoover en la furgoneta amarilla

Aunque en Estados Unidos los concursos de belleza en los que se presentan niñas que en ocasiones apenas han superado los 5 o 6 años están a la orden del día, lo cierto es que en España ésta no es todavía una práctica común<sup>86</sup>. *Pequeña*

---

<sup>86</sup> El propio Jonathan Dayton comenta que en Estados Unidos existe un verdadero furor hacia estos concursos, en los que cada fin de semana, las madres de las niñas participantes las visten, las peinan, las maquillan y las entrenan para que consigan ganar los concursos. En otras palabras,

*Miss Sunshine*, película dirigida por la pareja Jonathan Dayton y Valery Faris, está basada en el guion de Michael Arndt, que fue galardonado con un Oscar al mejor guion original en 2006. El título hace referencia al concurso de belleza al que se quiere presentar Olive, una niña de unos 7 años que sueña con convertirse en Miss América. Olive acaba siendo seleccionada para representar a Albuquerque en un concurso regional de belleza, por lo que emprenderá, junto a su peculiar familia, un viaje hacia Redondo Beach (California). En este viaje, que resultará catártico para todos los personajes, le acompañan sus padres, su hermanastro Dwayne, su abuelo y su tío Frank. Para Michael Arndt (2006), dos eran los pilares fundamentales sobre los que se sustentaba la historia: en primer lugar, los personajes; y en segundo lugar, un final feliz y apoteósico. Salpicada de situaciones hilarantes y de un sentido del humor agudo y sutil, *Pequeña Miss Sunshine* contiene una crítica feroz a la clase media de la sociedad americana, a la idea de lo que se entiende por triunfador y al concepto de familia tradicional. A diferencia de *Slumdog millionaire* o *Memorias de una geisha*, en *Pequeña Miss Sunshine* prevalece, de forma general, el diálogo sobre la imagen, aunque encontramos los planos típicos de las *road movies* descritos por Frasca (2001): planos generales de la camioneta por la carretera, que a veces tienen un marcado sentido metafórico (la camioneta amarilla que, a pesar de las dificultades, sigue avanzando); planos de paisaje, cortos, que sirven para situar al espectador; planos del interior del vehículo, los más abundantes en este filme, que sirven para conocer psicológicamente a los personajes y además, para que el espectador se sienta parte de ese universo interior; y finalmente, planos de punto de vista (subjetivos), conectando el interior del vehículo con el exterior.

---

asistir a estos concursos de belleza es casi una práctica habitual de los fines de semana para muchas familias estadounidenses, presentando a niñas para que consigan el ansiado premio.

Por tanto, la trama se articula a través de un viaje en una camioneta amarilla y de las sucesivas paradas que van realizando: en el bar de carretera, en el taller de reparaciones, en la gasolinera, en el motel, en el hospital, en la carretera con el policía etc. Todas estas paradas plantean un dilema para alguno de los personajes, que intentará ir solucionando, y juntos irán creciendo a medida que se acerquen a su destino. En varias ocasiones, alguno de los personajes plantea finalizar el viaje sin llegar al destino, como cuando fallece el abuelo o cuando Dwayne se da cuenta de que es daltónico. Pero encuentran la forma de llegar al concurso, y Olive consigue presentar el número que el espectador lleva toda la película esperando. A efectos de la audiodescriptibilidad de la que habla Chapado (2010), *Pequeña Miss Sunshine* presenta una dificultad fundamental: al tratarse de una comedia de situación, los diálogos son rápidos y los cambios de escenario también, por lo que es a veces complicado encontrar huecos de silencio largos. Además, se trata de un filme en el que abundan los objetos que caracterizan a los personajes y su entorno. Por tanto, aunque parezca que se trata de un entorno cercano a ambas culturas de recepción, lo cierto es que es una película rica en referentes culturales que, no por ser menos explícitos que en las dos películas anteriores, dejan de estar presentes y de tener un especial significado para la trama.

#### 4.2.2.4 Juno (Reitman, 2007)

Sinopsis: Juno es una adolescente de 16 años que se queda embarazada de Bleeker por accidente. Como él parece desentenderse del problema, Juno decide tener el bebé para darlo posteriormente en adopción. Durante el proceso, tendrá que dar con la pareja adecuada para ello, que resultan ser Vanessa y Mark. Juno



oculta sus miedos, angustias y recelos en un sarcasmo y un sentido del humor poco convencional, pero que, curiosamente, comparte con Mark. Cuando parece que Juno se ha decidido a entregar en adopción a su bebé a Mark y Vanessa, Mark le anuncia que se quiere separar de su mujer, provocando la desesperación de Juno. Sin embargo, Juno será capaz de encontrar una solución y vencer finalmente todos sus miedos.

*Juno* es una película de 2007 dirigida por Jason Reitman y protagonizada por Ellen Page, Michael Cera, J.K. Simmons, Jennifer Garner y Jason Bateman. Está basada en el guion original de Diablo Cody, galardonado con un Oscar en 2007. El éxito de Juno le vino principalmente a través de *bloggers* americanos que empezaron a recomendar la película a través de sus blogs, ya que el guion estaba escrito por una *blogger* y además *stripper*, Diablo Cody. El boca a boca contribuyó a hacer de este filme una película ideal para un público alternativo. La intención de Cody fue mostrar el contraste entre personas de distinto rango social cuyas vidas se cruzan al perseguir un objetivo común: el mundo de Juno, por un lado, que quiere desprenderse del hijo que va a tener, y el de Vanessa por otro, que no puede tener hijos y que pertenece a la clase media acomodada de EE.UU.

De nuevo, como en el caso de *Pequeña Miss Sunshine*, *Juno* está plagada de referentes culturales propios de la cultura americana pero también universales. No es casualidad que se eligiera Juno como nombre de la protagonista: diosa romana (equivalente a la diosa griega Hera), hermana y esposa de Júpiter, era la diosa de las diosas, y se la suele asociar con la protección de las mujeres y la maternidad, ya que se dice que velaba por los niños en el momento del parto. En cierta forma, Juno es lo contrario de lo que se espera que sea una adolescente:

viste de manera holgada camisas de franela a cuadros, pantalones anchos, zapatillas sucias, y le importa más bien poco su apariencia. De hecho, en muchos blogs americanos sobre moda adolescente, se escribieron cientos de entradas sobre la forma de vestir de Juno, indicando que encarnaba “the perfect portrait of an indie-alternative young person” (Diablo Cody, 2008); lleva gafas de sol de los 70 y una pipa, le gusta el rock, las bandas alternativas y el cine *gore*. Sin embargo, y aunque parece que no le importa nada, deja entrever sus sentimientos, aunque de forma muy sutil y cínica, como cuando habla de su madre biológica, que la abandonó con su padre cuando solo tenía 5 años. Juno se define a través de su ropa y de los objetos que la rodean y que, según Diablo Cody, fueron esenciales a la hora de perfilar el personaje. En este sentido, los directores artísticos desempeñaron un papel esencial en el diseño de la habitación de Juno y de su amiga Leah.

Alrededor de Juno gravitan una serie de personajes secundarios, más o menos bien trazados, que acompañan al personaje principal en su periplo. Sin duda, es necesario destacar el personaje de Vanessa, la antagonista de Juno, que es elegida por ella para convertirse, junto con su marido Mark, en los padres adoptivos de su bebé. Vanessa es todo lo contrario de Juno, pero como a ella, la definen el espacio en el que vive y su vestuario. Siempre va impecablemente vestida, su casa es fabulosa, donde reina el orden y la pulcritud. De hecho, a lo largo de todo el filme, se la asocia con colores claros y sobre todo con el blanco. En cambio, su marido Mark lleva camisetas con dibujos de cómic, toca la guitarra y no duda en interrumpir su trabajo en casa como compositor de canciones de publicidad para ver una película de terror junto a Juno.

Una de las características esenciales del filme *Juno* son los espacios que definen a los personajes que habitan en ellos. El principal, sin duda, es el cuarto de Juno. Destacamos la profusión de posters y dibujos que empapelan las paredes de su cuarto. Muchos de estos detalles ya se incluían en el guion original de Diablo Cody. Algunos ejemplos son los pósteres de grupos de punk, como The Damned, The Germs, the Stooges, Television, Richard Hell, etc., fotos personales, una ilustración de Tara McPherson, el teléfono con forma de hamburguesa importado directamente de China, los cactus secos que le envía su madre... Es una habitación abigarrada de cosas, donde los colores y las texturas densas (lana, madera) prevalecen. No existe ni rastro de nuevas tecnologías en la habitación de Juno, ni móvil ni ordenador. El espacio de Leah también se encontraba descrito en el guion de Diablo Cody, aunque de forma más genérica: “[it] is cluttered with the sentimental junk that certain girls love to hoard” (2008). Lo que destaca en la habitación de Leah son los pósteres de los hombres que le resultan atractivos. Entre las fotos que tiene en la pared destacan Bill Clinton, Pierce Brosnan o el príncipe Carlos de Inglaterra, lo que explica su atracción por los hombres maduros y, en particular, por los profesores de instituto. También destacan los numerosos osos de peluche que hay en su habitación, que ponen de manifiesto que se trata aún de una niña. El espacio de Juno contrasta con la casa de Vanessa, donde predominan los colores neutros o blancos. Se trata de una amplia casa ordenada, donde todo parece encajar en su sitio. Seguramente, Vanessa se ha leído todas las revistas sobre decoración de hogar y las ha puesto en práctica en su casa. La pulcritud del espacio también se contagia en la forma de vestir de Vanessa y en su aspecto.



Fotografía 7: La habitación de Juno

La película transcurre durante un periodo concreto en la vida del personaje principal: el embarazo de Juno, es decir, nueve meses, separados claramente en tres trimestres correspondientes a las estaciones del año. El director optó por marcar el paso del tiempo explícitamente, mediante insertos que anunciaban cada estación, así como por el paisaje (los árboles, las flores, la luz) y el vestuario. Pero, por supuesto, lo que marca el paso del tiempo es la tripa de Juno, que va creciendo a medida que avanza el embarazo. Por tanto, y a pesar de que el director emplea algún *flashback* para mostrar algunos recuerdos de Juno, el tratamiento del tiempo es cronológico y avanza inexorablemente hacia uno de los momentos culminantes de la película, el parto de Juno. En este caso, como hemos indicado, la existencia de referentes culturales propios de la sociedad americana adolescente ha sido descrita por ambos descriptores de forma distinta.

A continuación, presentamos el análisis comparativo de la AD de los distintos referentes culturales y las técnicas que se han empleado para describirlos, centrándonos en los ejemplos más significativos y llamativos de nuestro corpus.

### 4.3 Análisis cuantitativo

El objeto de nuestro estudio es el análisis cualitativo de los referentes culturales que conforman nuestro corpus con el fin de fundamentar nuestro estudio experimental. No obstante, consideramos oportuno avanzar determinados datos cuantitativos sobre el mismo.

#### 4.3.1 General

Una de las primeras tareas que hemos realizado antes de analizar los referentes contenidos en los GAD de las películas que conforman nuestro corpus ha sido transcribir dichos guiones. Una vez transcritos, hemos procedido a determinar el número de palabras que conforma cada GAD, y que reproducimos en la tabla nº19.

Películas	Número de palabras en la ADI	Número de palabras en la ADE	Duración
<i>Slumdog millionaire</i>	7.530	9.135	115 min.
<i>Little Miss Sunshine</i>	5.766	4.163	98 min.
<i>Juno</i>	3.529	3.180	92 min.
<i>Memoirs of a geisha</i>	10.271	7.300	139 min.

Tabla 19. Número de palabras de los GAD

Como se puede observar fácilmente, las dos películas ambientadas en lugares exóticos y alejados del mundo occidental (y, para nuestro interés, de España y Reino Unido), cuentan con más palabras en los GAD, tanto en inglés como en español (*Slumdog millionaire* y *Memorias de una geisha*), algo lógico si consideramos que también son los largometrajes más largos, superando ambos las dos horas.

Sin embargo, también es destacable que en tres de las cuatro películas analizadas, la ADI contiene más palabras que la ADE, algo ya observado por Bourne y Jiménez Hurtado (2007) en su análisis contrastivo de dos GAD de *The Hours* (Daldry, 2002), donde la AD inglesa contenía más detalles respecto a descripción de vestuario o expresiones faciales que la ADE. Únicamente el GAD del filme *Slumdog millionaire* cuenta con más palabras en español que en inglés, algo que no deja de resultar curioso, ya que la primera mitad de la película en la versión original cuenta con audiosubtitulación, algo que no se da en la versión doblada al español. Podríamos aventurarnos a pensar que, dado que la película de Boyle se encuentra ambientada en la India y que, dadas las razones históricas que unen a Reino Unido y a la India, los receptores británicos se sentirán seguramente más familiarizados con determinados elementos culturales indios que el receptor español. Por esa razón, el descriptor inglés no ha considerado necesario extenderse en la AD y no explicar determinados elementos en los que sí ha incidido el descriptor español. No obstante, en *Memorias de una geisha*, se observa que el texto inglés es mucho más largo que el español, con una diferencia de 3.000 palabras, cifra nada desdeñable. En ese caso, parece que el descriptor británico ha sentido la necesidad de acercar al espectador a la cultura reflejada en la pantalla de forma mucho más detallada, GAD que en español también se caracteriza por su precisión y gusto por el detalle, pero no por su extensión.

Otra razón que podría esgrimirse al respecto es que, a diferencia de las otras tres películas, la ADE de *Slumdog millionaire* ha sido realizada por Fundación Orange, concretamente por Iñaki Arrubla, mientras que el resto han sido producidas y revisadas por el sistema de la ONCE Audesc (aunque por distintos

descriptores)<sup>87</sup>. Es posible, por tanto, que el estilo propio de cada descriptor permeabilice el GAD.

#### 4.3.2 Específico sobre referentes culturales.

Al tratarse de un estudio contrastivo, a la hora de seleccionar los referentes culturales icónicos objeto de análisis, nos hemos centrado en aquellos que eran importantes para la trama pero que además presentaban AD distintas en las versiones inglesa y española. Y si bien es cierto que determinar la importancia o no de un referente puede resultar subjetivo, nos hemos servido de muchas y diferentes herramientas que nos han resultado de gran utilidad: en primer lugar, hemos acudido en numerosas ocasiones al guion original. En muchos casos, el referente ya aparecía en la historia original, en el texto anterior a la imagen. Es el caso, por ejemplo, de la estación de Chhatrapati Shivaji de *Slumdog millionaire*, los *tic-tacs* que come compulsivamente Bleeker en *Juno* o las tablas funerarias que recibe Chiyo en *Memorias de una geisha*. Si ese referente ya se encontraba en la historia original y el director de la película lo ha conservado, es evidente que era importante para el desarrollo de la trama audiovisual, por lo que tiene un significado para la misma. Por otra parte, los audiocomentarios que a menudo acompañan a la versión comercializada en DVD y en los que los directores, productores o actores explican los entresijos del rodaje de la historia, también nos han resultado muy útiles a la hora de analizar los referentes contenidos en las películas analizadas. Cuando Boyle afirma que se tardó tres meses en localizar el pañuelo amarillo que debía lucir Latika en la escena final de *Slumdog*, o cuando

---

<sup>87</sup> *Juno* ha sido descrita por Anna Bellosta, *Memorias de una geisha* por Gala Rodríguez Posadas y *Pequeña Miss Sunshine* por María Quereda.

Michael Arndt, guionista de *Pequeña Miss Sunshine*, comenta que el ejemplar de *Así habló Zaratustra* de Nietzsche que sostiene Dwayne era el que él mismo utilizó cuando iba al instituto, podemos deducir que esos elementos están ahí por algo, por lo que nos ha parecido interesante comprobar cómo se han descrito (y si se han audiodescrito).

Los referentes culturales analizados aparecen de distintas formas en los textos audiovisuales: a veces, el referente cultural aparece únicamente como sema visual; otras, se hace mención al mismo por parte de algún personaje; en otras ocasiones, el referente aparece en pantalla y a la vez aparece en el guion de doblaje; por último, en algunas ocasiones los descriptores han optado por describir un referente cultural icónico mediante un referente cultural que se verbaliza en la AD. Estos elementos también los hemos incluido en el presente análisis.

#### 4.3.2.1 Tipos de referentes culturales analizados.

Como ya hemos indicado, se han analizado un total de **119 referentes culturales, que se han traducido mediante 238 técnicas de traducción**. La mayoría de ellos pertenecen a la segunda categoría descrita por Díaz Cintas y Remael, la relativa a referentes etnográficos, tal y como se desprende de la Figura nº 5.



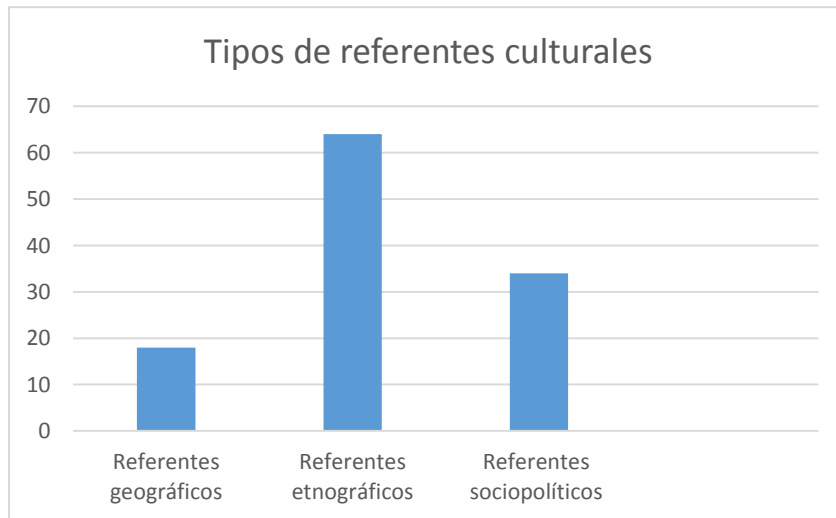


Figura 5. Tipos de referentes culturales analizados

Los referentes culturales más abundantes y que presentan un especial interés para nuestro estudio han sido los referentes etnográficos, con un total de 64 referentes, entre los que han predominado los de cultura popular (cine, literatura, televisión etc.) e indumentaria (17), seguidos por los referentes sobre alimentación (11). Todos ellos, muy presentes en todas las películas analizadas, han presentado divergencias a la hora de ser descritos por lo que nos han proporcionado un material muy interesante de análisis por ser elementos muy enraizados en las diferentes culturas representadas en los distintos filmes que conforman nuestro corpus. En la figura nº 6 hemos incluido las distintas subcategorías que hemos analizado.

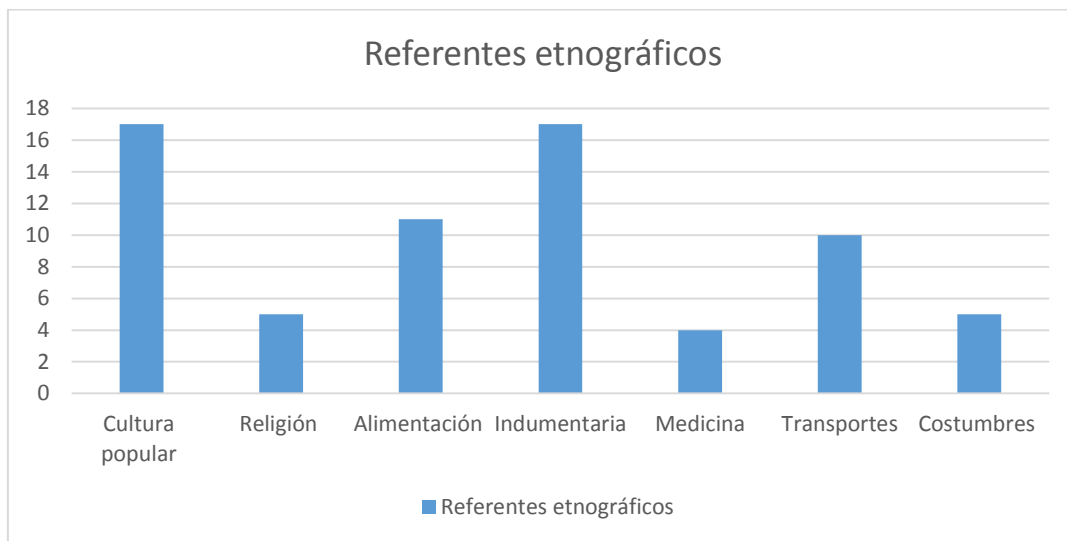


Figura 6. Referentes etnográficos. Subcategorías.

Los referentes sociopolíticos también han supuesto una gran parte de los referentes analizados, seguidos, en menor medida, por los geográficos. En cuanto a los primeros, predominan los referentes sobre barrios, calles o tipos de edificios, mientras que en el segundo son abundantes los referentes relativos a flora y fauna, aunque también hemos identificado referentes sobre mares, montañas, ríos etc.



Figura 7. Referentes sociopolíticos. Subcategorías.

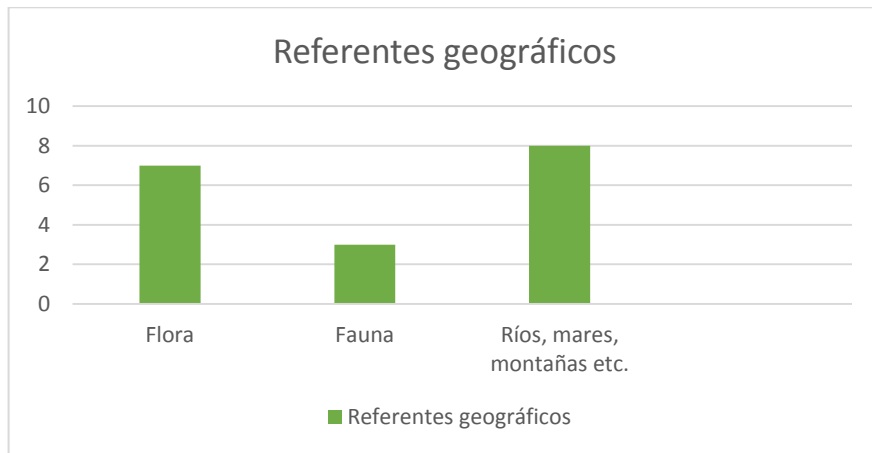


Figura 8. Referentes geográficos. Subcategorías.

Aunque, de manera general, en todos los filmes se han encontrado referentes pertenecientes a las tres categorías, lo cierto es que en aquellos ubicados en entornos alejados de las respectivas culturas de recepción (*Memorias de una geisha* y *Slumdog millionaire*) hemos encontrado abundancia de referentes relativos a la indumentaria y maquillaje o tipos de edificios y barrios, mientras que en *Juno* o *Pequeña Miss Sunshine* los referentes versaban sobre todo sobre alimentación o transportes.

#### 4.3.2.2 Técnicas de traducción empleadas en la AD de referentes culturales

##### 4.3.2.2.1 Técnicas de traducción empleadas en la AD de referentes geográficos

Como se observa en la Tabla nº 20, se han analizado 18 referentes culturales relativos a geografía, en el sentido más amplio del término, incluyendo flora y fauna, mares, montañas, ríos, etc.; la técnica de traducción más empleada en la

ADI es la particularización (7 veces) y la generalización (7 veces); mientras que en la ADE, la técnica que predomina claramente es la generalización (8 veces), seguida de la particularización (5 veces).

	Flora y fauna		Mares, ríos, montañas...		TOTAL	
	ADI	ADE	ADI	ADE	ADI	ADE
Descripción	1	2	2	0	3	1
Generalización	1	2	6	5	7	8
Particularización	7	4	0	1	7	5
Explicitación	0	0	0	1	0	1
Sustitución cultural	0	0	0	0	0	0
Omisión	1	2	0	1	1	3
Adición	0	0	0	0	0	0
Combinación técnicas	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>18</b>	<b>18</b>

Tabla 20. Técnicas de traducción sobre referentes geográficos. Por subcategorías.

En la ADI, dos son las técnicas que se emplean más a menudo: la generalización y la particularización, mientras que la descripción se presenta como una técnica residual para describir referentes geográficos. Destacamos que tan solo se ha identificado una omisión en la ADI, frente a las tres observadas en la ADE, con la consiguiente pérdida de información. La particularización es la técnica que más se ha empleado en *Juno*, mientras que la generalización es una técnica que se observa en todos los filmes que componen nuestro corpus. Es

interesante señalar que en *Memorias de una geisha* se han empleado en tres ocasiones la generalización y en otras tres la particularización.

Por su parte, en la ADE destaca el empleo más frecuente de la generalización, seguida más de lejos por la particularización. La generalización es la técnica que predomina en la AD de ríos, montañas, etc., probablemente por la falta de valor simbólico o expresividad, como veremos más adelante.

#### **4.3.2.2.2 Técnicas de traducción empleadas en la AD de referentes etnográficos**

Como ya se ha señalado en el apartado 4.3.2.1., los referentes etnográficos son los más abundantes en nuestro corpus. Para su análisis pormenorizado, se han distinguido hasta siete ítems que se estudian en el apartado 4.4.2. En cualquier caso, presentamos los datos sobre las técnicas más empleadas en la AD de este tipo de referentes en la Tabla nº 21.

	Arte y cultura popular		Religión		Alimentación		Indumentaria		Medicina drogas		Transportes		Costumbres		TOTAL	
	ADI	ADE	ADI	ADE	ADI	ADE	ADI	ADE	AD I	ADE	ADI	ADE	AD I	ADE	ADI	ADE
Descripción	3	0	2	2	3	1	9	4	1	0	1	0	3	3	22	10
Generalización	4	1	1	0	1	3	1	1	0	0	2	3	1	1	9	9
Particularización	7	9	0	1	6	6	3	7	2	3	7	5	1	0	27	30
Explicitación	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	2	2
Sustitución cultural	1	2	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	3	4
Omisión	1	1	0	0	0	0	2	3	0	0	0	0	0	1	3	5
Adición	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Combinación técnicas	0	4	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	6
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>68</b>	<b>68</b>

Tabla 21. Técnicas de traducción sobre referentes etnográficos. Por subcategorías

Se observa que la técnica más empleada en la ADI es la particularización (27 ocasiones) seguida de la descripción (22 ocasiones). La particularización también es la técnica más empleada en la ADE, seguida esta vez también por la descripción, pero muy de lejos (tan solo en 10 ocasiones). Podemos deducir que, al recurrir a esta técnica, ambos descriptores han cumplido con la obligación de precisión que establecen las normas sobre AD (AENOR, 2005; ITC, 2000), y tienden a decantarse por el lenguaje más preciso para describir referentes culturales etnográficos. Si bien la particularización puede contribuir a dotar al GAD de mayor colorido local, por una parte, y a acercar al espectador a la cultura que se refleja en el filme, por otra, es probable que esa precisión no vaya necesariamente acompañada de una correcta comprensión. Es necesario considerar también no solo el contexto en el que se emplea la técnica (es posible que de la información sonora que se ofrece en el filme en ese momento sea fácilmente deducible para el espectador invidente de qué referente se trata) sino también el grado de familiaridad que tenga el espectador con ese referente en concreto, lo que se analiza con más profundidad en el apartado 4.4. Podemos deducir fácilmente que ante el uso de la particularización, el receptor pueda necesitar más ayuda a la hora de comprender el referente cultural en concreto, ya que puede no disponer de otros medios para poder realizar un correcto constructo mental de lo que se le está describiendo. En cualquier caso, sería interesante comprobar si esa precisión se adecua a las expectativas y necesidades de los espectadores ciegos o con deficiencias visuales, algo que nos proponemos hacer en el Capítulo 5.

Se observa, de manera general, que en cuanto a los referentes relativos a arte y cultura popular, la ADI tiende a emplear la descripción para aquellos referentes

más alejados y por tanto desconocidos por la audiencia meta; mientras que la particularización se emplea para referentes más cercanos (sobre todo, aquellos pertenecientes a películas ambientadas en EE.UU.).

Destacamos igualmente que la ADE tiende a emplear la combinación de técnicas de forma más habitual que la ADI, que solo ha recurrido a ella en una ocasión. La ADE ha combinado técnicas sobre todo en el filme *Slumdog millionaire*, y para describir referentes culturales relativos al arte y la cultura popular, entendemos que con la finalidad de acercar al espectador a la cultura que se representa en pantalla. Pero es necesario señalar que en ocasiones las adiciones que se emplean en este caso aportan información que, si bien es cierta, no se deduce de la imagen y podría considerarse irrelevante para la finalidad que debe cumplir la AD.

#### 4.3.2.2.3 Técnicas de traducción empleadas en la AD de referentes sociopolíticos

En la traducción de referentes sociopolíticos, prevalece el uso de la particularización de nuevo en la ADI (12 ocasiones), seguida de la descripción (5 ocasiones); sin embargo, en este caso, la ADE ha utilizado con más frecuencia la generalización (13 ocasiones) y la particularización (7 ocasiones). Destacamos además que la ADI ha empleado la explicitación en cuatro ocasiones y estas se concentran en el GAD de *Memorias de una geisha*. En efecto, en este filme, el descriptor británico opta por conservar el término preciso de los lugares que aparecen en pantalla, que suele ser un préstamo, y lo acompaña de una breve explicación lo que permite, por una parte, dotar al GAD de mayor colorido local



y acercarlo más a la cultura origen, pero además facilitar la comprensión del espectador respecto a ese referente tan específico y por tanto tan alejado de la cultura meta. La explicitación permite, en consecuencia, combinar la precisión con la comprensión. El empleo de la generalización puede resultar útil cuando el referente no es conocido por la audiencia meta o carece de significado o expresividad.

La audiodescripción de referentes culturales

	Edificios históricos		Personajes históricos		Cargos y profesiones		Barrios, calles, tipos de edificios...		TOTAL	
	ADI	ADE	ADI	ADE	ADI	ADE	ADI	ADE	ADI	ADE
Descripción	0	0	0	0	1	0	6	6	7	6
Generalización	1	0	0	0	0	2	4	11	5	13
Particularización	0	0	1	1	7	4	4	2	12	7
Explicitación	0	0	0	0	0	1	4	1	4	2
Sustitución cultural	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
Omisión	0	0	3	3	0	1	1	0	4	4
Adición	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Combinación técnicas	1	2	0	0	0	0	0	0	1	2
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>34</b>	<b>34</b>

Tabla 22. Técnicas de traducción sobre referentes sociopolíticos. Por subcategorías

### 4.3.3 Recapitulación

Como hemos visto, de forma general, las AD tienden a la precisión y al detalle mediante el uso recurrente de la particularización en ambas versiones. Sin embargo, la segunda técnica más empleada es la descripción en la ADI mientras que en la ADE es la generalización. Destacamos igualmente que la omisión es una técnica que se da más en la ADE y no tanto en la ADI. Y por último, también es necesario señalar que la ADE tiende a combinar técnicas de manera más habitual que la ADI, llegando a emplear hasta tres técnicas diferentes para describir un mismo referente cultural. Es cierto que esta combinación de técnicas se ha observado principalmente y de forma notablemente recurrente en el GAD de *Slumdog millionaire*, pero no en los demás GAD, por lo que parece que podríamos concluir que existe cierta *tendencia* a la hora de describir referentes culturales en un mismo filme y por un descriptor particular, pero en principio no sería predicable a todas las AD de referentes culturales en España.

Técnicas de AD	ADI	ADE
Particularización	46	42
Generalización	21	30
Descripción	32	17
Explicitación	6	5
Sustitución cultural	4	4
Omisión	8	12
Adición	0	1
Combinación de estrategias	2	8

Tabla 23. Técnicas de AD de referentes culturales. Estudio cuantitativo

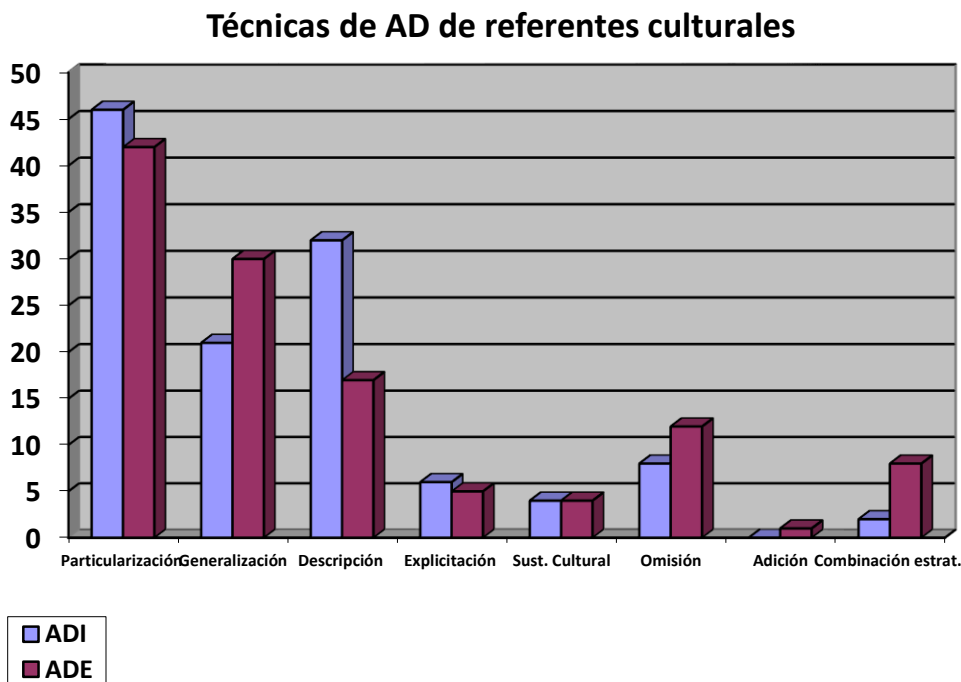


Figura 9. Técnicas de AD de referentes culturales. Estudio cuantitativo

#### 4.4 Análisis cualitativo

En este apartado, presentamos el análisis comparativo descriptivo global de los referentes culturales que hemos localizado en nuestro corpus. El análisis pormenorizado de cada uno de los referentes culturales se encuentra en el Anexo nº 2, siguiendo el esquema de fichas según la Tabla nº 17. En aras a una mayor claridad, distinguiremos los tipos de referentes culturales, atendiendo a la clasificación genérica de Díaz Cintas y Remael (2007).

#### 4.4.1 Referentes geográficos

Como ya hemos indicado en el apartado 4.3.2.2.1., se han identificado 18 referentes culturales pertenecientes al ámbito geográfico (flora y fauna, mares, ríos y montañas). De los casos analizados, destacamos el empleo de la particularización (7 veces en la ADI frente a 5 veces en la ADE) y de la generalización (7 veces en la ADI frente a 8 veces en la ADE).

Referente	ADI	ADE
MG28	Particularización	Particularización
MG29	Descripción	Particularización
MG30	Particularización	Particularización
MG34	Particularización	Particularización
MG41	Generalización	Generalización
MG42	Generalización	Generalización
MG43	Generalización	Generalización
JN2	Particularización	Omisión
JN3	Particularización	Generalización
JN4	Particularización	Descripción
JN6	Generalización	Generalización
JN7	Particularización	Generalización
SM20	Omisión	Omisión
SM21	Generalización	Generalización
SM22	Generalización	Explicitación
SM23	Generalización	Generalización
PMS14	Descripción	Omisión
PMS15	Descripción	Particularización

Tabla 24: Técnicas de AD de referentes culturales. Geografía

Cabe destacar el empleo sistemático de la particularización por parte de la ADI para referirse a flores y plantas, empleando prácticamente siempre el nombre concreto de la flor o árbol (cerezo, hortensia, orquídea...). Solo en una ocasión, se ha optado por describir (“sculpted trees”) cuando la ADE ha empleado el término más concreto “bonsáis”, aunque es probable que la imagen mental que se hace un receptor medio (NVE, CBVE) ante la descripción como “bonsái” sea la de un árbol mucho más pequeño que el que aparece en pantalla. La ADE, sin embargo, ha optado por la particularización en el caso de *Memorias de una geisha*, pero no en el caso de *Juno*, en la que se ha decantado por la generalización, la descripción o incluso la omisión, frente a la particularización en todos los casos en la ADI. Una explicación posible podría ser que los descriptores han llevado a cabo una tarea de documentación, mucho más evidente en los filmes que se ubican en entornos culturales alejados de las audiencias meta, para determinar no solo el tipo de árbol, planta o flor que aparece en pantalla, sino también su posible significado simbólico. Por esta razón en estos filmes se tiende a especificar o explicitar más que en las películas ambientadas en EE.UU.<sup>88</sup> en lo que respecta a flores y plantas. Como sabemos, todo elemento tiene un significado en un filme, las flores también. Y aunque la ADE no ha particularizado el nombre de ninguna flor en *Juno*, es más que evidente que todas ellas tienen un significado, sobre todo en la conformación de la personalidad de los personajes del filme. La orquídea representa la elegancia, la serenidad y el amor puro, mientras que la hortensia se asocia con la protección del hogar. También el cerezo en flor de *Memorias de una geisha* presenta un especial significado, anunciando la llegada de la primavera,

---

<sup>88</sup> Esto se hace más evidente en la AD de referentes etnográficos, como veremos en el apartado 4.2.2.

pero también recordando lo efímero de la vida. Por esta razón, probablemente, el descriptor inglés no ha dudado en particularizar en todos los casos, facilitando una pista más al receptor que se sirve de la AD. Una pregunta que nos podríamos hacer es si el espectador medio NVE sería capaz de identificar el referente concreto, ya que en caso contrario, se estaría dando más información al espectador CBVE, al margen de su significado simbólico.

Por otra parte, es necesario señalar que la técnica que prevalece en ambas versiones para referirse tanto a mares y ríos como a montañas y bosques es la generalización. Solo en una ocasión se ha recurrido a la particularización, en SM22, GAD que se caracteriza en general por el empleo de esta técnica, a menudo combinada con otras. También es interesante destacar que la ADE ha recurrido en cuatro ocasiones a la omisión, algo que no sucede en la ADI, que solo lo ha hecho en una ocasión, en SM20, coincidiendo además con la ADE. Se trata del *slumdog* que aparece en la escena de arranque de la película a la que precisamente da título. En el recorrido que propone Boyle por las chabolas que constituyen el lugar en el que viven los chavales protagonistas de la película, vemos un perro callejero, abandonado, que parece dormido pero que tiene un ojo abierto, expectante, observando todo lo que le rodea. El guionista Simon Beaufoy se fijó en estos perros que se encontraba con frecuencia en Juhu, y estableció un paralelismo entre los perros abandonados y Jamal, el protagonista que también permanece atento a todo lo que le rodea, esperando poder utilizarlo en algún momento (Beaufoy, 2009). La metáfora fue retomada por Boyle, ofreciendo un primer plano del perro callejero; sin embargo, este sema visual se pierde en ambas versiones de los GAD y, estimamos, no por falta de tiempo, ya que en esos instantes suena la música original del filme pero no hay diálogos.

En cualquier caso, parece curioso el recurso sistemático a la particularización para referirse a las flores y a las plantas por parte de la ADI y el empleo de la generalización en los demás casos. Como sabemos, la particularización es la técnica más orientada hacia el texto origen, y permite dotar al GAD de expresividad y significado, como es el caso de las flores, así como de colorido local, como es el caso de los animales. Por el contrario, el recurso a la generalización en los otros casos vendría justificado por la distancia existente entre la cultura que se refleja en la pantalla y la audiencia meta (es poco probable que los espectadores supieran identificar qué río o qué mar se refleja en *Memorias de una geisha*) y por la ausencia de significado; en otras palabras, no aporta nada explicitar en estos casos de qué río o mar se trata (aunque sí se hace en SM22), ya que resulta irrelevante para la trama y podríamos pecar de saturación de información para el receptor invidente o con deficiencia visual. Además, cabe señalar que las películas ubicadas en entornos alejados y exóticos presentan numerosos elementos que sirven para situar al espectador en un entorno alejado, como son la música, los paisajes, el hecho de que en ambos filmes se comience con los protagonistas hablando en hindi o en japonés etc., por lo que el espectador es plenamente consciente de que ha entrado en un entorno alejado y diferente a lo que está acostumbrado a ver. La particularización de ríos, montañas o mares no es necesaria al carecer estos elementos, en general, de relevancia para la trama.



#### 4.4.2 Referentes etnográficos

En cuanto a los referentes etnográficos, se han analizado un total de 68 referentes; hemos subdividido esta categoría en diversos ítems a la hora de clasificarlos y analizarlos.

##### 4.4.2.1 Arte y cultura popular.

Hemos identificado diecisiete referentes culturales pertenecientes al ámbito del arte y la cultura popular (la música, la danza, el cine, la literatura, los medios de comunicación, los deportes y el ocio).

Referente	ADI	ADE
SM7	Descripción	Descripción + adición
SM8	Explicitación	Particularización+ descripción + adición
SM9	Generalización	Sustitución cultural
SM10	Particularización	Explicitación + adición
SM11	Generalización	Particularización+ adición
SM18	Omisión	Particularización+ adición
SM19	Particularización	Omisión
SM24	Particularización	Particularización
MG21	Particularización	Particularización
MG44	Particularización	Generalización
PMS1	Descripción	Particularización
PMS2	Descripción	Particularización

PMS3	Sustitución cultural	Sustitución cultural
PMS4	Particularización	Particularización
PMS16	Particularización	Particularización
JN10	Generalización	Particularización
JN11	Particularización	Particularización

Tabla 25. Técnicas de AD de referentes culturales. Etnografía. Arte y cultura popular

Ambas AD han coincidido en la adopción de la misma técnica en seis ocasiones. En una de ellas, ambos han optado por la sustitución cultural (PMS3). En efecto, ambos descriptores han decidido optar por un referente cultural más cercano a la respectiva cultura meta para describir a las concursantes de *Pequeña Miss Sunshine*, como una Barbie en la versión española, o como Shirley Temple en la versión inglesa. Es un curioso ejemplo en el que los GAD emplean un referente propio a partir del sema visual que se les ofrece. Es decir, en vez de optar por describir a las concursantes, ambos GAD han decidido verbalizar un referente cultural que les parece más próximo a sus respectivas culturas meta, y que les permitirán a las respectivas audiencias hacerse una idea aproximada de lo que se refleja en pantalla. Podíamos plantearnos una cuestión interesante, que no es otra que la universalidad de los referentes culturales o incluso su vigencia, ya que, si bien se puede afirmar que ambas audiencias conocen a la muñeca Barbie, quizá con Shirley Temple, referente más alejado cultural y temporalmente, no ocurra lo mismo.

Por otra parte, en las otras cinco ocasiones, los descriptores han particularizado los referentes PSM4, PMS16, SM24, MG21 y JN11. En el primer caso, porque ambos GAD respetan las normas sobre AD y lectura de insertos, letreros etc. que aparecen en pantalla, como es el caso del anuncio del libro sobre

---

Proust que Frank lee antes de comenzar el concurso. En PMS16 porque se trata de un objeto que pertenece a la cultura popular de los 90 y que es conocido y compartido por ambas culturas, el *discman*. Sería interesante, sin embargo, plantearnos si las audiencias más jóvenes serían capaces de identificar este objeto que, a pesar de no tener más de veinte años, ha quedado totalmente en desuso. En cualquier caso, se ha optado por particularizar en ambos casos. Y también se ha usado la particularización para referirse a determinados deportes: en JN11 y SM24, porque en el primero se trata de un deporte muy practicado en ambos países de las audiencias meta y en el segundo porque se trata de un deporte que, aunque no se practique de forma habitual en España (no así en Reino Unido), se puede identificar de qué se trata (contando, además, con la información sonora que ofrece el filme). Lo mismo ocurre con el instrumento musical a que se refiere el MG21, el *shamisen*; la información sonora del filme nos permite inferir que se trata de un instrumento de cuerda. Además, los personajes verbalizan en más de una ocasión el nombre del instrumento, con lo que es probable que el espectador sea capaz de hacerse una idea aproximada de lo que se está viendo en pantalla.

En todos los demás casos, las AD han empleado técnicas distintas para describir los referentes. La técnica más empleada por la ADI es la particularización (MG21, MG44, SM10, SM19, PMS4, PMS16, SM19, SM24, JN11) seguida por la generalización (SM9, SM11 y JN10) y la descripción (SM7, PMS1, PMS2); mientras que la particularización también es la técnica más empleada en el GAD español sola (MG21, PMS1, PMS2, PMS4, PMS16, JN10, JN11, SM24) o combinada con más técnicas (SM8, SM11 y SM18). El empleo de la particularización en los GAD se explica por las disposiciones de las normas sobre AD que preconizan el “uso de la terminología específica apropiada” (AENOR,

2005: 8). Es más, tal y como señala Navarrete, el conocimiento cultural así como el alto grado de creatividad a la hora de abordar la AD, eran dos requisitos fundamentales que debía reunir cualquier profesional de la AD, añadiendo que el descriptor debe trabajar “rodeado de diccionarios, enciclopedias y libros de arte, cultura y tecnología” (1997a: 72). No obstante, estimamos necesario comprobar si esa precisión consigue el objetivo de la AD, es decir, que el receptor CBVE sea capaz de inferir el significado de lo que se le describe. El uso de la particularización para describir este tipo de referentes puede resultar útil cuando el mismo es compartido por las audiencias meta, es decir, cuando el público se encuentra familiarizado con ellos (es el caso de los deportes) o cuando el contexto fílmico supone una ayuda extra (caso de insertos, instrumentos musicales o sobre todo, presencia del referente en la lista de diálogos, como el libro de *Los tres mosqueteros* o el conocido actor indio Amitabh Bachchan).

Por otra parte, destacamos que la ADI recurre más a la descripción que la ADE: el ejemplo de los PMS1 y PMS2 es paradigmático: si bien es cierto que en la sábana del cuarto de Dwayne se ha dibujado el rostro de Nietzsche, y que este tiene un especial significado para la trama y sobre todo para la conformación del personaje de Dwayne, la ADE ha precisado el nombre del conocido filósofo, antes de que lo haga el personaje de Frank en la película. La ADI ha descrito al personaje y su poblado bigote, sin revelar su nombre. En este sentido, entendemos que la ADE podría infringir la norma UNE sobre AD cuando establece que no se debe adelantar sucesos de la trama o romper situaciones de misterio o suspense (AENOR, 2005: 8). En este caso, desvelar el nombre de Nietzsche hace que, probablemente, el espectador ciego pueda tener más información que el espectador NVE en ese momento. En cualquier caso, el

descriptor británico no ha desvelado el nombre del conocido filósofo hasta que uno de los personajes del filme lo verbaliza expresamente, manteniendo el suspense de la escena.

Se observa además que la ADE ha recurrido en cinco ocasiones a la adición, algo que no se da nunca en la ADI, y tiende a combinar técnicas para describir un referente cultural, algo que tampoco sucede en la ADI, con excepción del recurso a la explicitación en el referente SM8 que, en sí misma, es una combinación de técnicas (*a typical Bollywood dance routine*). Las adiciones hacen referencia a información que no se contiene en la imagen (SM11: el autor de *Los tres mosqueteros*, SM8: canción que suena en el baile de Bollywood; SM10: nombre de películas protagonizadas por Amitabh Bachchan) o que es fácilmente deducible de la trama y de la información sonora (SM18: funcionamiento del programa *¿Quién quiere ser millonario?*). No obstante, todas las adiciones se dan en el GAD de la película *Slumdog millionaire*, pero no en los otros filmes que conforman nuestro corpus, lo que podría reforzar la idea de que se dan *tendencias* en la AD de referentes en un mismo texto audiovisual y por un audiodescriptor en concreto, pero que no son extrapolables a la AD de referentes culturales de forma generalizada en España o en Reino Unido.

#### 4.4.2.2 Religión

Los referentes religiosos que hemos encontrado en el corpus no son muchos pero tienen una carga simbólica muy importante en los filmes analizados. Hemos detectado 5 referentes culturales para los que se han empleado técnicas distintas a la hora de audiodescribirlos:

Referente	ADI	ADE
SM12	Explicitación	Explicitación + Adición
SM28	Descripción	Explicitación
MG22	Descripción	Descripción
MG23	Explicitación + descripción	Descripción
JN5	Generalización	Particularización

Tabla 26: Técnicas de AD de referentes culturales. Etnografía. Religión.

Es necesario destacar que cuatro de los cinco referentes se han localizado en las películas ambientadas en lugares exóticos, más alejados de las respectivas culturas de recepción. En efecto, tanto Danny Boyle como Rob Marshall llevaron a cabo una labor de acercamiento de la cultura reflejada en las películas a la audiencia occidental. Ambos eran conscientes de que sus espectadores no estarían familiarizados con las culturas que iban a reflejar en pantalla por lo que hicieron más accesibles determinados referentes, y en especial, los religiosos. Boyle era consciente de la dificultad que implicaba presentar una película situada en un país tan diferente. Así, imaginó la segunda escena, en la que los niños recorren las chabolas en tropel, como una introducción al filme porque “there’re so many barriers to a Western audience (...). Obviously it’s a strange world that people are not used to seeing on the screen” (Boyle, 2009). Por eso, respecto al SM12 (el dios Rama), Boyle realiza varios planos detalle y un flashback, técnicas cinematográficas que sirven para facilitar la comprensión del espectador respecto a este referente cultural totalmente extraño para la audiencia occidental no familiarizada con la cultura origen. En el mismo sentido, respecto al MG22, tanto Marshall como John deLuca, co-productor y coreógrafo, estaban de acuerdo en que, al mostrar la imagen de las tablillas funerarias, cualquier japonés entendería

inmediatamente que los padres de Chiyo habían fallecido, pero “for the Western audience, we don’t understand until we actually hear the words” (Marshall, 2007); por eso se incluyó una carta de un familiar, que lee en voz alta su tía para que el público comprenda el significado de esas tablillas funerarias. Si la audiencia fuera exclusivamente japonesa, esa explicación no sería necesaria, pero para hacerla accesible a una cultura diferente y alejada, la presencia de la carta era indispensable. Por esta razón los audiodescriptores han optado por describir las tablillas, y no especificar mucho más, ya que del diálogo se desprende su significado.

Parece que los descriptores han sido conscientes de la necesidad de explicar mejor estos referentes, por lo que han optado por la descripción (MG22) o por la explicitación (SM12, SM28), aunque en el primer caso, en la ADE, se ha optado por combinarla con una adición. Respecto al MG23, la ADI ha añadido a la descripción una explicitación, indicando el tipo de rito que se practica en ese templo, para ser mucho más preciso y quizá para acercar al público a la cultura origen. Es cierto que la construcción y arquitectura de un templo permite determinar el tipo de culto que se realiza en él. Pero lo cierto es que consideramos difícil que una audiencia meta alejada de este tipo de referentes culturales sea capaz de identificarlo, aunque los estudios de recepción serían los que nos dieran la respuesta.

Por último, en cuanto a JN5, la ADE emplea una particularización frente a una generalización en la ADI; el hecho de que el interruptor de la habitación de Juno sea el pene de una estatuilla budista aporta información sobre la protagonista, adolescente irreverente, pero también da cuenta del espacio en el que se enmarca.

El hecho de que la ADI generalice empleando “doll’s penis” nos hace pensar en que quizá el descriptor ha querido suavizar la irreverencia de Juno y, por tanto, omitir deliberadamente esa información. Podríamos plantearnos una reflexión sobre la motivación de esa omisión, y si, como dice Scandura (2004), esta supuesta autocensura no podría responder a cierta consideración de protección de la CBVE.

#### 4.4.2.3 Alimentación

Los referentes sobre alimentación son numerosos, y aparecen en todas las películas que conforman nuestro corpus.

Referente	ADI	ADE
SM13	Particularización	Generalización
SM14	Particularización	Sustitución cultural
SM15	Particularización	Particularización
MG24	Descripción	Particularización
MG25	Particularización	Generalización
MG26	Particularización	Particularización
PMS6	Descripción	Generalización
PMS7	Omisión	Particularización
JN1	Descripción	Descripción
JN8	Generalización	Particularización
JN9	Particularización	Particularización

Tabla 27: Técnicas de AD de referentes culturales. Etnografía. Alimentación.



Hemos localizado once referentes culturales sobre alimentación (comida y bebida) y la técnica recurrente para la AD de los mismos es la particularización en ambas versiones (54,54% de las ocasiones). Destacamos el uso de la metonimia, es decir, uso de marcas, para referirse a los productos en, al menos, tres ocasiones (SM15, Coca-cola; JN9, tic-tacs; PMS7, Sprite). Sin embargo, la ADE usa una generalización en SM13 y MG25 frente a la ADI que emplea la particularización en ambos casos (*chapatis*, típica comida india y *noodles*, comida asiática). Es probable que la audiencia meta británica esté más familiarizada con ese tipo de comida (india y asiática) que la española; en cualquier caso, el empleo de estos términos contribuye a un mayor acercamiento de la cultura india o japonesa al espectador con deficiencia visual, algo que no sucede con la ADE. Asimismo, en MG24, la ADI ha elegido la descripción la primera vez que se hace referencia a un *ekubo* (“a ceremonial rice cake inside it”). Una vez explicado por el descriptor y verbalizado por uno de los personajes, la ADI emplea la particularización, algo que la ADE hace desde el primer momento, sin explicar lo que es, por lo que es probable que la mayoría de la audiencia no entienda de qué se trata, al tratarse de un referente muy alejado de la cultura de recepción.

En SM14, la ADI ha optado por la particularización *té*, mientras que la ADE ha descrito la bebida marrón que se sirve a Jamal como *café*; puede que el descriptor español no se haya parado a pensar que en la India es más probable que se trate de té y no de café, por eso no podemos afirmar claramente si estamos ante una sustitución cultural o ante un error de apreciación.

#### 4.4.2.4 Indumentaria y maquillaje.

En cuanto a la indumentaria y el maquillaje, se han analizado 17 referentes culturales, que se encuentran esencialmente en las dos películas que se desarrollan en entornos exóticos.

Referente	ADI	ADE
SM16	Descripción	Descripción + Adición
SM17	Descripción	Omisión
SM25	Descripción	Omisión
SM26	Omisión	Particularización
MG37	Descripción	Particularización
MG38	Particularización	Particularización
MG39	Particularización	Generalización
MG8	Descripción	Descripción
MG9	Explicitación	Descripción
MG10	Sustitución cultural	Particularización
MG11	Generalización	Particularización
MG12	Descripción	Descripción
MG13	Omisión	Explicitación
MG35	Descripción	Particularización
MG27	Descripción	Particularización
PMS21	Descripción	Omisión
PMS22	Particularización	Descripción

Tabla 28. Técnicas de AD de referentes culturales. Etnografía. Indumentaria

La descripción ha sido la técnica más empleada en la ADI (52, 94%), mientras que la ADE ha recurrido a la particularización en el 41,17% de los casos. El

recurso a la descripción en la ADI para dar cuenta del vestuario y del maquillaje de las películas parece una solución acertada, ya que, como venimos diciendo, las audiencias meta no están familiarizadas con los ropajes del Japón de principios del siglo pasado o de la India. Por esta razón el GAD británico suele describir los mismos. Excepcionalmente, emplea otras técnicas residuales como la explicitación, en el caso del MG9 (“*geta*, the raised wooden clogs worn by geisha”) y una vez explicado, emplea el préstamo en otra ocasión; o la sustitución cultural en el MG10 para referirse a los *tabi* (que describe como “a pair of slippers”). Sin embargo, en las ocasiones en las que usa la particularización, recurre al uso de préstamos para referirse a prendas de vestir japonesas (*kimono*, *yukata*, *geta*, *obi*). Esto permite dotar la GAD de mayor colorido local; sin embargo, es necesario valorar el grado de familiaridad de la audiencia con el referente en cuestión, pues, en nuestra opinión, puede darse el efecto contrario, es decir, producir confusión. Hoy en día, la cultura occidental sabe lo que es un kimono. No obstante, no estamos tan seguros de que la mayoría del público (tanto NVE como CBVE) sepa lo que es un *obi* o una *yukata* sin disponer de cierta ayuda para su comprensión. En cualquier caso, llama especialmente la atención cómo se ha abordado la AD del vestuario en *Memorias de una geisha* por parte de ambos descriptores. La diseñadora de vestuario Colleen Atwood manifestó que había occidentalizado el *kimono*, puesto que la audiencia occidental no estaba familiarizada con los ropajes japoneses tradicionales. Para ello, trabajó con los materiales pero sobre todo con los colores para confeccionar kimonos que identificaran a las mujeres que los llevaban.

Kimonos that were resplendent in vibrant reds, striking blues and dazzling greens defined Gong’s Hatsumomo, while Yeoh’s Mameha, who is the epitome of the

perfect *geisha*, was attired in serene colors that match her cool demeanor. Sayuri's, played by Zhang, transformation is depicted by the change in her kimonos from basic, modest cotton to rich, elegant silk (Atwood, 2005).

Así, la indumentaria determina el rango social de los personajes, por lo que Chiyo pasa de llevar batas de algodón grises atadas con un trozo de tela, a kimonos de primavera para ir a la escuela y espectaculares kimonos de seda con estampados florales cuando consigue convertirse en geisha. Como hemos dicho, la ADI opta por la descripción, y excepcionalmente por la particularización. Sin embargo, la ADE tiende al empleo de la particularización en la AD de prendas de vestir mediante el uso de préstamos (*kimono, tabi, obi*).

Asimismo, nos parece interesante traer a colación las referencias al maquillaje que aparecen en este filme (MG13 y MG35), en las que la ADE explicita que la geisha lleva una W sin maquillar en la nuca. La ADI, de forma un tanto más sutil, indica que "she learns how to apply light make up to her back, in a way that leaves glimpses of naked skin in the nape of her neck". La existencia de un trozo de piel en la nuca de la geisha sin maquillar responde a una tradición ancestral, y se asocia con el erotismo que tiene para la cultura japonesa el intuir que debajo de todos los ropajes y el maquillaje que cubre a la geisha hay una mujer real. En este caso, ambos descriptores describen este detalle que, todo sea dicho, pasa desapercibido para un espectador medio (atendiendo, sobre todo, a la luz tenue de la escena que apenas permite ver a los personajes con nitidez). Pero al no explicarse el porqué de esa W, quizá el espectador pueda intuir que esa W encierra un significado, pero no pueda deducirlo únicamente por el contexto y, a no ser que esté familiarizado con la cultura japonesa, no sepa exactamente a qué se debe.

Por último, resulta curioso que no se haya dado la importancia que merece la descripción de la camiseta que lleva Dwayne en *Pequeña Miss Sunshine* (PMS21), ya que la ADI la ha descrito de forma errónea (solo indica el color blanco) y la ADE directamente la ha omitido. En la camiseta se encuentra estampada la cara del Gran Hermano que aparece en la película *1984* (Radford, 1984), y que, una vez más, caracteriza al personaje de Dwayne. Sin embargo, esto no se ha indicado en ningún GAD y de forma general, el vestuario pasa bastante desapercibido en los filmes ambientados en EE.UU. Dwayne lleva en otro momento otra camiseta amarilla con el mensaje “Jesus was wrong” que entronca directamente con su faceta nihilista y con su fascinación por Nietzsche. Ninguno de los descriptores ha descrito las camisetas de Dwayne a pesar de que, como decimos, encierran un significado importante para entender la personalidad de Dwayne. Lo mismo ocurre en *Juno*, el vestuario no ha sido descrito. Y si bien es cierto que el diseño de vestuario en los filmes ambientados en lugares alejados y exóticos es más vistoso y espectacular, todo vestuario tiene un significado para el filme. Sin embargo, parece que en las películas ambientadas en EE.UU. pasa mucho más desapercibido.

#### 4.4.2.5 Medicina. Drogas.

Respecto a medicinas o drogas, se han detectado tres referentes culturales en los GAD.

Referente	ADI	ADE
PMS8	Particularización	Particularización
PMS9	Descripción	Particularización

JN19	Particularización	Particularización
------	-------------------	-------------------

Tabla 29. AD de referente culturales. Etnografía. Drogas y medicina.

Para describir este tipo de referentes, se ha recurrido en todos los casos a la particularización. Solo en uno de ellos la ADI ha optado por la descripción frente a la particularización de la ADE. Se trata del referente PMS9 que alude al test de Ishihara. Cuando están en el hospital esperando noticias del abuelo, Olive coge unos folletos para comprobar la agudeza visual y el daltonismo que se encuentran en la sala de espera. Más tarde, en el coche, Olive le hace los tests a Dwayne, y cuando va a comenzar el segundo, advierte “Now, I’m going to check to see if you’re color blind” (“Ahora voy a ver si eres daltónico”). El test de Ishihara es el más utilizado para detectar discromatopsias (daltonismo, entre otras), y dado que los receptores de las AD son personas con deficiencias visuales, quizá la descriptora española ha considerado que podrían identificar el tipo de test aludiendo a él mediante su nombre propio. Además, las palabras de Olive pueden ponerlos sobre la pista (“¿Cuál es la letra que hay en el círculo?”). Sin embargo, hay que señalar que hay muchos tipos de deficiencias visuales y, dentro de una misma deficiencia, muchos tipos de receptores, por lo que quizá no todo el mundo pueda relacionar “test de Ishihara” con la imagen que le muestra Olive a Dwayne. En cualquier caso, la ADI ha descrito la lámina que Olive le enseña a Dwayne, descartando referirse a la misma mediante el nombre técnico del test.

## 4.4.2.6 Transportes.

Se han localizado un total de diez referentes culturales sobre medios de transportes.

Referente	ADI	ADE
MG4	Particularización	Generalización
SM6	Particularización	Explicitación
MG3	Particularización	Particularización
MG32	Generalización	Generalización
MG45	Particularización	Particularización
PMS10	Generalización	Particularización
PMS11	Particularización	Particularización/ Generalización
PMS12	Particularización	Particularización
PMS13	Descripción	Sustitución cultural
JN12	Particularización	Generalización

Tabla 30. Técnicas de AD de referentes culturales. Etnografía. Transportes.

La AD de referentes culturales sobre medios de transporte se caracteriza por el empleo de la particularización en la ADI (70% de las veces) frente a un uso menos frecuente de la misma técnica en la ADE (50%), junto con la generalización. En este apartado, destaca el recurso a las marcas de coches (Mazda, Jeep, Jaguar, Previa, Volkswagen), sobre todo en la ADI; sin embargo, la ADE ha recurrido en una ocasión a la sustitución cultural para referirse a la motocicleta que lleva Richard en *Pequeña Miss Sunshine* (“una motocicleta tipo Vespino”) frente a la descripción de la ADI (“an underpowered moped”). Las

marcas de coches identifican el estatus social de los personajes que los llevan: el Jaguar que identifica al examante de Frank nos da cuenta de su éxito económico y social, que contrasta con el coche utilitario, un Mazda rojo, de Sheryl. También sirven para ilustrar una situación de conflicto (los *jeep* o vehículos militares en *Memorias de una geisha*). De todos los referentes analizados, el que sin duda presenta una carga simbólica más importante es la furgoneta amarilla de *Pequeña Miss Sunshine*, que se erige como un personaje más del filme. Los descriptores optan indistintamente por la generalización (“una furgoneta”, “a yellow campervan”) o por la particularización (“a yellow and white Volkswagen camper”, “una vieja Volkswagen amarilla”), e incluso en ocasiones la ADI opta por emplear las siglas “VW” para referirse a la misma. La inclusión de esta furgoneta no es casual, ya que ya venía descrita con detalle en el guion de Michael Arndt, pues respondía a un recuerdo de su infancia. En la cultura americana, su imagen se asocia a la época hippie de los años 70 y al surf en las playas de California. En el filme, no deja de ser una metáfora de la vida: para que pueda ponerse en marcha, es necesario que todos a una la empujen a la vez para que coja velocidad. Y destaca el color amarillo, ya que así es imposible que pase desapercibida, pero además, como el sol, es fuente de energía, es el motor que impulsa a la familia y propicia un cambio en sus vidas. No es de extrañar que las referencias a la furgoneta en los GAD sean tan numerosas (24 ocasiones en la ADI frente a 21 en la ADE).

Destacamos igualmente el uso de la particularización por parte de ambos GAD para referirse a los *rickshaws* (MG3), los vehículos de dos ruedas típicos de los países asiáticos. Es muy probable que ambas audiencias meta estén familiarizadas con este medio de transporte, por lo que el uso de la particularización vendría justificado, además de aportar mayor colorido local al



GAD. Sin embargo, a la hora de referirse a los *tuc-tucs* (SM6), los descriptores difieren en las técnicas adoptadas. Mientras que la ADI sigue apostando por la particularización, la ADE opta por una explicitación (“*tuc-tucs*, los taxis típicos de la India”), quizá porque considere que la distancia cultural que separa España de la India pueda ser mayor y el espectador necesite una mayor guía para entender este referente.

#### 4.4.2.7 Costumbres

Se han detectado cinco referentes culturales que hacen referencia a las costumbres.

Referente	ADI	ADE
MG14	Descripción	Descripción
JN5	Descripción	Omisión
JN6	Particularización	Descripción
JN7	Descripción	Descripción
MG34	Descripción	Descripción

Tabla 31. Técnicas de AD de referentes culturales. Etnografía. Costumbres

La técnica recurrente en este caso es la descripción por parte de ambos descriptores, lo que parece bastante lógico atendiendo a la distancia cultural entre las culturas representadas en los filmes (sobre todo exóticos) y las audiencias meta. Solo en una ocasión la ADE ha omitido un elemento que la ADI ha descrito: se trata del referente JN5, el anillo de casada de Vanessa en *Juno*. Es curioso que el descriptor inglés haya descrito la presencia de este anillo en el

cuarto dedo de la mano izquierda cuando introduce al personaje de Vanessa, para dar cuenta de que efectivamente está casada. Este detalle ha pasado desapercibido en la ADE o en su caso el descriptor no lo ha encontrado relevante (a pesar del primer plano de su mano que ofrece Reitman). En otra ocasión, la ADI se ha decantado por la particularización (JN6, “ghetto prophet hand”), mientras que en ese caso la ADE ha descrito cómo se saludan ambos personajes.

Cabe destacar que en el caso de MG34, ambos textos han descrito numerosas reverencias que se realizan a lo largo de todo el filme de *Memorias de una geisha* pero, obviamente, no las han identificado con los nombres propios que las caracterizan. En efecto, en Japón existe multitud de tipos de reverencias en función de la relación que existe entre los interlocutores, de la ocasión o de la finalidad. En este caso, y dado la evidente distancia que existe entre la cultura origen y las respectivas culturas meta, la generalización ha sido la opción elegida por ambos descriptores.

#### 4.4.3 Referentes sociopolíticos.

Hemos analizado 34 referentes culturales sobre sociopolítica que identifican edificios y personajes históricos, profesiones y cargos, barrios, calles y edificios etc. y para los que, de manera general, se han adoptado técnicas diferentes en función de la ubicación geográfica y cultural del descriptor.

## 4.4.3.1 Edificios históricos.

La presencia de lugares emblemáticos, edificios históricos etc. plantea un interesante reto para el descriptor. En efecto, será necesario que identifique la importancia de ese lugar para la trama; pero además, tendrá que considerar si el receptor medio al que va dirigido el filme será capaz de identificar ese lugar. En otras palabras, si se trata de un edificio que la mayoría de gente puede identificar fácilmente o por el contrario, si no lo es.

Referente	ADI	ADE
SM1	Descripción + particularización	Particularización + descripción + adición
SM2	Generalización	Explicitación + adición

Tabla 32. Técnicas de AD de referentes culturales. Referentes sociopolíticos. Edificios históricos

Los dos referentes históricos aparecen en el GAD de *Slumdog millionaire*. Como vemos, en el primero caso la ADI opta por una combinación de técnicas al igual que la ADE; sin embargo, esta última introduce una adición para describir el Taj Mahal. Parece que el descriptor español ha sentido la necesidad de informar con gran detalle al receptor sobre este emblemático edificio, y amplifica considerablemente la información que aparece en pantalla y que, consideramos, forma parte de la cultura general que tenga (o no) cada receptor (independientemente de que padezca una deficiencia visual). Mediante esta adición, el descriptor facilita datos que no se deducen de la imagen y que tampoco contribuyen a entender mejor la trama. Los datos que ofrece el descriptor son ciertos: el Taj Mahal fue declarado patrimonio de la humanidad por la UNESCO en 1983 y es, sin duda, uno de los reclamos turísticos más

importantes de la India, pero ¿hasta qué punto es necesaria esta información, no solo para la trama, sino para asegurar el disfrute del receptor? Podríamos, además, plantearnos si en este caso no se está infringiendo la norma UNE 153020 que establece claramente que la AD no debe suplir “pretendidas carencias” (AENOR, 2005: 8). Asimismo, no debemos olvidar que la finalidad de la AD es situar al espectador con deficiencias visuales en una situación lo más parecida posible a la de un espectador que puede ver. En este caso, cabría preguntarse si, con la AD aportada, el espectador con deficiencia visual no tiene más información que el espectador NVE, y sobre todo por qué. Lo que es evidente es que el espectador español dispone de más información que el inglés, ya que la ADI se limita a describirlo y a indicar el nombre del edificio. Consideramos que el Taj Mahal es conocido por la mayor parte de ambas audiencias meta por lo que quizá la adición de la ADE no parece necesaria.

La ADE ha optado por una técnica similar para describir la estación de tren Chhatrapati Shivaji, que fue elegida explícitamente por Boyle por tratarse de una de las estaciones más famosas de Mumbai. La ADI es más parca en detalles, limitándose a ofrecer una generalización; sin embargo, la ADE vuelve a optar por una particularización con una adición, facilitando mucha más información de la que se deduce exclusivamente de la imagen. El uso del nombre propio de la estación, en este caso, contribuye a una mayor precisión, pero como afirman Szarkowska y Jankowska, la elección de la técnica de traducción por parte del descriptor no solo depende del contexto de la película sino sobre todo de la “envisaged familiarity of the target viewers with the place in question” (2015: 249). Parece que el descriptor británico ha considerado que su audiencia no reconocería la estación y, por tanto, ha optado por una generalización. Sin

embargo, el descriptor español no solo la nombra sino que además introduce información que no se encuentra en la imagen ni implícita ni explícitamente (estilo gótico, patrimonio de la humanidad por la UNESCO etc.)

Estos dos ejemplos son significativos ya que las dos versiones de AD son muy dispares; además en las ADE se observa el recurso a la adición, algo que no suele darse en las ADI. Pero también es destacable que ambos referentes y ambas técnicas se concentran en un solo GAD, *Slumdog millionaire*, cuya trama se ubica en un entorno alejado de la cultura meta.

#### 4.4.3.2 Personajes históricos.

Se han detectado cuatro personajes históricos en nuestro corpus:

Referente	ADI	ADE
SM3	Particularización	Omisión
PMS5	Omisión	Particularización
JN13	Omisión	Omisión
JN20	Omisión	Omisión

Tabla 33. Técnicas de AD de referentes culturales. Sociopolítica. Personajes históricos.

Para la descripción de personajes históricos, se ha optado en varias ocasiones por la omisión. En *Slumdog millionaire*, Boyle presenta un sema visual en el Taj Mahal que, al parecer, ha pasado desapercibido para el descriptor español. Se trata de la princesa Diana de Gales (SM3). La ADI, en este caso, se sirve de una particularización para nombrar a la Princesa Diana, mientras que la ADE ha omitido la presencia de este referente, quizá porque haya considerado que esa

información no era relevante. Sin embargo, ya venía explicitado en el guion original de la película. Y además, no debemos olvidar que Boyle es un director británico y que los lazos entre Reino Unido y la India son muy estrechos por razones históricas. Se trata de un guiño a la audiencia, ya que muestra un punto de conexión entre ambas culturas, un acercamiento entre occidentales e indios, por lo que sí tiene relevancia en la escena. Asimismo, la princesa Diana es conocida en todo el mundo, también en España, y se trataría, en este caso, de un referente cultural universal y compartido por ambas culturas meta. Es muy posible que ambas audiencias meta recuerden esta famosa fotografía, por lo que, estimamos, la omisión en la ADE no estaría justificada.

Sin embargo, existe otro elemento no descrito esta vez por la ADI pero sí por la ADE. Se trata de George Bush (PMS5). En este caso, la omisión en la ADI está justificada ya que, en el caso español, la AD viene condicionada por el doblaje, que en este caso es inexistente. La intervención de Bush no se ha doblado al español, por lo que es muy probable que la mayoría de espectadores españoles no reconozcan la voz del conocido ex-presidente americano (no así para los espectadores de habla inglesa); tampoco existe otra fuente de información que le permita inferir de quién se trata, por lo que, en este caso, parece lógico describirlo. Los directores Dayton y Faris declaran que este clip era muy importante porque querían situar la acción en el tiempo, y más concretamente, durante la presidencia de Bush ya que, según ellos, ese periodo fue especialmente convulso para los EE.UU. Por tanto, parece que la opción de ambos descriptores han sido adecuadas a las expectativas de las audiencias meta.

Por último, existen dos referentes que han sido omitidos por ambos GAD y que, sin embargo, tienen un significado importante para conocer al personaje de

Leah, la mejor amiga de Juno. La habitación de la joven adolescente está forrada de pósteres de hombres maduros. Destacan dos fotos en un segundo plano: una de Bill Clinton y otra de Carlos de Inglaterra. Ninguna de las AD hace mención a estas fotografías, aunque no deja de ser curioso que una adolescente de 16 años sienta atracción y empapele las paredes de su cuarto con fotos de estos personajes. Una vez más, el entorno sirve para conformar el personaje de Leah, aunque en este caso, el espectador ciego o con deficiencia visual no tendrá acceso a esa información ya que ambos descriptores la han omitido.

#### 4.4.3.3 Profesiones, cargos, trabajos, lugares de trabajo.

Se han analizado ocho referentes culturales relativos a profesiones, cargos, lugares de trabajo etc.

Referente	ADI	ADE
SM4	Particularización	Explicitación
SM27	Particularización	Particularización
MG22	Descripción	Particularización
MG33	Particularización	Particularización
MG40	Particularización	Generalización
PMS23	Particularización	Omisión
PMS24	Particularización	Generalización
PMS25	Particularización	Particularización

Tabla 34. Técnicas de AD de referentes culturales. Sociopolítica. Profesiones y cargos.

La particularización es la técnica predominante en la ADI, en la que solo en una ocasión (en MG22, *maiko*) se opta por la descripción; en la ADE, la particularización también es la técnica más empleada, aunque también se emplean otras técnicas como la generalización (MG40, militares americanos, o PMS24, presentador).

#### 4.4.3.4 Barrios, calles, edificios.

Se han analizado veinte referentes culturales sobre calles, barrios o tipos de edificios. Destacamos su presencia sobre todo en *Memorias de una geisha*.

Referente	ADI	ADE
MG5	Generalización	Generalización
MG6	Particularización	Particularización
MG15	Explicitación	Generalización
MG16	Explicitación	Descripción
MG36	Explicitación	Generalización
MG46	Descripción	Descripción
MG17	Descripción	Descripción
MG18	Generalización	Generalización
MG19	Explicitación	Descripción
MG20	Descripción	Descripción
MG7	Descripción	Particularización
JN14	Descripción	Descripción
JN15	Particularización	Generalización
JN16	Omisión	Explicitación
JN17	Particularización	Generalización
JN18	Generalización	Generalización



PMS18	Particularización	Generalización
PMS17	Descripción	Generalización
PMS19	Generalización	Generalización
PMS20	Sustitución cultural	Generalización

Tabla 35: AD de referentes culturales. Sociopolítica. Barrios, calles, edificios.

Se observa que para la AD de estos lugares (barrios, edificios, calles), la ADI opta más por la descripción (hasta en 6 ocasiones), aunque se da cierta diversidad en las técnicas, mientras que la ADE se decanta por la generalización en once ocasiones, seguida de la descripción también, aunque en menor medida. Sobre todo, para aquellos referentes que se encuentran ubicados en entornos exóticos, se tiende a la generalización en español frente a la descripción o la explicitación en inglés. Así, lugares como la escuela de las geishas, las casas de té, los baños públicos de *Memorias de una geisha* se han descrito en ambos GAD; mientras que la casa unifamiliar, el motel o la cafetería de *Pequeña Miss Sunshine* se han generalizado en la ADE, y en la ADI se han empleado diversas técnicas, desde la particularización (“diner”) hasta la generalización (“motel”). El empleo de la descripción para describir los lugares es una técnica que consigue adentrar al espectador en el entorno que se le presenta, por lo que es de suponer que su nivel de satisfacción y de disfrute será mayor. No obstante, nos parece interesante apuntar que la ADI ha empleado la explicitación en tres ocasiones, y en dos de ellas se observa el empleo de dos préstamos (MG15, “*Hanamachi, the geisha district*”; MG16, “*the kaburenjo theatre and school*”; MG19, “*the neighbouring pleasure district*”). En estos casos, entendemos que el GAD inglés contribuye a acercar más al espectador al entorno exótico y alejado que se refleja en la pantalla, introduciendo la palabra exacta que define los edificios o barrios, pero además explicando al espectador de qué se trata.

Como hemos dicho, el recurso a la descripción de los lugares contribuye a que el receptor se haga una idea más cercana de lo que se está viendo en pantalla, sobre todo cuando se trata de lugares alejados de las respectivas culturas meta, y que entre en la película de una forma más parecida a cómo lo hace un espectador NVE. La generalización, al contrario, hace que se pueda perder más precisión o colorido local, algo que no es tan grave en películas ambientadas en Estados Unidos, con cuyos entornos los receptores meta se encuentran más familiarizados. Es lo que se observa en los referentes de *Pequeña Miss Sunshine* o *Juno*.

#### 4.5 Recapitulación

Llegados a este punto, consideramos que hemos cumplido los dos objetivos O1<sup>ED</sup> y O2<sup>ED</sup> descritos al inicio de este Capítulo, ya que después de establecer la metodología de estudio y los parámetros de análisis (apartados 4.1. y 4.2.), hemos procedido al análisis cuantitativo y cualitativo de los referentes culturales de nuestro corpus. Procedemos, pues, a establecer las conclusiones generales del estudio, es decir, a cumplir el O3<sup>ED</sup>:

- Referentes geográficos: los descriptores han coincidido en las técnicas adoptadas en el 50% de los casos. Estas coincidencias se han observado en las AD tanto en inglés como en español de *Memorias de una geisha*. Ambos emplean la particularización para la AD de referentes sobre flora y fauna,

pero emplean la generalización para la descripción de mares o ríos. Parece que, al haber una distancia similar entre ambas culturas de recepción y el texto audiovisual, los descriptores han empleado las mismas estrategias que, siguiendo lo observado por Pedersen, estarían más orientadas al texto origen en cuanto a la flora (particularización) o en cierto modo neutral (generalización). Sin embargo, en el resto de filmes no se observan coincidencias en las técnicas adoptadas. Mientras que en *Juno*, la ADI emplea la particularización para describir las flores, la ADE opta por generalizar o incluso omitir estos referentes, quizá porque el descriptor haya considerado que no son relevantes para la trama o que carecen de valor simbólico, algo que, como hemos visto, no es cierto. En cuanto a *Pequeña Miss Sunshine*, la ADI se decanta por el uso de la descripción de los paisajes, quizá por la distancia geográfica existente entre cultura origen y meta, mientras que en *Slumdog millionaire*, emplea la generalización, probablemente porque los referentes resultan irrelevantes para la trama. No obstante, la ADE ha empleado diversas estrategias en estos dos filmes, desde la explicitación de un río (*Slumdog millionaire*) hasta la particularización de determinados lugares en *Pequeña Miss Sunshine*. Parece, pues, que la distancia geográfica y cultural no es determinante a la hora de elegir las técnicas de traducción de referentes geográficos, ya que, aunque en *Memorias de una geisha* sí se observa cierta tendencia hacia el empleo de técnicas orientadas hacia el texto origen, no se observa lo mismo en *Slumdog millionaire*, que presenta igualmente el elemento de extrañamiento.

- Referentes etnográficos: la disparidad de técnicas entre la ADI y la ADE es absoluta, y se dan pocas coincidencias en las mismas.
  - Arte y cultura popular: Llama especialmente la atención que en la ADE predomina la combinación de estrategias para describir estos referentes en el 75% de los casos de *Slumdog millionaire*, algo que puede parecer lógico atendiendo a la dificultad que presentan estos referentes debido a la distancia cultural entre España y la India. No obstante, destacamos que determinados referentes (el libro *Los tres mosqueteros* de A. Dumas, el programa de televisión *¿Quién quiere ser millonario?*, el baile de Bollywood) son referencias culturales con las que la audiencia meta se encuentra familiarizada, por lo que quizá las adiciones observadas en las AD no sean necesarias y puedan, al contrario, producir cierta saturación en el espectador. Al respecto, la ADI ha empleado la particularización o la generalización, aunque no creemos que la razón sea la cercanía existente, aunque solo sea por razones históricas, entre la cultura mostrada en el filme y la cultura de recepción, sino que en la mayoría de los casos se ha atendido al contexto fílmico, es decir, a la información facilitada por la película. Destacamos que en cuanto a la AD de deportes o instrumentos de ocio (*discman*, *gameboy*) sí se han empleado estrategias similares, dado que se trata de referentes compartidos.

- **Religión:** por su propia naturaleza, estos referentes necesitan de una ayuda adicional al espectador (tanto CBVE como NVE) para acercarlos a las respectivas culturas meta que guardan una distancia similar respecto a las culturas reflejadas en pantalla. Para ello, los descriptores han optado por técnicas combinadas, en las que encontramos la explicitación, que permite, por una parte, conservar un término propio del texto origen, pero añadiendo una explicación para facilitar la comprensión de ese referente; y la descripción, que permite al espectador ciego hacerse una idea más aproximada de lo que aparece en pantalla. No obstante, señalamos que la adopción de la generalización para describir la estatuilla de Buda de *Juno* por parte de la ADI puede responder a cierta autocensura (Scandura, 2004) por parte del descriptor, ya que nadie puede negar que Buda es un referente compartido por ambas culturas y sobre todo que el hecho de que el interruptor sea el pene de Buda es una irreverencia del personaje; el hecho de que se describa como “a doll’s penis” no podría justificarse por una falta de conocimiento del descriptor.
- **Alimentación:** Predomina el uso de la metonimia para referirse a productos conocidos por ambas culturas; sin embargo, en el caso de *noodles* o *chapatis*, la ADE ha empleado la generalización, ya que es probable que la audiencia meta o estuviera familiarizada con este tipo de alimentos, mientras que la ADI ha particularizado, probablemente porque su audiencia sí los conoce.

- **Indumentaria:** La distancia cultural respecto a la indumentaria se hace más patente en *Memorias de una geisha*. Pero de manera general, la ADI ha empleado de forma más recurrente la descripción de ropajes mientras que la ADE se ha decantado por la particularización. Si bien es cierto que la descripción permite que el receptor se haga una representación de lo que se ve en pantalla más completa, la particularización otorga mayor precisión, pero quizá no contribuya a que el receptor ciego pueda hacerse una idea aproximada de lo que se describe, ya que la distancia cultural es grande y no se encuentra familiarizado con ese tipo de vestuario.
- **Medicina y drogas:** Existe coincidencia en el empleo de la particularización en ambas AD, dados los conocimientos compartidos de las culturas de recepción.
- **Transportes:** predomina el uso de la particularización (uso de marcas) en todos los filmes y en ambas AD. Solo se observa una explicitación para los *tuctucs* de *Slumdog millionaire* en la ADE, quizá por temor del descriptor español a que su audiencia no entendiera de qué se trataba.
- **Costumbres:** predomina el uso de la descripción, teniendo en cuenta que con esta técnica los receptores pueden hacerse una idea más concreta de lo que se está viendo en pantalla y en la mayoría de casos son gestos compartidos por ambas culturas.

- Referentes sociopolíticos:
  - Edificios históricos: mientras que la ADE ha optado por combinar estrategias a la hora de describirlos, la ADI ha considerado el grado de familiaridad del espectador respecto al edificio mostrado en pantalla, por lo que mientras el Taj Mahal ha sido explicitado, la estación Chhatrapati Shivaji se ha generalizado.
  - Personajes históricos: en ambas AD se ha empleado mayoritariamente la omisión, probablemente por considerar que carecen relevancia para la trama.
  - Profesiones y cargos: se ha empleado mayoritariamente la particularización en ambas AD.
  - Barrios y calles: mientras que en *Memorias de una geisha* la ADI emplea más la explicitación, al tratarse de lugares alejados de la cultura de recepción, la ADE ha optado por la generalización o la descripción, privando al GAD del colorido local que presenta la versión inglesa. Sin embargo, para las películas ambientadas en EE.UU, la ADE sigue optando por la generalización mientras que la ADI opta por una variedad de estrategias que van desde la particularización a la generalización o la descripción.

Como se desprende de la Tabla nº 23, si bien es cierto que la técnica de traducción más empleada a lo largo del corpus es la particularización por parte

de ambas versiones, lo cierto es que no se emplean en las mismas ocasiones. Parece que los descriptores toman en consideración su ubicación geográfica y cultural, así como los conocimientos previos de su audiencia para adoptar una técnica de AD determinada. Así, el recurso a la particularización facilita la entrada de elementos propios de la cultura representada en pantalla en el GAD. La generalización, por otra parte, conlleva una pérdida de detalle, pero en contraposición, contribuye a una mejor comprensión del referente, sobre todo si la audiencia no está familiarizada con el mismo.

La tendencia que se observa en la ADE de combinar estrategias (sobre todo en los referentes etnográficos relativos a arte y cultura de *Slumdog millionaire*) o el recurso a la descripción de ambas versiones de los referentes etnográficos sobre religión o la explicitación en indumentaria o en barrios y calles, llevan a pensar que, tal y como manifiesta Pedersen, los referentes culturales suponen “translation crisis points” también en AD, en el sentido de que constituyen “turning points at which the translators have to make active decisions” (2005: 1). Cuanto mayor sea la distancia cultural entre la cultura que se refleja en la pantalla y la cultura de recepción, mayores dificultades encontrarán los descriptores. El recurso a la combinación de técnicas, a la descripción y la explicitación dan cuenta de que el descriptor es consciente de que debe hacer un mayor esfuerzo para vehicular la información que aparece en pantalla. En la siguiente tabla presentamos las estrategias utilizadas, esta vez para cada película audiodescrita:



	<i>Slumdog millionaire</i>		<i>Memorias de una geisha</i>		<i>Pequeña Miss Sunshine</i>		<i>Juno</i>	
	ADI	ADE	ADI	ADE	ADI	ADE	ADI	ADE
Particularización	10	3	13	17	11	12	10	4
Generalización	6	3	8	12	2	6	4	7
Descripción	5	-	15	12	8	1	4	5
Explicitación	2	4	4	2	-	-	-	1
Sustitución cultural	-	2	1	-	2	2	-	-
Omisión	2	5	1	-	2	4	3	4
Combinación de estrategias	1	9	1	-	-	-	-	-

Tabla 36. Técnicas de AD por película

Como ya hemos indicado anteriormente, el objeto de este estudio es esencialmente cualitativo. No obstante, nos parece interesante traer a colación los resultados numéricos en cuanto a técnicas más empleadas, esta vez en cada versión de AD de las películas analizadas.

La particularización ha sido la técnica preferida en tres de las cuatro películas con ADI. Solo en *Memorias de una geisha*, la técnica preferida ha sido la descripción. Esto podría llevarnos a pensar dos cosas: en primer lugar, que el recurso a la particularización se explica por las normas sobre AD que imperan en Reino Unido, pero también porque tanto *Juno* como *Pequeña Miss Sunshine* refieren elementos culturales conocidos por la cultura meta británica. Lo mismo (o algo muy similar) podría predicarse de *Slumdog millionaire*, donde es muy probable que por razones históricas y culturales, la audiencia meta esté mucho más familiarizada con la cultura que se representa en pantalla. Por esta razón,

entendemos, que determinados referentes sobre alimentación (*chapatis*), lugares (Taj Mahal), medios de transporte (*tuc-tuc*) etc. son compartidos y por tanto no requieren de una mayor intervención del descriptor. Por otro lado, el ambiente exótico y alejado de *Memorias de una geisha* parece que obliga al descriptor a acercar esta cultura a sus receptores mediante la descripción de lugares exóticos o también, en menor medida, la explicitación.

Sin embargo, el caso de la ADE es distinto. No hay una técnica que prevalece de forma general sobre las demás, aunque numéricamente sí sea la particularización (véase Tabla nº23, apartado 4.3.3.). Cada película se caracteriza por la preferencia en el empleo de una técnica particular. En las dos películas americanas, las técnicas difieren: en *Juno* se tiende a usar la generalización, mientras que en *Pequeña Miss Sunshine* es la particularización la que se impone, aunque, a diferencia de las dos películas ambientadas en entornos distintos, se emplean una gran diversidad de técnicas. Podría explicarse igualmente por el grado de familiarización de la audiencia meta con los referentes culturales que no requieren de explicación alguna por formar parte del acervo cultural de los receptores. Así, el uso de la particularización ofrecería más detalle, la generalización se concentraría en ofrecer una visión más global. No obstante, en *Slumdog millionaire* se ha empleado mayoritariamente una combinación de estrategias. Esto sin duda puede explicarse por el evidente extrañamiento entre la cultura de recepción y la representada en la pantalla. Es muy probable que la audiencia desconozca los referentes que aparecen en este filme. Por último, y quizá lo que más nos ha llamado la atención, es el recurso sistemático a la particularización en *Memorias de una geisha*. Podríamos afirmar que se tiende a extranjerizar el GAD, dotándolo de elementos exóticos y permitiendo que estos

entren e impregnen la AD. No obstante, pensamos que esto deriva del estilo personal de la audiodescriptora, pero no podemos extrapolar estos resultados a la AD de referentes culturales en general dada la limitación de nuestro corpus (ver apartado 6.2.).

En cualquier caso, estimamos que los estudios de recepción serán una pieza clave para determinar la adecuación de la elección de determinadas técnicas de traducción de referentes culturales en España, algo que nos proponemos hacer en el capítulo siguiente.



## 5 Capítulo 5. Estudio de Recepción

*“Quieres que te diga lo que estoy pensando, Dime,  
Creo que no nos quedamos ciegos, creo que estamos ciegos,  
Ciegos que ven, Ciegos que, viendo, no ven”.*

José Saramago, Ensayo sobre la ceguera.

En este capítulo, abordamos la fase experimental de la presente tesis. Como ya hemos adelantado, el presente Estudio de Recepción (ER) consiste en realidad en dos estudios separados pero conectados entre sí que persiguen objetivos diferentes pero convergentes. La primera parte de este capítulo aborda el Estudio de Recepción 1 (ER1): partiremos de la explicación de los aspectos metodológicos más importantes, como son el diseño y envío del cuestionario así como la conformación de la muestra, para posteriormente exponer los resultados siguiendo un método de análisis cuantitativo. Los resultados de esta encuesta se contrastarán con la información proporcionada en cada AD, con el fin de determinar el grado de conocimiento de los referentes culturales por parte de una audiencia NVE media.

Por otra parte, el Estudio de Recepción 2 (ER2) sigue un método cualitativo en el que, a pesar de emplear un instrumento de recogida de datos cuantitativo (el cuestionario), se persigue conocer las preferencias de los usuarios respecto a dos

versiones distintas de AD. Así, en un primer momento, expondremos los aspectos más relevantes de la metodología adoptada para, a continuación, presentar los resultados y proceder a la valoración de los mismos.

## **5.1 Estudio de Recepción 1 (ER1)**

### *5.1.1 Metodología*

En esta fase de la investigación, esencialmente cuantitativa, se siguió un diseño estructurado y predeterminado. Los pasos esenciales que constituyen las fases del ER1 son los siguientes:

- Diseño del cuestionario: basándonos en el Corpus ED que constituye la base del ED (ver apartado 4.2.2.), se seleccionaron los referentes culturales más significativos cuyas AD presentaban mayores divergencias en las distintas versiones lingüísticas o que presentaban un especial interés para la trama. De esa forma, conformamos el Corpus ER1<sup>89</sup>, cuya caracterización se describe en el apartado 3.3.3.3.2. A continuación, se procedió a redactar las preguntas que versaban sobre cada clip de vídeo. Para determinar los ítems de cada pregunta, se tomaron como referencia las AD tanto en inglés como en español. Una vez determinadas las

---

<sup>89</sup> Aunque intentamos seleccionar referentes culturales presentes en las cuatro películas analizadas, decidimos incidir en aquellos presentes en las películas ambientadas en Japón y en la India, puesto que en ellas el elemento de extrañamiento está mucho más presente y, recordamos, que nuestra intención es comprobar si a mayor alejamiento lingüístico y cultural, mayor intervención del descriptor.

preguntas, se diseñó el cuestionario en la plataforma *googledocs*, plataforma de cuestionarios en línea que permite la inclusión de vídeos en las encuestas, así como realizar preguntas relacionadas con el vídeo que se acaba de visionar<sup>90</sup>. Dada la complejidad del estudio, su extensión y la forma en la que se iba a hacer llegar a los participantes (a través del correo electrónico), consideramos indispensable realizar, con carácter previo, un estudio piloto para validar el instrumento de medición diseñado (ver apartado 5.1.1.2.). Este se realizó con una muestra de 10 sujetos. Posteriormente, en base a los comentarios de los participantes en el estudio piloto así como a las incidencias que surgieron a lo largo del mismo, se procedió a modificar el cuestionario.

- Envío de los cuestionarios: una vez validado el cuestionario, se procedió a su envío por correo electrónico a la muestra.
- Recogida de datos: gracias al diseño del cuestionario, la recogida de datos fue prácticamente automática. No obstante, y al tratarse, en su gran mayoría, de preguntas abiertas, la codificación y el tratamiento estadístico de los datos fueron mucho más complejos.
- Análisis, comparación e interpretación de los datos.

---

<sup>90</sup> Para ellos, únicamente es necesario abrir una cuenta personal en el canal *youtube* y subir los vídeos al mismo (ver apartado 3.3.3.2.2.).

A continuación, procederemos a explicar con más detenimiento cada fase del ER1.

#### 5.1.1.1 Diseño del cuestionario

El objetivo primordial del ER1 era establecer el grado de conocimiento de los espectadores NVE españoles respecto a los referentes culturales audiovisuales presentes en un filme, ya que nuestro fin último era determinar si efectivamente las AD ofrecidas en España sitúan al espectador CBVE en una posición similar a la de la audiencia NVE; es decir, si los conocimientos sobre referentes culturales de los NVE españoles se correspondían a los datos que proporcionaban las AD. Para ello, y a pesar de las dificultades que presentan y que ya se han expuesto (ver apartado 3.3.3.2.4.1.), optamos por plantear un cuestionario con preguntas abiertas, aunque intentamos acotar las posibles respuestas, con el fin de reducir el tiempo de codificación de las mismas.

Para la redacción de las preguntas de nuestro cuestionario, seguimos las recomendaciones de Martínez (2002), León y Montero (2003), Kumar (2005: 135-138) y Hernández *et al.* (2006: 319-323). Intentamos, en la medida de lo posible, seguir las siguientes pautas:

- Las preguntas debían ser claras, sencillas, comprensibles y concretas. Intentamos evitar las preguntas confusas, ambiguas e imprecisas (algo en lo que incurrimos en el primer cuestionario que fue objeto del estudio piloto). En este caso, al tratarse de preguntas sobre clips de vídeo, y aunque estos eran cortos, comprobamos que los receptores absorbían



mucha información que no resultaba relevante para nuestro estudio. Hicimos, pues, un esfuerzo de concreción considerable.

Si bien es cierto que Fernández Núñez (2007: 4) recomienda no hacer preguntas que supongan un conocimiento especializado por parte del participante, lo cierto es que muchos de los referentes culturales seleccionados no parecían, *a priori*, conocidos por la mayoría del público. Como veremos más adelante, muchos de los participantes manifestaron que se debía tener un conocimiento especializado de la cultura japonesa o india para contestar a determinadas preguntas. En este sentido, el estudio piloto fue, de nuevo, esencial para eliminar la confusión o extrañeza que se observaron en algunos participantes frente a determinadas preguntas, aunque no se eliminó ninguna pregunta por su dificultad.

- El vocabulario era sencillo y directo.
- Se consideró el nivel socioeducativo medio de los participantes, por lo que se evitó una jerga específica.

A pesar de seguir estas recomendaciones a la hora de elaborar nuestra encuesta, y dado que pretendíamos enviarlo por correo electrónico (es decir, que los participantes no podrían solicitar aclaraciones de ningún tipo durante el experimento), era indispensable que todas las preguntas se entendieran perfectamente. Consideramos esencial llevar a cabo un estudio piloto antes de realizar el ER1 definitivo, con el fin de reformular o modificar las preguntas según las respuestas recibidas (Blaxter *et al.*, 2000). Su descripción así como los resultados que se obtuvieron se incluyen en el apartado 5.1.1.2.

#### 5.1.1.1.1 Texto introductorio e instrucciones

Para conseguir la motivación de los encuestados, se introdujo un breve texto en el cuestionario en el que se incluían unos agradecimientos por tomarse el tiempo para contestarlo. Sin embargo, y a pesar de que se recomienda aludir a la relevancia del tema de la investigación en el mismo (León y Montero, 2003; Martínez, 2002), no queríamos influir en las respuestas de los encuestados, por lo que se explicó una finalidad general del estudio, pero no se indicó cuál era el objeto último que perseguíamos con las encuestas.

Por otra parte, y dado que los cuestionarios se diseñaron a través de la plataforma de *googledocs*, este sistema garantiza automáticamente el anonimato y la confidencialidad de las respuestas. No obstante, también lo hicimos constar en el texto introductorio al cuestionario, con el fin de que el participante ganara confianza y respondiera con más libertad (León y Montero, 2003; Martínez, 2002).

En cuanto a las instrucciones para cumplimentar el cuestionario, se indicaba claramente cómo contestar a las preguntas (Hernández *et al*, 2006: 326). En cuanto a la devolución del cuestionario, el propio diseño era muy intuitivo y una vez finalizado se enviaba automáticamente. Recordemos también que el texto introductorio aparecía como cuerpo del correo electrónico cuando se enviaba, por lo que el respondiente sabía lo que tenía que hacer antes de entrar directamente en la plataforma de *google*.

Del estudio piloto, dedujimos que muchos de los encuestados se sentían cohibidos en muchos casos por no saber la ortografía de algunos referentes culturales sobre los que les preguntábamos. Además, la frustración jugó un papel importante a la hora de responder, ya que el no saber muchas respuestas les hacía desistir a la hora de rellenar y completar el cuestionario. Por esta razón se insistió en motivarles y se introdujo una serie de consejos para cumplimentar la encuesta,

a pesar de todo. Una de las claves fue indicar que no perseguíamos detectar las respuestas correctas o incorrectas, y que toda respuesta era, para nosotros, válida y valiosa. También se advirtió a los participantes de que si no sabían la respuesta era suficiente con indicarlo. Algunas de las instrucciones específicas que se proporcionaron a los participantes potenciales fueron las siguientes:

- No te preocupes por la orto(tipo)grafía (mayúsculas, minúsculas, puntuación...) así como por la ortografía correcta de las palabras. No es importante.
- Visiona cada vídeo una sola vez.
- No te preocupes por las respuestas: NO HAY RESPUESTAS CORRECTAS O INCORRECTAS. Los resultados van a ser muy útiles para la investigación, así que contesta tranquilamente en base a lo que creas que es la respuesta.
- Si no sabes la respuesta, contesta simplemente "no lo sé".

Estas modificaciones, que incluimos después de realizar el estudio piloto, contribuyeron a una mayor participación, y a que los participantes sintieran menos presión a la hora de contestar a las diversas preguntas.

#### 5.1.1.1.2 Aspectos formales

En cuanto a los aspectos formales, seguimos algunas de las sugerencias de Blaxter *et al*, 2000; León y Montero, 2003; Martínez, 2002 y Hernández *et al*, 2006). Así, para la presentación del cuestionario, aplicamos los siguientes consejos:

- Las preguntas se presentaron en un formato atractivo, profesional y fácil de entender. En este caso, la plataforma *googledocs* ofrece numerosos diseños para los cuestionarios, que incluye tamaño de la letra, colores, inclusión de fotografías etc. Lo esencial para nosotros es que permitía la inclusión de vídeos, por lo que nos permitía llegar a un público más amplio que si publicábamos la encuesta por otros medios. Era suficiente con que el participante tuviese un ordenador y conexión a internet. De esta forma, además, podía rellenarlo cuando lo considerase más oportuno y podía hacerlo llegar a más público.
- Todas las preguntas y páginas que componían el cuestionario estaban claramente numeradas. Cada clip venía presentado en una sección distinta (es decir, en una página distinta) y cada página venía identificada con el número de clip y del referente cultural. Todas las preguntas referidas a un mismo referente se agrupaban en la misma página.

En cuanto a la cantidad de preguntas, optamos por incluir 20 clips de vídeos sobre los que se formulaban entre 1 y 5 preguntas. El cuestionario final estaba compuesto por 54 preguntas. Aunque avisábamos de antemano del tiempo estimado que se tardaba en responder a todas las preguntas (entre 30 y 40 minutos), el diseño dinámico y la formulación de preguntas lo hacía parecer más corto y fácil de contestar. Se agruparon las preguntas en base a cada clip. Asimismo, la plataforma *googledocs* contiene una herramienta que le permite al encuestado saber cuántas preguntas ha respondido y cuántas le quedan por responder.

Después de realizar el estudio piloto, decidimos separar el clip de vídeo de las preguntas que se formulaban sobre este mediante una sección (una página), de

forma que el participante debía ver el vídeo completo primero y luego contestar a las preguntas. De esa forma, también podíamos evaluar si la memoria a corto plazo podía jugar un papel importante a la hora de recordar determinados referentes, y evitábamos la tentación de algunos respondientes de leer las preguntas antes de visionar el clip.

#### **5.1.1.1.3 Tipos de pregunta**

En primer lugar, se establecieron una serie de preguntas de elección única para determinar el perfil sociodemográfico de los respondientes (Hernández *et al*, 2006: 324). Entre las cuestiones que se preguntaban figuraban el sexo, la edad, el nivel de formación y la nacionalidad. Para las variables de edad y nivel de formación, se perseguía conseguir un muestreo estratificado. La finalidad última era poder establecer un perfil de un espectador medio y, en menor medida, la posible influencia que estos factores pudiera tener en la respuesta a las preguntas del cuestionario.

The image shows a digital survey interface. At the top, there are two tabs: 'PREGUNTAS' (active) and 'RESPUESTAS' with a count of '203'. The survey is divided into three sections, each with a title and a red asterisk indicating a required field:

- Sexo \***: Includes radio buttons for 'Hombre' and 'Mujer', followed by an ellipsis '...'.
- Edad \***: Includes radio buttons for four age ranges: 'De 18 a 25 años', 'De 26 a 45 años', 'De 46 a 65 años', and 'De 65 en adelante'.
- Nivel de formación \***: Includes radio buttons for 'Sin estudios' and 'Estudios primarios'.

On the right side of the form, there is a vertical toolbar with icons for a plus sign, a 'Tr' icon, a person icon, a play button, and a list icon.

Figura 10. Ejemplo de pregunta de elección única

Por otra parte, las preguntas sobre los clips de vídeo que se formularon eran abiertas aunque, para facilitar la codificación de las mismas, eran muy concretas. Dado que en la mayoría de casos se estudiaban referentes culturales alejados del público meta y que éramos conscientes de que el test podía resultar largo (entre 30 y 40 minutos de duración), nuestra intención era que las contestaciones fueran dinámicas, que el participante no desistiera y acabara el cuestionario. Por esta razón en las instrucciones se hacía especial hincapié en tranquilizar al respondiente e infundirle confianza en el caso de que no supiera las respuestas.

The screenshot shows a web interface with a header containing 'PREGUNTAS' and 'RESPUESTAS' with a '88' indicator. The main content area is titled 'Clip3\_SM12' and includes a 'Descripción (opcional)' field. Below this, there are four questions, each followed by a 'Texto de respuesta larga' input field:

- ¿A qué dios representa el niño que se encuentran Salim y Jamal pintado de azul en el callejón? \*
- ¿Qué lleva en la mano derecha? \*
- ¿Qué hace con la mano izquierda? \*
- ¿Cuál es su significado? \*

Figura 11. Ejemplo de preguntas abiertas asociadas a un clip de vídeo

En algunos casos también se incluyeron preguntas dicotómicas, en aras a facilitar la codificación posterior de los datos.

The screenshot shows a web interface with a header containing 'PREGUNTAS' and 'RESPUESTAS' with a '88' indicator. The main content area is titled 'Clip5\_SM13' and includes a 'Descripción (opcional)' field. Below this, there is a dichotomous question followed by two radio button options, and then a follow-up question with a 'Texto de respuesta larga' input field:

- ¿Conoces el nombre de los alimentos que está comiendo la familia india en el tren? \*
- Sí
- No
- En caso afirmativo, ¿cuáles son esos alimentos?

Figura 12. Ejemplo de pregunta dicotómica

### 5.1.1.2 Estudio Piloto (ER1)

Dada la complejidad del diseño del cuestionario en cuanto a la cantidad de preguntas que se planteaban, que se trataba de preguntas abiertas y que todas ellas hacían referencia a clips de vídeo insertados en la encuesta en línea, nos pareció esencial realizar un estudio piloto. Los objetivos que perseguíamos al realizarlo eran los siguientes:

- Determinar si los criterios de inclusión y exclusión de los participantes en el cuestionario eran adecuados.
- Determinar la precisión de las instrucciones facilitadas para completar el cuestionario.
- Determinar si las preguntas formuladas eran claras y lo suficientemente precisas, teniendo en cuenta que los participantes solo iban a disponer del texto y no podrían formular preguntas a la investigadora, ya que no habría un contacto directo con ella.
- Comprobar la calidad de los vídeos, si todos funcionaban correctamente y si se veían los detalles sobre los que versaban las preguntas.
- Determinar si la duración de los clips ofrecía suficiente contexto e información para contestar las preguntas del cuestionario.
- Determinar el tiempo que tardaba un público meta medio en rellenar el cuestionario.

El estudio piloto se realizó los días 30, 31 y 1 de noviembre de 2016. Participaron 10 sujetos, 3 hombres y 7 mujeres. Las observaciones y sugerencias que realizaron los participantes fueron especialmente útiles para la investigadora, y conllevaron la modificación de algunas preguntas, así como la



supresión de otras y la sustitución de uno de los vídeos por otro vídeo (y por tanto, otro referente cultural).

Por otra parte, dada la política sobre protección de derechos de autor del canal de vídeos *youtube*, dos de los clips que colgamos en la red fueron eliminados por infracciones de tales derechos (algo que no ocurrió con los 18 restantes). En este sentido, se entiende que existe infracción de derechos de propiedad intelectual cuando el contenido audiovisual se publica, es decir, llega a un número indeterminado de consumidores finales<sup>91</sup>. Ante la posibilidad de que se eliminaran más vídeos del cuestionario que pertenecieran a las mismas películas (*Slumdog millionaire* y *Pequeña Miss Sunshine*), y por tanto, que se dejara sin contenido la parte esencial del cuestionario, tuvimos que cambiar la configuración de la privacidad del canal de *youtube* que habilitamos para el estudio, haciendo que los vídeos solo pudieran ser accesibles para aquellos usuarios que tenían acceso directo a los enlaces a los vídeos, es decir, al cuestionario. Por tanto, finalmente, no se publicaron todos los clips para un público general, sino para un público más restringido: aquel que accediera directamente al cuestionario que contenía todos los enlaces. A pesar de todo, en algunos países como en Francia, Bélgica o Reino Unido, numerosos vídeos fueron bloqueados por infracción de derechos de autor, por lo que, en principio, los

---

<sup>91</sup> En este caso, cada país miembro de la Unión Europea aplica su propia legislación en materia de propiedad intelectual. En España, el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia, establece en su artículo 20 que “Se entenderá por comunicación pública todo acto por el cual una pluralidad de personas pueda tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares a cada una de ellas”. Pero además, se introdujo en 2006 un apartado i) que incluía “La puesta a disposición del público de obras, por procedimientos alámbricos o inalámbricos, de tal forma que cualquier persona pueda acceder a ellas desde el lugar y en el momento que elija” (apartado tres del artículo único de la Ley 23/2006, de 7 de julio, por la que se modifica el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, aprobado por el R.D. Legislativo 1/1996, de 12 de abril).

encuestados no solo debían tener la nacionalidad española, sino que además debían residir en territorio español para poder acceder y visionar con normalidad todos los vídeos.

A continuación, incluimos una tabla resumen con las modificaciones introducidas en el cuestionario derivadas de las conclusiones del estudio piloto (Tabla nº 36).

Apartado	Modificación	Justificación
Diseño general	Se decidió insertar cada vídeo en una sección del cuestionario, de forma que al visionarlo los participantes no tuvieran acceso a las preguntas.	Con este nuevo diseño, nos asegurábamos que los participantes veían el vídeo completo y no estaban condicionados por las preguntas a la hora de ver el vídeo (y buscar las respuestas en él).
Variables de control	Se decide ampliar las franjas de edades: <ul style="list-style-type: none"> <li>• De 18 a 25 años</li> <li>• De 26 a 45 años</li> <li>• De 46 a 65 años</li> <li>• De 65 en adelante</li> </ul>	Se prefiere desagregar esta variable de cara al análisis de los resultados.
Instrucciones generales	Se añade: <p>- No te preocupes por la ortotipografía (mayúsculas, minúsculas, puntuación) así como por la ortografía correcta de las palabras</p>	Algunos participantes se mostraron contrariados por no saber la correcta grafía de términos como Taj Mahal o Bollywood, por lo que tendían a escribir “no lo sé” en sus respuestas.
Instrucciones generales	Se añade: <p>- Visiona cada vídeo una sola vez.</p>	Al leer las preguntas, algunos participantes se dieron cuenta de que habían olvidado detalles sobre el clip que acababan de visionar, por lo que intentaban volver a ver el vídeo.
Instrucciones generales	Se añade:	En el primer diseño del cuestionario, cada clip iba a acompañado de las preguntas correspondientes

	- Espera a ver el vídeo completo antes de contestar a las preguntas	al mismo, por lo que los participantes leían las preguntas antes de ver el vídeo. De esta forma, estaban demasiado condicionados por lo que se les iba a preguntar.
Instrucciones generales	Se añade:  - No te preocupes por las respuestas: NO HAY RESPUESTAS CORRECTAS O INCORRECTAS. Los resultados van a ser muy útiles para la investigación, así que contesta lo que creas que es la respuesta.	Algunos participantes manifestaron que les daba vergüenza no saber la respuesta a determinadas preguntas.
Clip2_SM10	La pregunta “¿Quién aparece en pantalla?” se cambia por “¿A quién hacen referencia Salim y Jamal en esta escena?”	La pregunta anterior era muy general, y dado que en la escena aparecen numerosas personas, los participantes no sabían a quién nos referíamos en concreto.
Clip2_SM10	La pregunta “¿Crees que es conocido en la India?” se cambia por “¿Conoces a este actor?”	La pregunta dicotómica facilita el análisis de resultados.
Clip2_SM10	En caso afirmativo, ¿sabrías indicar de quién se trata?	Esta pregunta nos permitía determinar el grado de conocimiento sobre el referente.
Clip5_SM3	Sustitución por el referente SM13	Los participantes no veían correctamente a la princesa Diana de Gales. Esto hacía que muchos tuvieran que ir

		directamente al canal <i>youtube</i> para ampliar la imagen y después volver al cuestionario. Para agilizar el tiempo para contestar al cuestionario, decidimos cambiarlo por otro referente que se viera más claro.
Clip6_SM2	Se modifica: “¿Dónde se encuentra Jamal?” por “¿Cuál es el nombre de la estación en la que se encuentra Jamal?”	Algunos participantes consideraron que la pregunta anterior era muy general y respondían en el país o la ciudad en la que se encontraban.
Clip7_SM16	Se adjunta el vídeo correcto	Por un error en la subida de los vídeos, el vídeo no correspondía a las preguntas de esa sección.
Clip9_PMS1	La pregunta “¿Cuál puede ser su significado?” se cambia por “¿Cuál es el significado de su presencia en el cuarto de Dwayne?”	La pregunta anterior no era lo suficientemente clara ni precisa.
Clip11_PMS9	La pregunta “¿Conoces el test de Ishihara?” se cambia por “¿Cómo se llama ese test?”	Los participantes manifestaron que al ver esa pregunta al final pensaron automáticamente que era el nombre del test por lo que querían modificar su respuesta anterior.
Clip13_MG13	La pregunta “¿Ha dejado alguna parte de su cuerpo sin maquillar?” se cambia por “¿Qué parte de su cuerpo ha dejado sin maquillar?”	Los participantes manifestaron que no habían visto con detalle el maquillaje de Hatsumomo, pero la presencia de la siguiente pregunta les condicionaba a responder que sí. Decidimos plantear

		más directamente la pregunta para comprobar si efectivamente los espectadores percibían este detalle.
Clip13_MG13	Se suprime la última pregunta	La presencia de la última pregunta inducía a los participantes a contestar a la pregunta anterior con un sí.
Clip15_MG10/11	En la pregunta “¿Qué le entrega Mamita a Chiyo?” se añade “al principio de la escena”	Dada la oscuridad de la escena y los numerosos elementos que aparecen, los participantes se confundían y no sabían exactamente cuándo Mamita entregaba los objetos por los que preguntábamos.
Clip18_MG16	La pregunta “¿Qué es un Kaburenjo?” se suprime.	Una vez más, el empleo del préstamo no solo desconcertaba sino que hacía pensar que se trataba de la respuesta a alguna pregunta anterior.

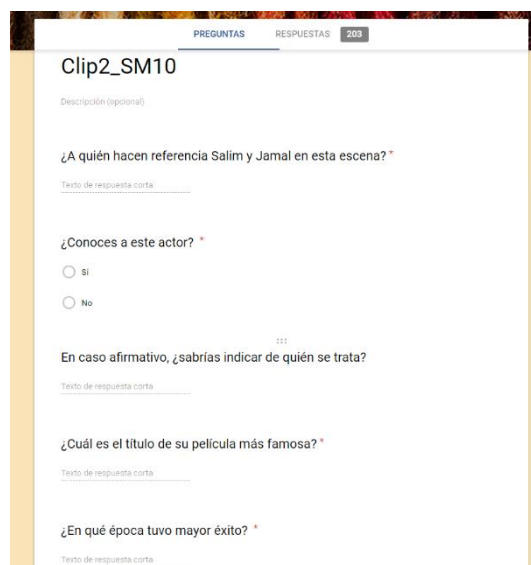
Tabla 37. Modificaciones del cuestionario derivadas del Estudio Piloto

Las diversas modificaciones que se realizaron dieron lugar al cuestionario que acompañamos en el Anexo nº 4 <sup>92</sup>. La más laboriosa, sin duda, consistió en separar los clips de las preguntas en distintas secciones, para evitar que los respondientes leyeran las preguntas antes o a la vez que veían el vídeo y, por tanto, sus respuestas se vieran condicionadas de antemano.



Figura 13. Página en la que aparece un clip de vídeo

<sup>92</sup> Por cuestión de espacio, se incluye únicamente la versión final del cuestionario, y no la versión original y todas sus posteriores modificaciones.



The image shows a screenshot of a survey form titled "Clip2\_SM10". At the top, there are two tabs: "PREGUNTAS" (selected) and "RESPUESTAS" with a count of "203". Below the title, there is a field for "Descripción (opcional)". The main content consists of four questions, each followed by a "Texto de respuesta corta" (short answer text) field:

- Question 1: "¿A quién hacen referencia Salim y Jamal en esta escena?\*" with a short answer field below it.
- Question 2: "¿Conoces a este actor?\*" with radio button options for "Si" and "No".
- Question 3: "En caso afirmativo, ¿sabrías indicar de quién se trata?" with a short answer field below it.
- Question 4: "¿Cuál es el título de su película más famosa?\*" with a short answer field below it.
- Question 5: "¿En qué época tuvo mayor éxito?\*" with a short answer field below it.

Figura 14. Preguntas relacionadas con el clip anterior, en una página distinta

Algunos de los participantes en el estudio piloto comentaron que, aunque los clips de vídeo ofrecían suficiente contexto, hubiera sido mejor visionar toda la película<sup>93</sup>. Sin embargo, exponer a los encuestados a cuatro películas de una media de dos horas de duración hubiera sido inviable para el presente estudio. Además, nuestro interés se centra en los referentes culturales por lo que, en una visión global de la película, muchos de ellos perderían virtualidad, al margen del papel que juega la memoria a la hora de responder a este tipo de preguntas (cabe señalar que, a pesar de que los clips no duraban más de 3 minutos, en muchos casos, las respuestas que ofrecieron los participantes fueron “no lo recuerdo” o “no me he fijado”). En cualquier caso, no descartamos la posibilidad de diseñar un test de evaluación basado en el visionado completo de las películas en posteriores estudios.

---

<sup>93</sup> Algo que también comentaron los participantes en el ER2 (ver apartados 5.1.2. y 5.2.2.).



## 5.1.2 Presentación y análisis de los datos

### 5.1.2.1 Perfil sociodemográfico de la muestra

La encuesta en línea se publicó el 10 de diciembre de 2016 y en principio teníamos pensado cerrarla dos semanas más tarde. El 23 de diciembre de 2016 contábamos con 114 respuestas, por lo que decidimos, a pesar de que comenzaba el periodo navideño, y que era poco probable que durante ese periodo obtuviéramos más respuestas (Hernández *et al.*, 2006: 334), mantenerla activa unos días más<sup>94</sup>. Finalmente, la encuesta se cerró el 15 de enero de 2017. Como resultado, se registraron 203 respuestas. Consideramos que la participación fue alta, teniendo en cuenta la extensión de la encuesta, el visionado de 20 clips de vídeo, una media de 40 minutos para hacerla y la contestación de preguntas abiertas que, como sabemos, requiere de más esfuerzo por parte de los participantes. Atendiendo a estos criterios, entendemos que la tasa de respuesta fue bastante satisfactoria, a pesar de que los cuestionarios en línea suelen tener una tasa muy baja de respuesta (Kumar, 2005: 130).

Nuestra muestra está compuesta principalmente por mujeres (73,4%), aunque la participación masculina también ha sido alta (26,6%). Esto se explica por la técnica de muestreo no probabilístico de bola de nieve explicada anteriormente (ver apartado 3.3.3.2.3).

---

<sup>94</sup> Nos alegró comprobar, sin embargo, que estábamos equivocados y que, sorprendentemente, casi conseguimos doblar la participación en la encuesta durante ese periodo. Muchos de los participantes afirmaron que aprovecharon el periodo vacacional navideño para tomarse el tiempo de contestar con tranquilidad a las preguntas planteadas.

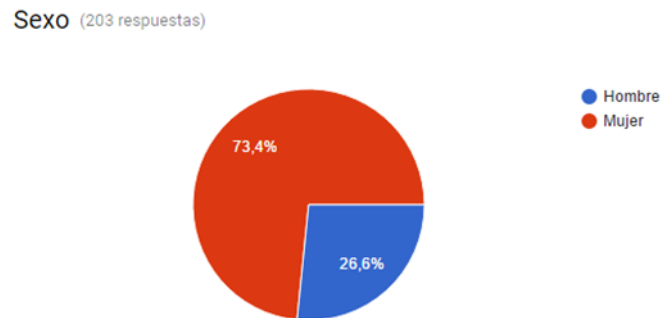


Figura 15. Distribución de la muestra de NVE por sexo

Por otra parte, la distribución por edad indica que se trata de una muestra representativa de la sociedad actual, ya que encontramos representación de todos los tramos de edad. La franja de edad más participativa ha sido la de entre 26 y 45 años, con un 40,9%; mientras que la menos numerosa es la de los más jóvenes (de 18 a 25 años), que alcanza un 9,9%. Por otra parte, las otras dos franjas también tienen una alta representatividad; en la franja de edad comprendida entre los 46 y los 65 años, se ha encuestado a 63 participantes (es decir, el 31% de la muestra), mientras que el resto, un 18,2% (es decir, 37 respondientes) tenían más de 65 años. En este sentido, cabe señalar que en nuestra muestra casi la mitad de los encuestados tienen más de 50 años y son mujeres, por lo que se acercan al perfil del futuro receptor de AD español descrito en el apartado 2.3. ya que, como sabemos, las personas de más de 50 años y mujeres son las que tienen más probabilidades de sufrir pérdida de visión en los años futuros.

Edad (203 respuestas)

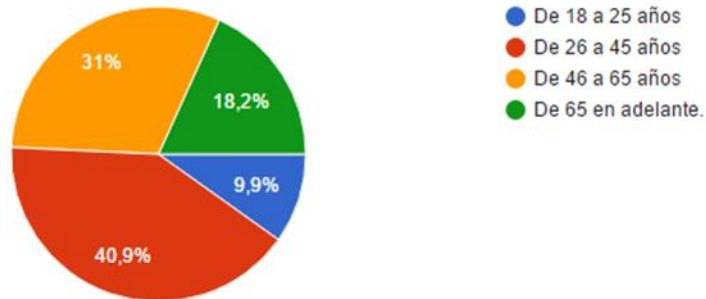


Figura 16. Distribución de la muestra NVE por edad

En cuanto al nivel de formación, nuestra muestra también cuenta con participantes con distintos niveles de formación, aunque cerca de la mitad (un 49,3%) tiene estudios universitarios (grado o licenciatura). El 24,1% de los encuestados tiene un nivel de estudios correspondiente a máster o superior, mientras que las personas sin estudios o con estudios primarios solo representan un 4 % (8 participantes).

Nivel de formación (203 respuestas)

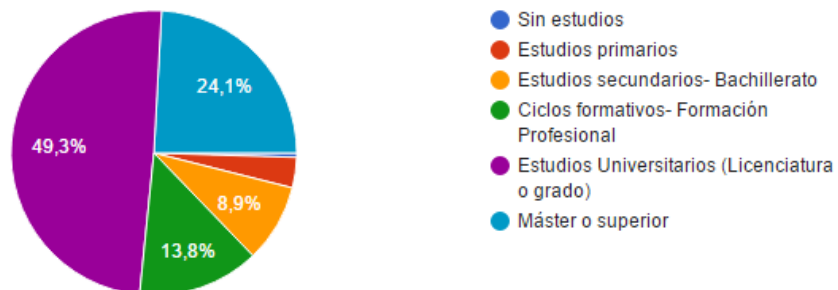


Figura 17. Distribución de la muestra de NVE por nivel de formación

En cuanto a la nacionalidad, todos los encuestados eran españoles, ya que esta constituía un requisito para participar en el cuestionario, dado el marcado carácter cultural del estudio. Y como hemos indicado anteriormente, la gran mayoría de los encuestados residía en España, ya que algunos vídeos fueron bloqueados por la plataforma *youtube* en países europeos o latinoamericanos.

Como hemos indicado anteriormente, se han registrado 203 respuestas al cuestionario sobre referentes culturales. No obstante, ha habido 3 respondientes que no han completado la encuesta, por lo que finalmente, contamos con una muestra de 200 personas. Todas las respuestas al cuestionario así como el tratamiento estadístico de los datos se encuentran en los Anexos nº 5 y nº 6.

El análisis de los datos se realizó con el paquete de *software* estadístico IBM SPSS Statistics en su versión 22.0, una herramienta de tratamiento de datos y análisis estadístico que se utiliza habitualmente en este tipo de estudios. Las respuestas de los cuestionarios de la plataforma *googledocs* se exportaron directamente creando un archivo CSV, que a su vez se importó en el software estadístico mencionado. El procedimiento de análisis estadístico que se ha empleado es el de la frecuencia, que ofrece el cálculo de frecuencias absolutas, relativas y acumuladas. Dado que la mayoría de preguntas eran abiertas, estas fueron analizadas mediante la identificación de distintas categorías temáticas y su posterior agrupación según su afinidad.

### 5.1.2.2 Resultados sobre referentes culturales

#### 5.1.2.2.1 Los Tres Mosqueteros (Clip 1\_SM11)

El referente de *Los Tres Mosqueteros* es fundamental en la película *Slumdog millionaire*, ya que constituye un paralelismo entre los tres personajes principales de la película y los tres héroes del libro de Alejandro Dumas. Respecto a este referente, se formularon dos preguntas: ¿Cuál es el título del libro que el profesor les tira a Salim y a Jamal? Y ¿sabrías decir el autor del libro? La razón por la que se formularon estas preguntas es que esta es una información que consta explícitamente en la ADE (no así en la ADI). Además, la información sonora del filme proporciona pistas, en nuestra opinión suficientes, para deducir de qué libro se trata.

La primera pregunta ha sido contestada correctamente por el 87% de los respondientes, aunque hemos encontrado distintas formas de escribir el título (en inglés y en español) o distintas variantes del mismo libro (*D'Artagnan y los mosqueteros*, *Los mosqueteros*, *Los tres mosqueteros*...). El 13% restante ha manifestado que no lo sabía; dentro de este 13% hemos incluido aquellos que no lo sabían (12 encuestados), que no lo recordaban (2 encuestados) o que han contestado algo distinto (un tebeo, Atos, etc.). Recordemos que Boyle realiza un primer plano, aunque bastante borroso, del título del libro, eso sí, en inglés. Por otra parte, el profesor se dirige a Jamal y a Salim como "Athos" y "Portos", y les comenta al resto de alumnos "Aquí vienen nuestros tres mosqueteros". La gran mayoría de los participantes han sabido identificar el título del libro.

Por otra parte, el 71,5% de los encuestados conocían el nombre del autor del libro, mientras que el 28,5% no lo sabían o no lo recordaban.

Estas respuestas dan cuenta de que, efectivamente, se trata de un referente cultural conocido por la gran mayoría de la audiencia española, que no solo sabe identificar el referente, sino también al autor del libro. Al tratarse esta última de una información que no se deduce de ningún modo de lo que aparece en pantalla, se podría pensar que su inclusión responde a una preocupación del descriptor por ilustrar a sus espectadores, algo que, a la vista de los resultados, parece innecesario respecto a los espectadores NVE. De los resultados se deduce que los datos aportados por el descriptor forman parte del bagaje cultural de la mayor parte de los encuestados, por lo que no sería necesario añadir esta información. En este caso, los espectadores CBVE no dispondrían de más información de la que disponen los NVE.

#### 5.1.2.2.2 Amitabh Bachchan (Clip 2\_SM10)

Respecto a este referente, realizamos cinco preguntas. Para su formulación, partimos de la ADE que presentaba una amplificación notable, adelantando información y añadiendo datos que no parecían deducirse fácilmente de la imagen.

La primera pregunta formulada fue ¿A quién hacen referencia Salim y Jamal en esta escena? El objetivo de plantear la pregunta abierta era comprobar qué palabras se empleaban por los encuestados y si se decantaban en su respuesta por una particularización o por una generalización. El 10% ha recurrido a una generalización (“un actor”, “un actor indio”, “un actor famoso” etc.), mientras que el 22% ha empleado la particularización Amitabh Bachchan (y todas las variantes ortográficas que podamos imaginar). Casi la mitad de los encuestados

---

no ha respondido correctamente (42%), mientras que el 27% ha manifestado que no lo sabía. Al respecto, volvemos a insistir en que en esta escena tanto los dos protagonistas, Salim y Jamal, como otros personajes, verbalizan en varias ocasiones el nombre del conocido actor indio. Por tanto, la pregunta, más que el conocimiento del conocido actor indio, lo que pretendía evaluar era el posible recuerdo de los respondientes respecto a este referente. Es lógico, por tanto, que dado el alejamiento evidente entre la audiencia meta y el referente analizado, una parte de la misma se decante por el empleo de la generalización para identificarlo, mientras que casi el doble lo hace mediante una particularización, repitiendo el nombre que han escuchado en varias ocasiones en el mismo clip. Por eso, la segunda pregunta (¿Conoces a este actor?) pretendía valorar el conocimiento real del actor por parte de los encuestados, es decir, si podían identificarlo por su nombre. El 97% de los respondientes han manifestado que no lo conocían, y solo 7 encuestados han afirmado que sí sabían quién era. Por esta razón podemos deducir que las personas que han identificado al actor en la primera pregunta lo hicieron gracias al contexto de la película y no por sus conocimientos sobre este referente. De hecho, cuando se les pedía que indicaran el nombre del actor, tan solo un 6,5% de los respondientes acertaron la respuesta. El resto manifestó que no lo sabía. También encontramos respuestas de lo más dispares como “un Rambo hindú”, “Bruce Lee” o “un traficante”.

Siguiendo la ADE, se formularon dos preguntas que, en realidad, retomaban la pregunta que formula el presentador de televisión al principio del clip, “¿Quién protagonizó, en 1973, la película Zanjeer?”. Formulamos, de nuevo, dos preguntas: ¿Cuál es el título de su película más famosa? Y ¿en qué época tuvo mayor éxito? En este caso, intentábamos comprobar si los respondientes

recordaban lo que habían escuchado al principio del clip y podían relacionar la pregunta con las imágenes que se ofrecían al espectador. El 13% ha respondido correctamente que la película más famosa fue *Zanjeer*, mientras que el resto manifestaba que no lo sabía. En el mismo sentido, el 18,5% de los encuestados ha sabido situar las escenas de las películas de Amitabh Bachchan en los años 70.

De todo ello, podemos concluir que solo una pequeña parte de los encuestados es capaz de deducir las respuestas a las preguntas que se le formulan sobre un clip que acaban de visionar de menos de tres minutos de duración. Esto podría explicarse por una falta de atención, pero también porque se trata de un referente con el que la audiencia no se encuentra en absoluto familiarizada, por lo que no es capaz de identificar elementos clave sobre este referente. En este sentido, puede parecer de gran ayuda el que el descriptor recuerde e insista sobre estos datos para facilitar su comprensión por parte del receptor. Ahora bien, en este punto, el nivel de conocimiento de los espectadores NVE de este referente sería menor que el de los CBVE.

#### 5.1.2.2.3 Dios Rama (Clip 3\_SM12)

El dios Rama también es un referente cultural muy alejado de la audiencia española, por lo que el descriptor español ha aportado numerosos detalles tanto sobre sus gestos como sobre su vestimenta.

Ante la pregunta ¿A qué dios representa el niño pintado de azul que aparece en la pantalla?, el 68,5% de los encuestados ha respondido correctamente, empleando una particularización (“dios Rama”); mientras que el 1% ha respondido con una generalización “un dios hindú” o “dios indio”. El 30,5%



---

restante no sabía la respuesta. De nuevo, esta respuesta puede explicarse por el contexto de la película, ya que el presentador de televisión formula una pregunta sobre este dios, concretamente “¿Qué lleva en la mano derecha la representación del dios Rama?”, por lo que parece fácil que el espectador relacione la imagen con el nombre que acaba de oír.

La siguiente pregunta versaba sobre lo que lleva el personaje en su mano derecha. La ADE especifica que se trata de un arco y una flecha, por lo que nuestra intención era comprobar si efectivamente un espectador NVE se fijaba en ese detalle que, por otra parte, no está especificado en la ADI. Solo el 3,5% de los encuestados han respondido correctamente “un arco” y un 1% “unas flechas”; y tan solo el 0,5% ha aportado la respuesta más completa “un arco y unas flechas”. En cuanto al resto, un 3,5% de los encuestados ha manifestado que no lo ha visto o no se ha fijado, mientras que el 36% ha indicado que no sabía la respuesta. Lo curioso, en este caso, es la disparidad de respuestas que hemos encontrado dentro del grupo de las respuestas incorrectas: desde un libro, hasta un cetro pasando por un brazalete o una hoz. El 55,1% de los encuestados han visto (o han dicho ver) objetos que no estaban en la imagen y que, o bien han deducido (al tratarse de un dios puede llevar un báculo), han creído ver o directamente se han inventado. Sin embargo, es necesario señalar que de la imagen tampoco se percibe claramente lo que lleva el niño en la mano, por lo que los espectadores han podido deducirlo de la pregunta que plantea el presentador y de lo poco que se percibe en la imagen. Por tanto, en este caso, la ADE aporta más información de la que percibe un espectador medio cuando está visionando esta escena, explicitando información que, al parecer, pasa desapercibida por parte del espectador NVE.

En cuanto a la pregunta ¿Qué hace con la mano izquierda?, el porcentaje de acierto ha sido mayor: el 40% de los encuestados ha visto que tenía la mano levantada, mientras que el resto han intentado deducir un significado del gesto, aventurándose a explicitar e interpretando de forma errónea el significado del gesto: el 10% ha considerado que se trata de un saludo, mientras que el 18% ha contestado que no lo sabían. Por otra parte, de nuevo, cerca de un 30% ha dado respuestas incorrectas, totalmente contradictorias con la imagen, como que la mano “la tenía bajada”, que “levantaba un palo” o que “tenía la palma extendida”.

En el mismo sentido, cuando se les preguntó por el posible significado de ese gesto, la mayoría de los encuestados (77%) dio respuestas erróneas: desde el saludo nazi, hasta la guerra, la paz, la lucha de clases sociales o la bendición divina. Destacamos que el 4,5% interpreta el que el dios Rama tenga la mano levantada como un símbolo que significa “alto” o “detenerse”; por otra parte, el 18,5% lo han interpretado correctamente y lo han asimilado a un símbolo de protección. De nuevo, la ADE aporta más información de la que se contiene en la imagen pero, sobre todo, de la que dispone un espectador NVE medio.

Por último, al preguntar a los encuestados por el préstamo empleado en la ADE para describir la vestimenta del dios Rama, la gran mayoría de los encuestados no sabía qué era un *dhoti* (74,5%). Sin embargo, hay una parte de los participantes que iban más orientados. Un 17,5% ha empleado el término “calzón” para explicar lo que era un *dhoti*, mientras que el resto, un 8% se ha servido de una generalización (indumentaria) para definirlo. No obstante, el *dhoti* es una prenda de vestir que desconoce la mayoría de los espectadores

encuestados, por lo que es de esperar que lo mismo suceda en una audiencia ciega o con baja visión que, además, no cuenta con la imagen para poder deducir de qué se trata. El empleo de la particularización, aunque preciso y colorista, no se adecua al nivel de comprensión y familiarización de los espectadores NVE.

#### **5.1.2.2.4 Taj Mahal (Clip4\_SM1)**

El Taj Mahal ha sido reconocido por el 99% de los encuestados, como no podía ser de otro modo. Se trata de un referente cultural universal, conocido y compartido por la audiencia meta. Asimismo, ante la pregunta del título otorgado por la UNESCO que ostenta, el 77,5% han deducido que se trata del título de Patrimonio de la Humanidad; el resto han otorgado otros títulos (una de las 7 maravillas del mundo) o han contestado que no lo sabían. El alto porcentaje de aciertos en este caso nos permite deducir que la audiencia meta sí se encuentra familiarizada con este referente. La ADE está ofreciendo datos que la audiencia meta ya conoce y que tampoco se deducen directamente de la imagen.

#### **5.1.2.2.5 Comida hindú (Clip5\_SM13)**

Ante la pregunta ¿Conoces los alimentos que está comiendo la familia india en el tren?, más de la mitad de los participantes afirmaron que no (un 58%) mientras que el resto afirmaron que sí los conocían. Ahora bien, cuando les pedimos que especificaran los alimentos que estaba tomando la familia que se encontraba en

el tren, nos encontramos con una gran disparidad de respuestas: el 26% reconoció el plátano entre los alimentos; el 6,5% se decantó por pan de pita mientras que el 6% afirmó que comían tortitas; un 2% respondió pollo y un 4,5% arroz. Solo un 1,5% (3 respondientes) ha reconocido el típico pan de la India, *chapati*. El resto ha dado respuestas dispares, desde pizza a manzanas. La disparidad en las respuestas y el que solo 3 personas identificaran los *chapatis* en el menú da cuenta del poco conocimiento que tiene la audiencia meta española acerca de la comida hindú. También es necesario recordar que los encurtidos presentes en la ADI británica brillan por su ausencia entre las respuestas de los encuestados.

#### 5.1.2.2.6 Estación Chhatrapati Shivaji (Clip6\_SM2)

La ADE añade bastante información sobre la estación de trenes en la que Jamal tiene una cita con Latika, desde el nombre concreto de la misma, hasta el estilo arquitectónico, y que es Patrimonio de la Humanidad. No obstante, el 90,5% de los encuestados no eran capaces de identificar el nombre propio de la estación en la que se encontraba Jamal. Solo un 7% de los participantes ha dado la respuesta correcta (aunque con una ortografía incorrecta). En este caso, por tanto, la ADE explicita de nuevo información que no se encuentra en el acervo cultural del espectador medio español.

Por otra parte, el 87,5% de los encuestados desconoce el movimiento arquitectónico al que pertenece la estación, mientras que el 3,5% sí ha acertado la respuesta (Gótico); encontramos muchos movimientos arquitectónicos representados en las respuestas: Victoriano (4%), Modernista (2%), Colonial

(1,5%) o Barroco (1,5%). Pero lo que parece evidente es que resulta difícil para la gran mayoría de los encuestados deducir el movimiento arquitectónico solo por la imagen. En este caso, los espectadores CBVE tendrían más información que la gran mayoría de los espectadores NVE.

Por otra parte, el 31,5% del total de los encuestados ha deducido que se trata de un edificio declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, frente a casi el 70% que no lo sabía o que ha dejado la respuesta en blanco. De nuevo, en este caso, la ADE ofrece información que la mayoría de los espectadores NVE desconoce y que, añadimos, no se puede deducir de ningún modo de la imagen.

#### **5.1.2.2.7 Pañuelo amarillo de Latika (Clip7\_SM16)**

Ante la pregunta ¿Sabes el significado del pañuelo amarillo de Latika?, el 74,5% de los encuestados manifestaron que lo desconocían. No obstante, cuando se les pedía que lo explicaran, las respuestas eran, de nuevo dispares: la respuesta correcta, felicidad, fue la que aportó solo un 10,8% de los encuestados. Sin embargo, otras respuestas como virginidad, 2,7%; matrimonio 2,8% o fecundidad 4,1% también fueron de las más recurrentes; por último, el 75,7% manifiesta que no lo sabe o da otra respuesta distinta a las anteriores (fuego, resurrección, muerte...). La explicitación del significado del pañuelo amarillo de Latika de nuevo sitúa al espectador CBVE en una posición más ventajosa que un espectador NVE, ya que se le proporciona más información de la que se contiene en la imagen, pero además, esa información no se encuentra en el bagaje cultural

del espectador NVE medio. Por tanto, se le facilita más datos a la audiencia CBVE.

#### 5.1.2.2.8 Bollywood (Clip8\_SM8)

Ante la pregunta ¿Qué baile acabas de ver?, el 39% de los encuestados han identificado el baile de Bollywood con una particularización, mientras que el 2,5% ha identificado “una danza oriental” o “una danza hindú”, es decir, se ha decantado por una generalización. Por otra parte, el resto, es decir, el 6,5% ha dado otras respuestas: rap hindú, break dance, hip hop o zumba, mientras que el 52% no sabían la respuesta. Parece pues que una gran parte de la audiencia NVE ha sabido identificar este baile, lo conoce y puede referirse a él mediante su nombre concreto. Por tanto, se trata de un referente que se conoce por una parte importante de la audiencia meta y referirse a él mediante una particularización podría ser una opción aceptable y comprensible para, al menos, un 40% de la audiencia.

En cuanto a la característica principal de este baile, el 31% de los encuestados ha identificado la sincronización de los movimientos; el resto no ha sabido explicar cuál es la característica esencial del baile de Bollywood. Por otra parte, el 25 % ha sabido identificar el título de la canción que suena en esta escena (Jai Ho), mientras que el resto lo desconoce.

El 22% de los participantes identifica el baile que acaban de ver con un homenaje a las películas de Bollywood, ya que en todas ellas suele haber este tipo de baile. No obstante, el resto ha intentado ver un significado más allá del mero homenaje, como el triunfo de los pobres, de la paz, que el baile une a las personas

o que la chica no muere y se quedan juntos. Como vemos, una pequeña parte de la audiencia ha podido identificar todos estos elementos que se ofrecen en la ADE, por lo que, de nuevo, los CBVE dispondrían de más información que los NVE.

#### 5.1.2.2.9 Nietzsche (Clip9\_PMS1)

Ante la pregunta ¿Quién aparece en la sábana colgada de la pared?, las respuestas han sido dispares, aunque más de la mitad, el 52%, ha confesado que no reconocían al personaje. Solo el 12,5% de los encuestados ha acertado la respuesta, Nietzsche. El 13% ha confesado que no se ha fijado en la sábana que cuelga de la pared (y mucho menos, en el dibujo que había en ella). Del resto, encontramos respuestas de lo más variopintas, aunque hemos observado cierta repetición en las mismas: el Che Guevara (2%), Karl Marx (2%), Gandhi (2%) o Einstein (1,5%) son algunas de las respuestas más recurrentes. Es curioso que el 5% de los encuestados ha empleado una descripción “un hombre con barba” o “un hombre con bigote”, lo que se asemejaría a la información ofrecida por la ADI. Entre el 10% que hemos clasificado como “otros” encontramos a personajes que van desde Búfalo Bill, Bruce Lee, Fidel Castro o Freud. Como vemos, la mayoría de personajes con los que se identifica al dibujo que aparece en la pantalla llevan barba o bigote, lo que parece ser la marca distintiva a la hora de averiguar de quién se trata. Obviamente, la respuesta de la segunda pregunta viene directamente condicionada por lo que se ha contestado en esta primera parte.

Ante la pregunta ¿Cuál puede ser el significado de su presencia en el cuarto de Dwayne?, solo el 6,5% ha sabido relacionarlo con el nihilismo del autor alemán

(la mitad de los que habían identificado al filósofo alemán), mientras que el resto lo ha relacionado con el comunismo, la fortaleza o la inspiración, pero sin saber exactamente cuál es su significado en la película. El 67,5% han declarado abiertamente que no lo sabían, mientras que entre todas las respuestas, la más recurrente ha sido que el personaje servía de inspiración a Dwayne (12%).

Como vemos, una pequeña parte de los encuestados sabía quién estaba dibujado en la sábana. Sin embargo, a pesar de ello, solo la mitad de los acertantes ha sabido deducir el significado que podría tener para la trama. Al respecto, si lo comparamos con la información que proporcionan ambas AD, el designar a Nietzsche por su nombre propio parece que corresponde a lo que una pequeña parte de los NVE ve, aunque parece que se trata de un referente que no despierta un gran interés o pasa desapercibido por la gran mayoría del público en general. Pero además, y a pesar de que una parte lo logra identificar, tan solo la mitad parece entender cuál puede ser su significado para la trama.

#### 5.1.2.2.10 Bush (Clip 10\_PMS5)

En este caso, el referente aparece solo a través de la imagen, ya que el discurso que pronuncia no se ha doblado al español, por lo que si la audiencia meta no habla inglés y no reconoce la voz del expresidente de los EE.UU., solo se dispone de una imagen unos breves segundos para identificarlo. No obstante, en este caso es suficiente ya que el 86% de los encuestados ha identificado correctamente a George Bush gracias a la imagen. El 4% ha empleado la generalización "Presidente de los EE.UU.", mientras que el 2% se ha decantado por Clinton. El resto, un 8%, ha manifestado que no lo sabían o no se habían fijado. Los



---

resultados confirman que George Bush es un referente que se identifica con facilidad por parte de los espectadores NVEs a través de la imagen.

#### 5.1.2.2.11 Test de Ishihara (Clip11\_PMS9)

Ante la pregunta ¿Qué le enseña Olive a Dwayne?, el 25,5% de los encuestados ha afirmado que le enseña un “test” (de visión, de agudeza visual, oftalmológico etc.) o “una prueba”. Por otra parte, el 14,5% han visto una cartulina con colores mientras que el 28% ha visto una letra A en un círculo, es decir, ambos han optado por describir lo que veían, con más o menos precisión, sin identificarlo expresamente. Solo el 2% de la totalidad ha identificado el test de Ishihara mediante su nombre propio. En este caso, parece que la amplia mayoría de los encuestados tiende a ofrecer una descripción de lo que se ve en pantalla, antes que particularizar, o generalizar (en este caso, es difícil generalizar un referente tan preciso y que tiene una finalidad tan concreta).

Por otra parte, el 66,5% han sabido que el test se realizaba para comprobar si Dwayne era daltónico, pero el resto no lo sabía, afirmando que se realizaba por otras razones (saber si era miope, si veía bien o si tenía algún defecto en la vista). Recordemos que la propia Olive comenta en el clip de vídeo que le hace un test a su hermano “para ver si eres daltónico”, por lo que la finalidad del test era fácilmente deducible.

Por último, al preguntar por el nombre específico del test, el 21% han sabido identificarlo con el nombre concreto “test de Ishihara” mientras que el 8% se han referido a él mediante una generalización “test de daltonismo”. El resto, un 71% ha manifestado que desconocían el nombre del test. El hecho de que la mayor parte de los encuestados no sepan el nombre concreto del test y que tiendan a

describirlo cuando se les pregunta por él, da cuenta de que no se trata de un referente compartido por la gran mayoría de la audiencia meta, por lo que cuando en la ADE se emplea el nombre concreto del test es muy posible que la audiencia CBVE no lo entienda; en este caso, dado que se facilita más información a través del diálogo, se puede deducir de qué se trata.

#### 5.1.2.2.12 Cerezo en flor (Clip12\_MG28)

En este caso, la pregunta que se planteó fue ¿Qué árbol aparece detrás de Chiyo y el presidente? El 43% de los respondientes han identificado el cerezo en flor presente en esta escena, probablemente relacionándolo con Japón, el lugar donde transcurre la acción. En cuanto al resto, destacamos que un 25% han contestado “un almendro en flor”, mientras que solo un 4% han confesado que no han visto ningún árbol. Destacamos que entre las diferentes respuestas que encontramos en “Otros”, no se ha dado un patrón de repetición y que hemos encontrado desde un sauce llorón, un ciruelo, un manzano o un árbol frutal. Por tanto, aunque no es una gran mayoría, una gran parte del público meta ha sabido identificar el tipo de árbol que hay en la imagen.

Por otra parte, ante la pregunta sobre el significado del mismo, el 49,5% lo desconocía. Entre aquellos que se han aventurado a ofrecer una respuesta, el 22,5% han acertado el significado, afirmando que se trata de una señal que nos indica que estamos en primavera y que probablemente su presencia se relaciona con el ciclo de la vida. Por otra parte, cerca de un 4% de los participantes ha afirmado que representa la belleza, algo que no es del todo exacto. El restante

24% ha dado otras respuestas como el amor, la esperanza, la fragilidad, la inocencia o la pureza.

#### 5.1.2.2.13 Indumentaria japonesa (Clip13\_MG13)

Ante la pregunta ¿Cómo se llama la indumentaria que lleva Hatsumomo?, el 87,5% han contestado mediante la particularización “kimono”, y el resto ha contestado que no lo sabían. Es necesario señalar que la escena es bastante oscura y que no se ven con nitidez las formas ni colores de la vestimenta de la protagonista. Sin embargo, hay una gran mayoría de los encuestados que sí identifican el kimono y que, por tanto, conocen este tipo de indumentaria japonesa.

Sin embargo, en cuanto al maquillaje, el 29,5% han manifestado que “va maquillada como una geisha”, sin especificar nada más, y considerando, por tanto, que esa descripción es suficiente para lograr hacerse una idea de cómo es el maquillaje. El 26% han descrito el maquillaje indicando que va “de blanco” y en ocasiones se ha indicado que lleva los labios rojos (16 respondientes). Por último, solo el 7% de los encuestados ha hecho referencia a que Hatsumomo se había maquillado con “polvos de arroz”, elemento característico de la cultura japonesa que, efectivamente, usan las geishas para maquillarse el rostro de blanco. En este caso, parece que el hacer referencia al maquillaje “como de una geisha” es algo común, al considerarse un referente conocido y que no requiere más explicación por parte del encuestado.

A continuación, se formulaba la siguiente pregunta, directamente relacionada con la ADE ¿Qué parte de su cuerpo ha dejado sin maquillar? Las respuestas aquí

han sido de lo más variadas, porque en realidad en la escena no se llega a apreciar con claridad esa parte del cuerpo sin maquillar (se trata de una escena en la que hay mucha penumbra): aunque el 18% confiesa que no se ha fijado, la respuesta más recurrente es el cuello (10%), seguido de las manos (6,5%), la espalda (4,5%) o el escote (2%). El 7% ha respondido correctamente, ya que la parte que las geishas dejan sin maquillar es la nuca. Sin embargo, el 33,5% ha contestado que no lo sabían mientras que el 18,5% ha dicho claramente que no se había fijado o que no se veía bien, algo que es cierto.

Por último, en cuanto al significado, solo el 7% han identificado el erotismo como la razón que justifica el que las geishas dejen una parte de su cuerpo sin maquillar, mientras que una gran mayoría, cerca del 75% de los encuestados han manifestado que no sabían la respuesta. Entre ellos, el 24% han aportado otras respuestas, como “no mancharse cuando sirven té” (pensaban que la parte sin maquillar eran las manos) o porque “la han expulsado como geisha”.

#### 5.1.2.2.14 Indumentaria (Clip14\_MG9)

Ante la pregunta ¿Qué lleva puesto Sayuri en los pies en esta escena?, el 34% de los encuestados han afirmado que Sayuri lleva “unos zuecos”, empleando una generalización, mientras que el 28% han optado por “sandalias”. Por otra parte, el 12,5% han contestado con otra generalización “zapatos” añadiendo “típicos de Japón”, “de madera” o “de geisha”. Por otra parte, el 12,5% ha contestado que Sayuri lleva unas “chanclas” mientras que el 2% no lo sabía.

No obstante, cuando se pedía a los encuestados que identificaran el tipo de calzado que llevaba Sayuri, el 75,5% manifestó que no lo sabía, mientras que el 12% han dicho que son unos *geta* y el 2% han dicho que son unos *zori*, calzado

japonés pero que, al contrario de los *geta*, no suele tener una plataforma tan elevada. En cualquier caso, como se puede comprobar, el 14% de los encuestados sí tenían ciertos conocimientos de cultura japonesa, porque han sabido identificar el tipo de calzado, aunque es evidente que la gran mayoría desconocía este referente tan particular. En este caso, quizá el recurso a la generalización sea lo que más se acerca al conocimiento del espectador medio respecto a este referente cultural.

#### 5.1.2.2.15 Indumentaria (Clip15\_MG11/10)

En esta escena, Mamita le pone a Chiyo un kimono de algodón para que vaya por casa. El 32% de los encuestados afirman que en este clip Chiyo lleva un “kimono” mientras que el 16% opina que lleva una bata o un batín, es decir, se han decantado por una generalización (algo que hace la ADI). Sin embargo, el 29% de los encuestados no lo saben o no se han fijado.

Ante la pregunta, ¿Qué le entrega Mamita a Chiyo?, el 28,5% no lo sabe. Por otra parte, el 17,5% afirma que a Chiyo se le entregan unos calcetines, mientras que el 10,5% se decanta por otra generalización “calzado”. El 14% ha optado por afirmar que se le entregan unas sandalias mientras que solo el 3,5% ha visto un *obi*. Entre las respuestas que hemos clasificado como “otros”, encontramos una gran variedad terminológica como “peúcos”, “zapatillas de ir por casa”, “chanclas”, bailarinas” e incluso “alpargatas”. También en ese 26% de “otras respuestas”, destacamos que 4 respondientes han utilizado una generalización “prenda de vestir” o “prenda para cubrirse”. En cualquier caso, la particularización *tabi* no aparece entre las respuestas más recurrentes.

También destacamos que en cuanto a la última pregunta formulada, ¿Qué es un *obi*?, el 30,5% lo han identificado como un cinturón, mientras que la gran mayoría, un 62%, ha dicho que no lo sabía. Por otra parte, un 1,5% se ha aventurado a afirmar que se trata de una prenda de ropa. De nuevo, y aunque en este caso un tercio de los participantes ha sabido identificar el referente del *obi*, lo cierto es que la gran mayoría desconocían su significado por lo que parece que, una vez más, este referente no es conocido por gran parte del público NVE.

#### 5.1.2.2.16 Yukatas (Clip16\_MG15)

La siguiente pregunta hacía referencia a los *yukatas* (kimonos de algodón que normalmente se llevan en verano o estaciones cálidas y que se asocian también a uniformes escolares). El 72% de los encuestados ha considerado que las niñas llevan unos kimonos iguales o idénticos, mientras que un 1% ha sabido que se trata de un kimono de aprendiz de geisha, aunque, eso sí, no han identificado la prenda con el nombre concreto. El resto de los encuestados no ha sabido identificar qué llevaban puesto las niñas. Por tanto, parece que la percepción de la mayoría de los participantes en la encuesta se adecúa a la ADE.

Por otra parte, a la hora de identificar dónde se encontraban las niñas, ningún encuestado ha empleado una particularización en este caso (*hanamachi*). No obstante, el 44% ha afirmado que se encuentran en la calle, mientras que el 11% ha manifestado que estaban en el mercado y el 2% en la ciudad. Generalizaciones todas ellas que dan cuenta de lo que efectivamente aparece en imágenes. No obstante, ni una sola de las respuestas se refiere al lugar con el nombre propio *hanamachi*.

#### 5.1.2.2.17 Ekubo (Clip 17\_MG24)

El referente *ekubo* es uno de los más difíciles. La ADE se refiere a él mediante una particularización, algo que no sucede con la ADI. El 26% de los encuestados manifiesta que lo que se le entrega en esta escena es una “cajita” o “caja” mientras que el 6% lo identifican como un “dulce” y el 3% como un regalo. Solo el 15,5% recurre a la particularización *ekubo*, aunque con distintas grafías (probablemente porque al principio de la escena se verbaliza la presencia de este dulce). No obstante, el 17,5% no sabe lo que es, y en la respuesta “otros” (31,5%) hemos incluido respuestas de lo más dispares, desde una “peineta”, a “un jabón”, “una diadema” o “un prendedor”. Es posible que haya habido una confusión en los espectadores ya que otro de los personajes, Nobu, entrega una peineta a Sayuri como regalo.

En cuanto a su significado, las respuestas han sido, de nuevo, dispares. Mientras que el 12,50% considera que es el *ekubo* representa la virginidad de Sayuri, el 56% confiesa que no lo sabe. Por otra parte, se encuentra de nuevo una gran disparidad de respuestas, de las cuales la belleza (8%) y el amor (1%) son las más representativas.

#### 5.1.2.2.18 Kaburenjo (Clip 18\_MG16)

La referencia del teatro y escuela *kaburenjo* solo aparece explicitada en la ADI; en la información sonora del filme no se facilita este préstamo. Esto explicaría por qué la mayoría de los respondientes (un 86%), ante la pregunta ¿Adónde se dirigen Chiyo y Calabaza? han contestado mediante una generalización (la escuela). Pero, dado que de la imagen no se deduce que estamos en un teatro (el

*kaburenjo* cumple funciones de escuela y de teatro), ningún encuestado ha afirmado que nos encontramos en un teatro.

Por otra parte, el 92% del total de los encuestados ha contestado que en la escuela las alumnas aprenden a bailar, a cantar o a ser geishas, algo que se desprende muy fácilmente de la imagen.

Ante la pregunta ¿Qué instrumento tocan?, solo un 10,5% ha podido identificar el *shamisén*, empleando la particularización, mientras que un 8,5% ha identificado el instrumento como “una guitarra” (de lo que se podría deducir cierta “contaminación cultural” en la audiencia meta) y un 6,5% solo ha identificado un instrumento de cuerda (mediante, de nuevo, otra generalización). Otro 6,5% ha considerado que se trataba de un laúd. La gran mayoría, un 49,5%, no lo sabía, y en el resto encontramos un cajón de sastre (banjo, ukelele, mandolina, un sitar etc.)

#### 5.1.2.2.19 Templo (Clip19\_MG23)

Ante la pregunta ¿Adónde se dirige Chiyo? el 74% de los encuestados han contestado que se trata de un templo, el 10% lo han identificado como un santuario y el resto han identificado desde un monasterio a un edificio religioso. En cualquier caso, la práctica totalidad de los encuestados han identificado un templo.

No obstante, cuando se les ha preguntado por el tipo de rito que se realizaba en él (algo que se explicita en la ADI), el 22% han identificado el sintoísmo, mientras que el 6,5% se han decantado por el budismo. El resto han dicho “otros”. La gran mayoría, un 71%, han expresado que no lo sabían o se han limitado a



contestar que es un lugar en el que se hacen ofrendas, es decir, es correcto, pero no se contesta a la pregunta.

Por último, en cuanto a lo que más les ha llamado la atención respecto a la arquitectura del lugar, el 9% de los encuestados ha nombrado las pagodas, mientras que el 12% el pasillo encolumnado de madera. El resto se ha decantado por la arquitectura típica japonesa (6%) o los tejados (5%).

#### 5.1.2.2.20 Orquídea

El 49,5% de los encuestados han identificado la orquídea en el banco del baño de Vanesa mientras que solo el 3,5% han recurrido a una generalización “flor blanca” para identificarla. No obstante, el 12% de los participantes confiesa que no se ha fijado en la flor. Y el 26% ha manifestado que no lo sabía. El 36% restante han afirmado que se trata de otro tipo de flor (“lirio blanco”, “camelia”, “gardenia”, “calas”, “azucenas”, etc.). Como vemos, prácticamente la mitad de los encuestados ha identificado correctamente la flor que había en el baño, lo cual denota cierta familiaridad con esta exótica flor.

En cuanto a su significado, hemos encontrado numerosas respuestas dispares, entre las más recurrentes la de la pureza (15%) y la belleza (6,5%). Otros significados que se han asociado a la flor han sido “decorativo”, “exotismo”, “exclusividad”, “sensualidad”, “juventud” etc. No obstante, el 51% ha manifestado que desconoce el significado de la flor.

### 5.1.3 *Valoración de los resultados*

Las diferentes respuestas a la encuesta arrojan resultados interesantes para nuestra investigación. De manera general, podemos afirmar que los participantes no conocían la gran mayoría de referentes culturales sobre los que versaban las preguntas<sup>95</sup>. Podríamos trazar una línea en la que distinguimos el mayor o menor grado de conocimiento sobre los referentes culturales analizados, es decir, la mayor o menor familiaridad de los respondientes respecto a los mismos en función de los resultados obtenidos (ver Figura 18).

---

<sup>95</sup> De hecho, como hemos indicado anteriormente, esto producía bastante frustración en los respondientes.

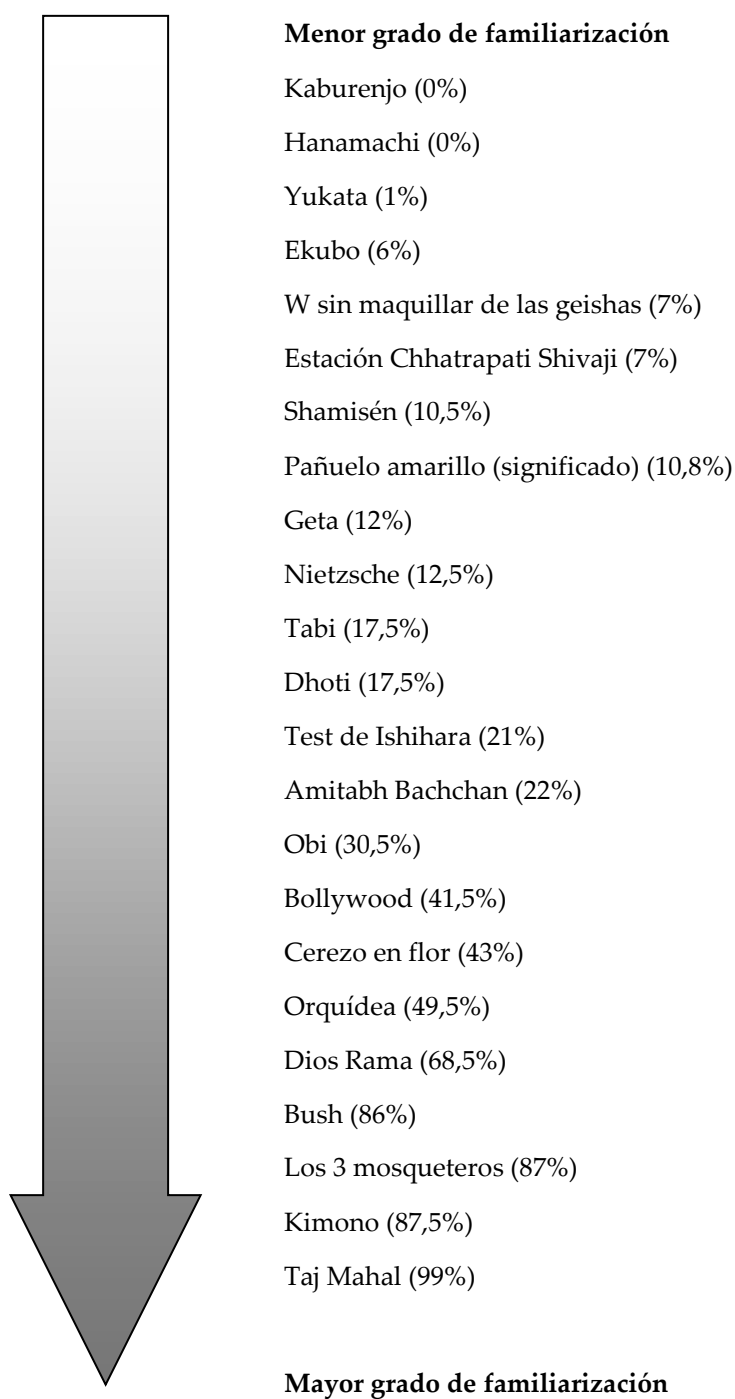


Figura 18. Grado de conocimiento de los referentes culturales (ER1)

Algunos referentes no han podido ser identificados por una audiencia meta media: en la mayoría de casos, son referentes muy marcados culturalmente y que

no tienen equivalencia como tal en la cultura de recepción. En estos casos, los participantes se han referido a ellos mediante generalizaciones o breves descripciones: por ejemplo, en el caso del *kaburenjo* (que nadie ha sabido identificar), la mayoría de los encuestados se han referido al mismo mediante la generalización “escuela de geishas”; lo mismo ocurre con el *yukata* (que se asimila a un kimono) o la estación Chhatrapati Shivaji (identificada como una estación de tren). Algunos referentes se han identificado correctamente gracias al contexto (es el caso de Amitabh Bachchan o el dios Rama) o también por una progresiva asimilación del referente por la cultura meta (es el caso del baile de Bollywood)<sup>96</sup>. Tal y como establecen Szarkowska y Jankowska (2015), el grado de familiaridad de la audiencia meta respecto al referente cultural que debe describirse determinará las técnicas de traducción empleadas para audiodescribirlo. En este caso, pues, para realizar la AD del Taj Mahal, el descriptor no tendría problemas en emplear la particularización, puesto que se trata de un referente de sobra conocido. Pero a la hora de describir la vestimenta de una geisha o la presencia de determinados autores (Nietzsche, por ejemplo), quizá una técnica que implicara más intervención por parte del descriptor convendría más para una mayor comprensión.

Por otra parte, el espectador medio tiene más dificultades a la hora de identificar aquellos referentes a los que se identifica mediante préstamos, por lo que en ese caso, la elección de una técnica más “intervencionista” podría ser más conveniente. Si un espectador medio NVE no puede identificar aquellos referentes mediante un préstamo, a pesar de contar con la imagen para poder deducir su significado, es previsible que los espectadores CBVE que no pueden

---

<sup>96</sup> Hubiera sido interesante realizar este mismo estudio en el momento del estreno de *Slumdog millionaire* en España, ya que los bailes de Bollywood se hicieron conocidos en Europa y EE.UU. gracias, en parte, a esta película que “occidentalizó” y popularizó este baile oriental.

servirse de la imagen tengan la misma o mayor dificultad a la hora de identificarlos.

La audiencia española se encuentra menos familiarizada con los referentes culturales de Japón antes que de la India. Esto podría explicarse por el carácter más exótico de la primera pero también por las técnicas cinematográficas que emplea Boyle en *Slumdog millionaire* y que permite un mayor acercamiento de la cultura india a la cultura de recepción. En cualquier caso, tan solo 6 de los 20 referentes analizados han sido correctamente identificados por, al menos, la mitad de los encuestados (el Taj Mahal, el kimono, *Los tres mosqueteros*, Bush, Dios Rama y la orquídea). En el resto de los casos, podemos afirmar que la AD ofrece más información de la que dispone un espectador medio, por lo que, en realidad, el espectador CBVE que disfruta de AD cuenta con detalles de los que carece un espectador NVE medio que se sirve de las imágenes.

Nº ref.	Descripción	Preguntas	Tasa de aciertos
SM11	Los tres mosqueteros	- Título - Autor	- <b>87%</b> - <b>71,5%</b>
SM10	Amitabh Bachcham	- Nombre del actor - Película más famosa - Época de mayor éxito	- 6,5% - 13% - 18,5%
SM12	Dios Rama	- Nombre del Dios - Qué lleva en la mano derecha - Qué hace con la izquierda - Significado -Dhoti	- <b>68,5%</b> - 5% - 40% - 18,5% - 17,5%
SM1	Taj Mahal	- Nombre del edificio - Título de la Unesco	- <b>99%</b> - <b>77,5%</b>
SM13	Chapatis	- Identificación de los alimentos	- 42%
SM2	Estación de tren	- Identificación de la estación - Movimiento arquitectónico - Título de la Unesco	- 7% - 3,5% - 31,5%
SM16	Pañuelo amarillo de Latika	- Significado del amarillo	- 10,8%

SM8	Baile de Bollywood	- Tipo de baile - Característica principal - Título de la canción - Por qué este final	- 39% - 31% - 25% - 22%
PMS1	Nietzsche	- Identificación - Significado	- 12,5% - 6,5%
PMS5	Bush	- Identificación	- 86%
PMS9	Test de Ishihara	- Nombre del test - Finalidad	- 21% - <b>66,5%</b>
MG28	Cerezo en flor	- Nombre del árbol - Significado	- 43% - 22,5%
MG13	W nuca sin maquillar	- Identificación de indumentaria - Maquillaje - Parte del cuerpo sin maquillar - Significado	- <b>87,5%</b> - 29,5% - 7% - 7%
MG9	Geta	- Identificación de indumentaria	- 12%
MG10/ 11	Obi/Tabi	- Identificación de indumentaria - Identificación de indumentaria - Obi	- 32% - 17,5% - 30,5%
MG15/ 39	Yukata/Hanamachi	- Identificación de indumentaria - Identificación del lugar	- 1% - 0%
MG24	Ekubo	- Identificación del alimento - Significado	- 15,5% - 12,5%
MG16	Kaburenjo	- Identificación del lugar - Actividades - Instrumento	- 0% - <b>92%</b> - 10,5%
MG23	Templo sintoísta	- Identificación del tipo de culto - Rasgos arquitectónicos	- 22% - 9%
JN2	Orquídeas blancas	- Identificación de la flor - Significado	- 49,5% - 15%

Tabla 38. Tabla resumen de las tasas de aciertos de los participantes en el ERI

Como se puede observar en la Tabla nº 37 más claramente, únicamente en 8 ocasiones los participantes normoidentes disponían de la misma (o más) información de la que se proporciona en la ADE. En todos los demás casos, la información que se ofrece a través de la ADE es mayor y, por lo que el espectador CBVE en las restantes 46 preguntas que se han formulado a los espectadores NVE estaría en “clara ventaja”. Ciertamente es que en este estudio no hemos entrado a valorar cuestiones esenciales como el papel que pudiera jugar la memoria a la

hora de recordar determinados detalles, u otras cuestiones que seguramente han influido en los respondientes (pensamos esencialmente en el cansancio debido a la extensión del cuestionario). Pero no deja de ser significativa la baja tasa de aciertos de las preguntas basadas directamente en la información facilitada por la ADE. Podemos, pues, afirmar, que, de forma general, la ADE ofrece más información y más precisa de la que dispone un espectador medio NVE. Destacamos que hay referentes que no se han podido identificar con su nombre propio (el respondiente ha recurrido en numerosas ocasiones a la generalización para identificar referentes muy marcados culturalmente); ante las preguntas directas sobre significado de préstamos, la respuesta también ha sido significativa, y muy pocos han logrado hacerse una idea concreta de lo que se trataba. Por último, también es curioso que, ante la aportación de información de la ADE, preguntamos por el significado que podía tener (es el caso de Nietzsche, de la orquídea, o de la w sin maquillar, por ejemplo). La tasa de acierto en esos casos también es baja, lo que nos lleva a preguntarnos si, en esos casos en los que la ADE ha explicitado o particularizado el referente, no sería de ayuda aportar una explicación del significado, pues el espectador NVE no es capaz de inferirlo mediante la única presencia visual.

## **5.2 Estudio de Recepción 2 (ER2)**

### *5.2.1 Metodología*

Como ya hemos indicado anteriormente (apartado 3.3.1.), en esta fase seguimos el método cualitativo. Nos interesaba recabar las opiniones, preferencias y

expectativas de los usuarios respecto a las AD a las que se les exponían. La base de nuestro estudio lo constituía el Corpus ER2, un corpus de 40 clips de vídeo en español, cuya caracterización se incluye en el apartado 3.3.3.3.2. Las fases en las que se articuló el presente estudio fueron las siguientes:

- Partiendo del Corpus ER1, se seleccionaron los mismos clips pero con las dos versiones de AD, en inglés y en español. Se procedió a la traducción directa de los GAD de todos los clips con ADI al español para su posterior tratamiento. Una vez traducidas las pistas de ADI, se locutaron y grabaron todas las pistas de audio. Posteriormente, se incluyeron en los clips de vídeo doblados al español. El resultado de esta primera fase es el Corpus ER2.
- Una vez confeccionado el Corpus ER2, se procedió a diseñar el cuestionario y a su validación mediante un estudio piloto.
- Posteriormente, se seleccionó la muestra, no sin numerosas dificultades.
- Se llevó a cabo el test en espectadores CBVE para la posterior recogida de datos.
- Por último, se analizaron los datos, desde un punto de vista comparativo e interpretativo.

A continuación, procedemos a explicar con más detalle cada una de las subfases descritas.



5.2.1.1 Diseño del cuestionario

El cuestionario constaba de dos partes.

La primera parte del cuestionario contenía las variables de control para espectadores CBVE, que se agruparon en tres grandes categorías: datos generales, datos sobre la ceguera o baja visión y datos sobre hábitos de ocio.

DATOS GENERALES	Sexo: Hombre/ Mujer
	Edad: <ul style="list-style-type: none"> <li>• De 18 a 25 años</li> <li>• De 26 a 45 años</li> <li>• De 46 a 65 años</li> <li>• De 65 en adelante</li> </ul>
	Nacionalidad: Española
	Nivel de formación: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sin estudios</li> <li>• Estudios primarios</li> <li>• Estudios secundarios. Bachillerato.</li> <li>• Ciclos formativos. Formación profesional</li> <li>• Estudios Universitarios: Licenciatura o Grado</li> <li>• Máster o superior</li> </ul>
TIPO DE CEGUERA O DEFICIENCIA VISUAL	Momento de la baja visión: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Congénita</li> <li>• Sobrevenida</li> </ul> En el que caso de que sea sobrevenida, indicar la edad:
	Enfermedad causante de la pérdida de visión: Retinosis pigmentaria DMAE Glaucoma

HÁBITOS DE OCIO- FAMILIARIZACIÓN CON LA AD	Cataratas Otros
	Grado de pérdida visión: Leve Moderado Grave
	Ayudas: Gafas Lupas de aumento Bastón Lectores de pantalla Otros
	Número de películas que ve al mes <ul style="list-style-type: none"> <li>• De 0 a 5</li> <li>• De 5 a 10</li> <li>• De 10 a 15</li> <li>• De 15 a 20</li> <li>• Más de 20</li> </ul>
	Medio: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cine</li> <li>• TV</li> <li>• Internet</li> <li>• DVD</li> <li>• Tablet</li> <li>• Otros</li> </ul>
	¿Conoce la AD? Sí No
¿Ve películas con AD? Sí No Si no, ¿Por qué?	
¿Ve la televisión con AD? Sí no Si no, ¿Por qué?	

Tabla 39. Variables de control de CDVE

El objetivo de estas preguntas era determinar las características socioculturales y demográficas de la muestra, y comprobar si esta se adecuaba al perfil de usuario que habíamos trazado en el apartado 2.3. También consideramos que los hábitos de ocio en general, y familiarización del usuario con la AD en particular, eran cuestiones esenciales para nuestro estudio, y podrían tener cierta influencia en los resultados del cuestionario.

La segunda parte del cuestionario consistía en una serie de preguntas sobre el Corpus ER2. Este estaba compuesto por 40 clips de vídeo de entre 40 segundos y 2 minutos 40 de duración. Se trata de los mismos clips a los que se expusieron los NVE en el ER1 (por tanto, son las versiones dobladas al español y comercializadas en España), pero en esta ocasión, disponían de AD. Cada clip de vídeo presentaba dos versiones de AD diferentes, la versión española (ADE) y la versión inglesa traducida al español (ADIT).

Los usuarios se exponían a todos los clips de vídeo, y cada uno se mostraba dos veces. Al finalizar cada par de vídeos sobre el mismo filme, se preguntaba al usuario cuál de los dos prefería. Con el fin de evitar que los participantes tendieran siempre a elegir la primera o la segunda versión de AD ofrecida, alteramos de forma aleatoria el orden de los clips de vídeo (mediante el programa Excel), de forma que algunas veces el primero contenía la ADE y el segundo la ADIT y viceversa. En ningún caso, se les explicaba a los participantes de dónde provenían esas AD, para no condicionar de antemano sus preferencias.

El orden en el que se expusieron los clips para la muestra española es el siguiente:

Identificación del clip	Primer visionado	Segundo visionado
SM11	ADE	ADIT
SM10	ADE	ADIT
SM12	ADIT	ADE
SM1	ADE	ADIT
SM13	ADIT	ADE
SM2	ADE	ADIT
SM16	ADIT	ADE
SM8	ADIT	ADE
PMS1	ADE	ADIT
PMS5	ADIT	ADE
PMS9	ADE	ADIT
MG28	ADE	ADIT
MG13	ADIT	ADE
MG9	ADE	ADIT
MG10/11	ADIT	ADE
MG15	ADE	ADIT
MG24	ADE	ADIT
MG16	ADIT	ADE
MG23	ADIT	ADE
JN2	ADE	ADIT

Tabla 40. Orden de visionado de los clips ES

Dado que solo se les exponía a clips muy cortos, en ocasiones, la investigadora facilitaba un poco de información contextual para situar al espectador CBVE: el título de la película, la temática, y en qué momento de la acción se situaba determinado clip, sirvieron para una mejor comprensión por parte de los participantes.

### 5.2.1.2 Estudio piloto

El estudio piloto del ER2 se llevó a cabo el día 5 de diciembre de 2016 en el aula 403 bis de la Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació de la Universitat de València. Contamos con dos mujeres y dos hombres que se prestaron voluntarios para realizar el estudio. El aula contaba con un ordenador, un proyector y altavoces. Además, la investigadora contó con la inestimable colaboración de dos exalumnos que ayudaron en la cumplimentación de los cuestionarios, ya que los usuarios no podían rellenarlos por sí mismos por motivos obvios<sup>97</sup>.

Dada la complejidad del estudio y las particularidades de los receptores, el desarrollo del estudio piloto nos parecía fundamental para poder asegurar un buen análisis posterior de los resultados. Las finalidades del estudio piloto eran múltiples:

- Determinar si los criterios de inclusión y exclusión de los participantes en el cuestionario eran adecuados.
- Determinar la precisión de las instrucciones facilitadas para completar el cuestionario.
- Comprobar la calidad de los vídeos, si se escuchaban correctamente y si ofrecían suficiente información contextual.
- Determinar la duración del experimento, y si esta producía cansancio o hastío.
- Comprobar las reacciones de las participantes respecto a las preguntas sobre preferencias.

---

<sup>97</sup> Se descartó ofrecer a los usuarios los cuestionarios en Braille siguiendo a Ramos (2011).

El estudio piloto reveló que los participantes necesitaban, en la mayoría de los casos, explicar sus decisiones; es decir, una vez visionados ambos clips de vídeo, no se contentaban con elegir el primero o el segundo, sino que expresaban sus opiniones y justificaban sus preferencias, lo cual nos hizo plantearnos el tomar el cuestionario solo como una base y dejar que los usuarios se expresaran como en una entrevista abierta. Además, el hecho de que los tests no se realizaran de forma individual sino en grupos (en este caso, de 4 participantes) enriqueció la discusión y favoreció la obtención de distintas opiniones sobre un mismo referente.

Por otra parte, una de las participantes, ante la disyuntiva de tener que elegir entre una u otra opción de clip, manifestó que no le gustaba ninguna de las dos, y esto en más de una ocasión. Esto, como veremos más adelante, se observó posteriormente en el estudio general, sobre todo en aquellos usuarios familiarizados con la AD. En cualquier caso, decidimos incluir la opción “ninguna” en cuanto a la elección de preferencias, junto a la primera o segunda versión.

En ocasiones, los usuarios manifestaron que les gustaba un poco de ambas AD, es decir, que lo ideal hubiera sido para ellos una combinación entre las dos diferentes versiones que se ofrecían. Aunque esta opción escapaba a la investigación que estábamos llevando a cabo por cuestiones de tiempo y de espacio, consideramos que plantear una AD alternativa también podría haber sido una opción interesante de investigación, que no descartamos retomar en posteriores estudios.

Dado que éramos conscientes de que el test podía resultar largo y producir cansancio en el usuario, decidimos incluir una pausa de entre 10 y 20 minutos a mitad del test. A pesar de ello, los usuarios manifestaron que, aunque

efectivamente la duración del visionado de los clips era larga (en este caso, el test alcanzó una hora y 45 minutos), lo cierto es que les parecía interesante y no se les hacía pesado. No obstante, es necesario señalar que el estudio piloto se realizó en gente joven, de menos de 20 años, lo que puede explicar su entusiasmo y la falta de cansancio, algo que en ocasiones sí observamos en participantes en el estudio posterior algo más mayores.

## 5.2.2 *Presentación y análisis de los datos*

### 5.2.2.1 Obtención de la muestra

Conseguir la participación de voluntarios ciegos o con baja visión fue algo muy complicado debido a la falta de colaboración de asociaciones y de particulares, algo ya señalado por Fresno (2014), Ramos (2013) o Cabeza Cáceres (2013) entre otros. Finalmente, reunimos una muestra de 35 personas ciegas o con baja visión españolas, que provinieron de contactos personales (9), de la Asociación de Retina de la Comunidad Valenciana (8), y de la Delegación Territorial de Valencia de la ONCE (18).

Los estudios se realizaron en diferentes días entre diciembre y febrero de 2017. En principio, se pensó en realizar el estudio en un aula de la Facultad de Filología, Traducción y Comunicación habilitada con proyector y altavoces, pero muchos de los participantes preferían no desplazarse a lugares que desconocían, por lo que la investigadora fue la que se desplazó a la sede de la Delegación de la ONCE en Valencia y a la sede de la Asociación Retina CV. Para el test, utilizamos un

ordenador portátil LG Gram 14". Además, decidimos acoplar unos altavoces Woxter Big Bass 95, para facilitar la escucha de los clips.

Día	Lugar	Respondientes
05/12/16	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación (aula 403 bis)	R1, R2, R3, R4
16/12/2016	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación (aula 108)	R5, R6, R7
19/12/2016	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación (aula 108)	R8, R9
10/01/2017	Asociación Retina CV (c/ Barón de Cárcer 48-7º J)	R11, R12, R13, R14
18/01/2017	Asociación Retina CV (c/ Barón de Cárcer 48-7º J)	R15, R16, R17, R18
27/01/2017	Delegación territorial ONCE Valencia (gran Vía Ramón y Cajal, 13, 7º)	R19, R20, R21, R22, R23, R24
03/02/2017	Delegación territorial ONCE Valencia (gran Vía Ramón y Cajal, 13, 7º)	R25, R25, R26, R27, R28, R29
03/02/2017	Delegación territorial ONCE Valencia (gran Vía Ramón y Cajal, 13, 7º)	R30, R31, R32, R33, R34, R35

Tabla 41. Relación de días y lugares donde realizamos el test en CBVE

Aunque el objetivo de este estudio no es cuantitativo, consideramos que una muestra de 35 sujetos es suficientemente significativa y representativa, por lo que haremos referencia a los resultados numéricos del test aunque, insistimos, se trata de un estudio de marcado carácter cualitativo en el que pondremos en evidencia las preferencias de los usuarios respecto a las AD a las que se expusieron y sus distintas opiniones.

Como quedó patente en el estudio piloto, algunos usuarios tenían la necesidad de explicar sus preferencias, por lo que, después del visionado de los pares de clips, se les permitía expresar sus opiniones. La investigadora tomaba notas y, en



ocasiones, se grababan esos debates, previo consentimiento de los usuarios. En el apartado 5.2.2.2., se han hecho constar algunas de estas opiniones. Es necesario resaltar que no todos los participantes tenían las mismas ganas de justificar su respuesta, por lo que hemos hecho referencia a aquellos comentarios que ilustran mejor las respuestas que se obtuvieron en el test<sup>98</sup>.

#### 5.2.2.1.1 Datos sociodemográficos

Como hemos indicado anteriormente, la primera parte del cuestionario perseguía como finalidad obtener datos sociodemográficos de la muestra. En ese sentido, presentamos a continuación el perfil del receptor que ha participado en nuestro estudio.

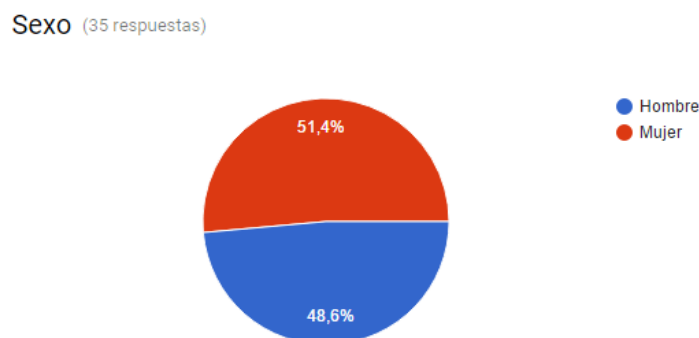


Figura 19. Distribución de la muestra CBVE por sexo

<sup>98</sup> Dada la extensión del presente estudio, la investigadora transcribió las respuestas y comentarios de los participantes en base a sus notas y a las grabaciones de que disponía directamente en el cuerpo de esta tesis. No se han adjuntado dichas grabaciones ni notas personales por una cuestión de espacio, pero sobre todo porque numerosos participantes se mostraron reacios a que sus grabaciones se publicaran.

Como se puede apreciar, nuestra muestra está bastante equilibrada en cuanto a la distribución por sexo, ya que el 51,4% de las participantes eran mujeres, mientras que el 48,6% eran hombres.

En cuanto a su distribución por edad (Figura 20), destacamos que el grupo más numeroso ha sido el de 46 a 65 años, representando un poco más de la mitad de la muestra (51,4%), mientras que el siguiente en cantidad numérica ha sido el de 46 a 65 años, con una representatividad del 31,4%. El menos representado ha sido el grupo de entre 26 y 45 años, con solo un 2,9%, mientras que el resto, un 14,3%, lo compone el grupo más joven de la muestra, cuya edad oscila entre los 18 y los 25 años. Esto concuerda bastante con el perfil del CBVE que habíamos esbozado en las conclusiones del Capítulo 2.

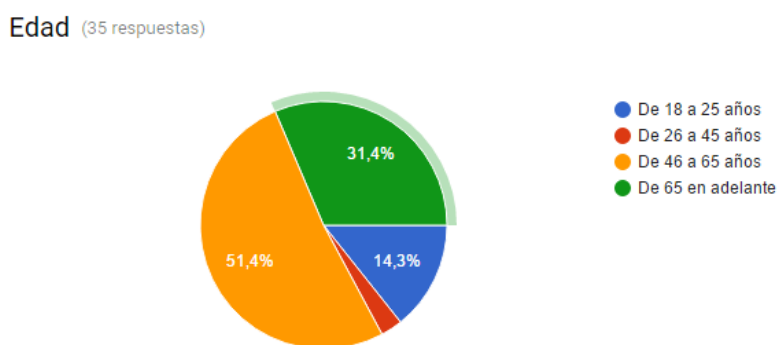


Figura 20. Distribución de la muestra de CBVE por edad

Por otra parte, en cuanto al nivel de estudios, los datos demuestran que estamos ante una muestra muy diversificada, ya que encontramos representación de todos los niveles de formación. El sector más representado es el de estudios secundarios con un 37,1%, seguido de los estudios universitarios (grado o

licenciatura) con un 25,7%. Por otra parte, el menos representado es el de estudios de máster o superior, con tan solo un 2,9% de los encuestados, mientras que el 22,9% tienen estudios primarios. Por último, destacamos que el 11,4% de los encuestados han realizado ciclos formativos (Formación profesional) y que no había ningún representante de la franja “sin estudios”. No obstante, debemos señalar que ninguno de los que se encontraban en edad de trabajar lo hacían ya que disponían de una incapacidad laboral (excepto los estudiantes que participaron en el experimento).

Nivel de formación (35 respuestas)

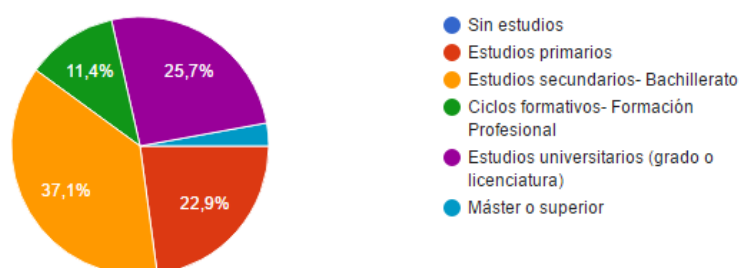


Figura 21. Distribución de la muestra de CBVE por nivel de formación

Por último, y como ya determinamos para la muestra de NVE, todos los encuestados tenían nacionalidad española, algo que era fundamental dado el marcado cultural de los referentes estudiados.

#### 5.2.2.1.2 Tipos de ceguera o baja visión.

La mayoría de los encuestados, concretamente un 82,9%, padecía una ceguera sobrevenida, mientras que solo un 17,1% indicó que la pérdida de visión era

congénita, es decir, que habían nacido ciegos. Por lo tanto, los componentes de nuestra muestra han visto, en algunas ocasiones, hasta una edad muy avanzada, por lo que para ellos es más fácil hacerse un constructo mental de lo que aparece en pantalla.



Figura 22. Momento de la ceguera o baja visión

13 de los participantes perdieron la visión entre los 30 y los 50 años, mientras que 5 lo hicieron de pequeños, entre el nacimiento (R4 quedó ciega en la incubadora cuando nació) hasta los 12 años (R27 y R19 fueron diagnosticados con glaucoma a una edad muy temprana).

Entre las causas más frecuentes de pérdida de visión (Figura 23), destacamos la retinosis pigmentaria (un 34,3%) seguida de otras enfermedades (31,4%), como accidentes cerebrovasculares, accidentes de tráfico, síndrome de Usher, miopía maligna o diabetes. El glaucoma también es una causa frecuente de pérdida de visión entre los componentes de nuestra muestra, con un 20% de casos, mientras que el 14,3% tiene DMAE. Como vemos, la mayoría de enfermedades causantes

de pérdida de visión o ceguera están representadas en nuestra muestra, que presenta una gran heterogeneidad respecto a las causas de pérdida de visión, algo que se da entre los receptores comunes de AD.

Enfermedad que causa la pérdida de visión (35 respuestas)

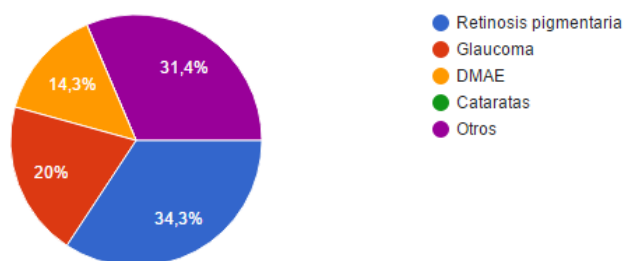


Figura 23. Enfermedades causantes de la pérdida de visión

Por último, en cuanto al grado de pérdida de visión, el 91,4% de los encuestados manifiesta que es una pérdida grave, y el 5,7% padece una pérdida de visión moderada. Solo un respondiente manifiesta que su pérdida es leve.

Grado de pérdida de visión (35 respuestas)

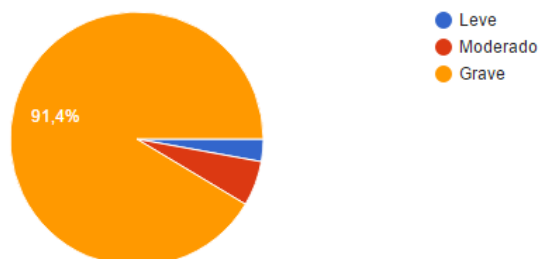


Figura 24. Grado de pérdida de visión

En cuanto a las ayudas que habitualmente utilizaban los usuarios en su vida diaria, 30 de los 35 participantes utilizaban bastón, debido a la gravedad de la ceguera que padecían. También una gran mayoría utilizaba el lector de pantalla JAWS<sup>99</sup>, software gratuito para los afiliados a la ONCE desde septiembre de 2016. Por otra parte, destacamos que 28 de los 35 participantes disponían de un iPhone, que lleva incorporado de serie el Voice over<sup>100</sup>, una herramienta de gran utilidad para las personas con algún tipo de discapacidad visual.

#### 5.2.2.1.3 Hábitos de ocio

En cuanto al número de películas que los participantes ven al mes, la gran mayoría (un 65,7%) ven pocas o ninguna, es decir de 0 a 5 películas al mes. El 11,4% manifiesta que ve más de 20 al mes, mientras que el resto oscila entre de 5 a 10 (11,4%), el 8,6% ve de 15 a 20 y solo el 2,9% ve de 10 a 15 películas. En general, los participantes no mostraron un gran interés por las películas en cualquier formato (televisión, cine, ordenador...); no así por la lectura, ya que 21 de los 35 participantes manifestaron que eran grandes aficionados a la lectura y consumían asiduamente audiolibros. La razón que se aducía respecto a esta preferencia es que “en una película hay demasiado ruido, pasan muchas cosas; es difícil concentrarse” (R23); o que “hay muchos más libros con sistema AUDESC que películas. Películas, hay pocas, y nuevas menos. Pero audiolibros hay más y son más accesibles” (R31).

---

<sup>99</sup> Se trata de un lector de pantalla de ordenadores y dispositivos móviles que utilizan Microsoft Windows.

<sup>100</sup> Desde “Ajustes” se accede a la pestaña “General” y de ahí a Accesibilidad. Cuando se activa la función “Voice Over”, toda la información visual se hace accesible para ciegos, por lo que con el iPhone se puede incluso leer un e-book.

Hábitos de ocio- Grado de familiarización con la AD

Número de películas que ve al mes en cualquier formato (cine, tele, DVD, internet...)  
(35 respuestas)

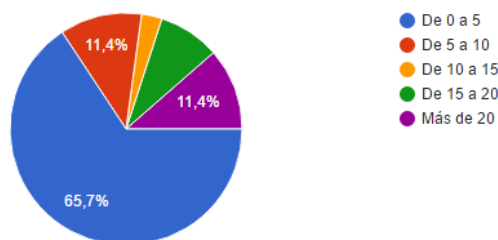


Figura 25. Número de películas al mes en cualquier formato

Respecto a la preferencia en cuanto al formato, se distinguen dos de entre las propuestas (Figura 26). La televisión es la preferida por un 74,3% de los participantes, mientras que el 28,6% también manifiesta una predilección por el cine en pantalla grande. Otros manifiestan que ven películas en la *Tablet* o en internet. Normalmente, la razón de esta preferencia se explica por la comodidad, ya que muchos de los entrevistados no suelen salir mucho de casa, y “menos para ir al cine” (R11). “Además, yo veo la televisión con toda mi familia todos los días, y si hay una película, pues la vemos todos juntos” (R 13).

¿Qué formato prefiere? (35 respuestas)

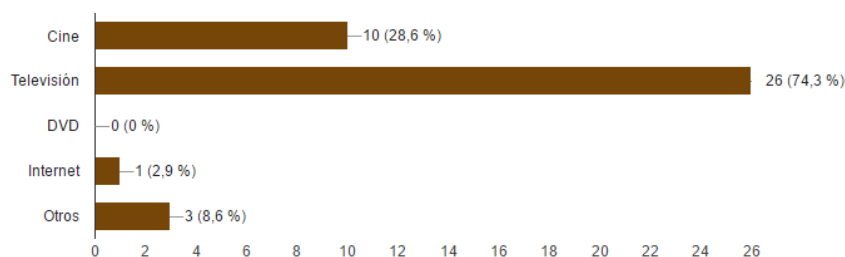


Figura 26. Preferencias en cuanto al formato

La siguiente pregunta se centraba en el conocimiento o grado de familiarización de los participantes con la AD. Como era de esperar, el 88,6% de los encuestados la conocían y la habían utilizado en alguna ocasión. 25 de los 35 encuestados sabían que la ONCE tenía una videoteca de películas audiodescritas a disposición de los afiliados de la organización, pero desconocían la existencia de otros operadores que actualmente también ofrecen AD en películas, en DVD o Blu-Ray, por ejemplo.

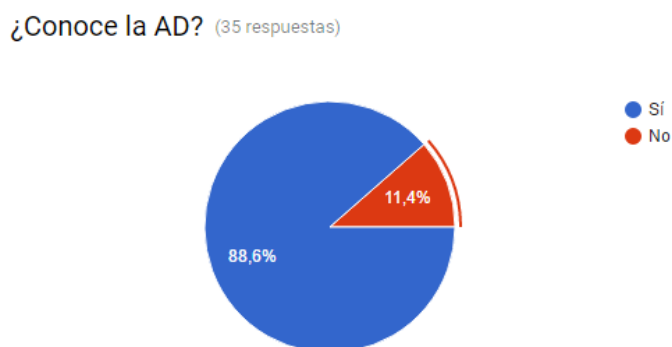


Figura 27. Conocimiento de la AD

A pesar de este resultado, el 74,3% de los participantes nunca utilizan AD cuando van al cine, frente a tan solo el 5,7% que la utilizan siempre. Cerca del 20% restante la utiliza a veces o casi nunca. Las razones por las que no utilizan la AD en el cine suelen ser que en general desconocen qué películas se ofrecen con AD por falta de publicidad o que la oferta es muy limitada: “No sabemos cuándo hay películas con AD en el cine” (R24); “Se publicitan poco, no te enteras”; (R26) “Hay pocas salas en Valencia y son pocas las películas que se ofrecen con AD” (R5). 7 de los 35 participantes manifiestan que no la necesitan, y 9 del total que no acuden con frecuencia al cine. También argumentan que prefieren ir con



alguien conocido al cine y “que me vaya diciendo si me pierdo. Pero es que la AD se me hace muy pesada porque dicen muchas cosas que a mí no me importan nada” (R6).

¿Utiliza habitualmente la AD cuando va al cine ? (35 respuestas)

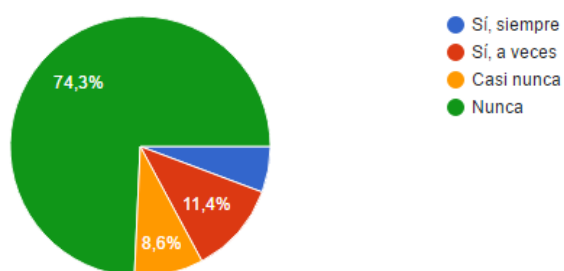


Figura 28. Utilización de AD en el cine

En cuanto a la televisión, el 88,6% de los participantes no utiliza nunca AD cuando ve la televisión, mientras que el 11,4% la utiliza a veces (Figura 29).

¿Utiliza habitualmente la AD cuando ve una película en casa en la televisión o en DVD ?

(35 respuestas)

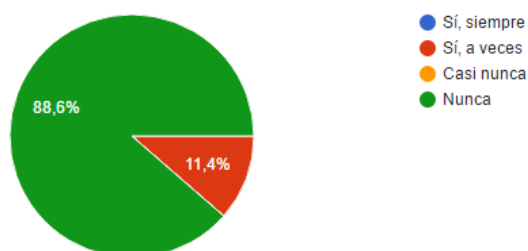


Figura 29. Utilización de AD en televisión o DVD

Las razones por las que no se utiliza AD en televisión son principalmente el desconocimiento de la configuración del televisor para poder escuchar AD o desconocimiento de los programas que cuentan con AD. Al ser, en su mayoría, personas mayores que no están familiarizadas con las nuevas tecnologías o que disponen de televisores más antiguos, la gran mayoría no sabe cómo acceder a la AD en televisión (algo también observado en el informe de CESyA: 2015). Tampoco saben cómo acceder a un listado (el teletexto, por ejemplo) o a la información sobre la accesibilidad de un programa. “A veces, mi marido o mi hijo me dicen: ‘Mira, este programa tiene AD’, porque ellos ven el icono que aparece en una esquina de la pantalla. ¡Pero yo no lo veo! ¿Cómo pretenden que lo veamos si somos ciegos? Nos lo tendrían que decir cada vez, y si hay pausas o lo que sea, repetirlo. Porque si no, no nos enteramos” (R21).

También se argumenta que cuando se ve la televisión en familia, a los componentes de la familia que son NVE les suele molestar la AD, por lo que las personas con deficiencias visuales optan por prescindir de ella y preguntar a los familiares si se pierden en la trama. Algunos respondientes más jóvenes manifiestan que se descargan material de internet que no está audiodescrito pero que se han acostumbrado a series o películas sin AD “y me apaño bastante bien. Y si no, pregunto” (R1).

## 5.2.2.2 Resultados sobre referentes culturales

### 5.2.2.2.1 Los tres mosqueteros (1\_SM11)

El 37,1% de los participantes prefirió la ADIT mientras que el 60% prefirió la ADE. Al respecto, destacamos que la preferencia por la ADE se manifestó sobre

todo en personas mayores, mientras que los más jóvenes se decantaron por la primera versión, es decir, la ADIT. Recordemos que la ADE aportaba datos sobre el título del libro y el autor del mismo, mientras que la ADI empleaba una generalización.

Algunas de las opiniones de los participantes que se decantaron por la versión más corta y con menos detalles (la ADIT) fueron las siguientes:

R1 “Esos detalles no tienen importancia. Te los puedes perder y no pasa nada. Además, podrías deducirlo del contexto porque dicen la palabra ‘mosqueteros’ y los nombres, así que tanta información no es necesaria”.

R5 “No es necesario saber el título del libro ni mucho menos el autor; con saber que le tira un libro sobra. A mí lo que me interesa es que me cuenten lo que pasa en la película, lo que hacen los protagonistas, pero no me importa el título del libro a no ser que sea importante para la trama”.

R6 “Es que se pasa [la ADE], dice muchas cosas, y como están hablando y hay ruido en la película, te mareas. A no ser que el libro tenga una importancia vital en la película, a mí me da igual”.

R24 “Con la información que da la película lo puedes deducir. No es necesario que te den esos datos, aunque tampoco me molestan”

R1 y R2 preguntaron si en pantalla se leía el título del libro. Ante nuestra respuesta (aparece muy rápidamente, en inglés, y borroso) manifestaron que “entonces no lo *tiene* que decir; si el que ve no va a enterarse, ¿qué más da?”.

En general, como vemos, preferían deducir la información de la banda sonora de la película. Por otra parte, también manifestaron su interés por la importancia del libro a lo largo de la trama. En este sentido, para una comprensión más

completa de todos los referentes culturales hubiera sido deseable visionar toda la película, pero por una cuestión de tiempo, de cansancio en el espectador y, sobre todo, porque queríamos someter a examen varios referentes de distintas películas, nos decantamos por clips de vídeo, que poseían unidad de sentido, es decir, que podían entenderse sin necesidad de ver todo el filme. No obstante, no descartamos realizar el estudio exponiendo al espectador al visionado de la película entera, para corroborar o, en su caso, confrontar los resultados obtenidos en este estudio.

Sin embargo, como hemos indicado, la mayoría de los participantes se decantaron por la versión española, que daba más detalles sobre el libro. El argumento más empleado para justificar esta respuesta era que necesitaban detalles para comprender lo que ocurría y que “cuanta más información mejor” (R15). Ante la pregunta de la investigadora sobre si el ofrecer información que no aparece de forma explícita en la pantalla no les resultaba molesto, R5 manifestó “Como somos ciegos y no vemos, pues nos dan más información. Es una forma de compensarnos por no ver”. Y R1, acertadamente, afirmó “Es absurdo pretender que veamos igual [que los NVE]. ¡Si no vemos! Nunca va a ser la misma experiencia. Habría que plantearlo de otra forma”.

Otras opiniones a favor de incluir detalles en la AD, aun sin estar presentes en la imagen del filme fueron:

R8 “Cuantos más detalles, para mí mejor”.

R11 “No está de más cultivar a la gente”.

R12 “A mí no me molestan los detalles. Al contrario, los agradezco, aunque en este caso yo sé quién escribió *Los tres mosqueteros*. Pero seguro que habrá mucha gente que no lo sabe”.

R25 “Así también aprendes cosas y si tienes curiosidad, pues luego lo buscas en internet o lo que sea. Si te lo dicen también será por algo, así tú ya estás más pendiente toda la película de los tres mosqueteros, a ver si vuelve a salir o se hace otra referencia”.

R34 “Seguro que significa algo. Si no, no te lo dirían con tanto detalle, ¿no? Eso es por algo. Lástima que no veamos la película entera, así se vería si finalmente tiene importancia o no”.

En este caso, pues, la ADE tuvo más adeptos que la ADIT y resultó la preferida, por lo que la ADE parece que cumple con las expectativas de los espectadores. El gusto por los detalles se observó, como hemos dicho, en personas más mayores y que, de forma general, no estaban familiarizados con la AD, es decir, no consumían habitualmente productos audiovisuales audiodescritos.

#### 5.2.2.2.2 Amitabh Bachchan (2\_SM10)

En este caso, la AD preferida ha sido, de nuevo, la española, con un 51,4%, mientras que el 34,3% ha elegido la ADIT. Destacamos que a 5 respondientes, el 14,3%, no les ha gustado ninguna de las dos versiones propuestas. La ADE da mucha información sobre el nombre del actor, la película más famosa, la época en la que tuvo más éxito etc., algo que, de nuevo, no gusta mucho a los más jóvenes:

R2 “Es que el descriptor contesta a la pregunta que le hace el presentador al chico. Pero yo creo que lo podríamos deducir del sonido o... no sé. Es que el título de la película tampoco lo saben los que pueden ver. ¿Por qué nos los explicitan a nosotros?”

R7 “No hace falta que me diga que viene un helicóptero, porque yo ya lo oigo. Además, dicen el nombre del actor ese como tres o cuatro veces, no es necesario que me lo repitan. Lo he oído”.

No obstante, la mayoría de los participantes prefieren la versión española, la que presenta más detalles:

R12 “Es que este señor no tengo ni idea de quién es. Vamos, que aunque me digan muchas más cosas sobre él, no me lo imagino. Así que, me da un poco igual lo que me digan. Hombre, si hay sitio, mejor que te lo digan todo”.

R13 “Es verdad que dice muchas cosas, demasiadas quizás. Pero lo prefiero a la otra [la ADIT]. La otra es demasiado corta. No dice prácticamente nada. Y claro, yo no veo nada, no sé si me estoy perdiendo algo”.

R17 “Yo insisto que cuanto más nos digan y más información tengamos, pues mucho mejor. Así nos hacemos una idea más clara y entramos mejor en la película”.

R29 “No me importa que se recreen en detalles, siempre que tengan importancia o sean fundamentales para la trama”.

---

No les molestaba que se adelantara información sobre la pregunta. Es más, muchos admitían que no se acordaban de la pregunta planteada por el presentador, por lo que la AD les permitía “refrescar” lo que se le preguntaba al personaje en ese momento. Sin embargo, como hemos indicado, 5 respondientes manifestaron que no les había gustado ninguna opción. Y esto porque estaban muy desequilibradas: es decir, la ADE daba demasiada información mientras que la ADIT daba demasiado poca. R1 confirmó “En este caso igual una combinación entre la primera y la segunda sería lo ideal. Vamos, ni tanto ni tan calvo. Una es muy escueta, y la otra se pasa. Además, el nombre del actor (Amitabh Bachchan) y que viene en helicóptero te lo puedes ahorrar, porque yo eso ya lo oigo. Cuéntame lo que pasa; y si este actor es importante para lo que le pase al personaje, pues sí, me lo cuentas. Pero no te pases”. En el mismo sentido, R15 manifestó “Es una escena en la que se habla bastante. Hay sonidos que son fácilmente reconocibles: el helicóptero, el actor, la música india. A mí que salga ahí un clip [con imágenes de películas antiguas de Amitabh Bachchan] me da igual. Me interesa qué relación tiene para la trama”.

Parece, pues, que lo que prima para estos participantes no es el referente en sí, sino su función en el desarrollo de la acción. Pero insistimos en que, a pesar de que no es una amplia mayoría, se sigue prefiriendo la ADE frente a la ADIT.

#### 5.2.2.2.3 Dios Rama (3\_SM12)

El referente sobre el dios Rama era especialmente complejo. La disparidad en las AD, así como la lejanía respecto a la cultura meta lo hacían particular. Sin embargo, el 77,1% de los encuestados ha seguido prefiriendo la ADE frente a solo un 22,9% que se ha decantado por la versión inglesa de AD. De nuevo parece que

los participantes prefieren las AD con más detalles, por las mismas razones aducidas anteriormente:

R4 “Para mí, cuanta más información mejor. Puede que tengamos más información que los NVE, pero como no vemos, pues eso que nos llevamos, es como un regalo, un bonus”.

R6 “Permite hacerte un constructo mental mejor. Aunque no sepas lo que es un detalle (como la ropa que nombra), de todo el contexto igual puede deducirse. De todas formas, es muy larga y con el ruido y la música tampoco se oye bien. Acaba cansándote”.

R12 “Yo prefiero que lo explique todo: qué lleva en la mano derecha, qué hace con la izquierda. Aunque no sé si se ve muy bien, pero para mí mejor, porque lo relaciono con la pregunta que le han hecho al personaje”.

R14 “Sí, parece que adelanta información sobre la pregunta pero es que nosotros no tenemos forma de saberlo. Si no nos dice lo que lleva, pues no nos enteramos”.

Al tratarse de una escena en la que hay mucho ruido de fondo, sumado a una música trepidante y gritos y golpes, todo esto produce cierta confusión (que es la que sienten Jamal y Salim, sin duda). Pero el espectador ciego se siente más perdido, y manifiesta que necesita que le den más detalles, porque “que de repente sale un chaval de azul en medio de todo el lío ese, y no se entiende bien si no te dan detalles. Que representa un dios está bien, pero si encima nos dices que está ahí para protegerlos, pues genial, porque entiendes el porqué de su aparición” (R5).



Respecto al uso de los préstamos *mudrá* y *dhoti* en la ADE, solo dos de los participantes dedujeron que se trataba de una especie de calzón, mientras que la mayoría supusieron que era una prenda de vestir gracias al contexto. No obstante, mientras que los más jóvenes declararon que no le otorgaban mucha importancia a la indumentaria de los personajes, y que para ellos siempre debía primar la acción sobre cualquier otra cosa, otros participantes (mayores) sí incidieron en la importancia que tenía para ellos la descripción del entorno, la ropa, el maquillaje, porque permitía imaginarse mejor lo que aparecía en pantalla y meterse más de lleno en la película.

R1 “El *dhoti* no sabemos lo que es. Si no nos dicen nada más, me quedo igual. Además, lo que lleva puesto no tiene importancia para mí.”

R2 “Cuando explica lo que es el *mudrá*, eso sí que está muy bien, porque te dice lo que es y lo explica. Entonces lo entiendes mucho mejor. Pero el *dhoti*, ni idea de lo que es”.

R25 “A mí me gusta que me describan la ropa, cómo van vestidas, los colores, si van a la moda... todo eso aporta mucho a la película. Pero cuando les pregunto a mis hijos qué lleva tal o cual personaje, me miran raro. Ellos no le dan importancia a eso, pero yo sí. Me gusta. Pero en este caso, me dicen *dhoti* y no tengo ni idea de lo que es”.

R31 “Cuando usan palabras extranjeras, está bien, porque te sirve para meterte en otra cultura, en espacios lejanos... diferentes. Pero claro, me gusta más cuando la emplean y te dicen lo que es. Aquí tenían que haber dicho “un *dhoti* que es un calzón indio”. Claro, también depende del espacio, pero si no tienes hueco, pues no lo digas, porque si no se te va a entender...”

Parece que, a pesar de la confusión que puede suponer el uso de un préstamo como *dhoti* para designar la indumentaria que lleva el dios Rama, los participantes siguieron prefiriendo la ADE, la AD que daba más detalles, aun sin aparecer estos en la pantalla.

#### 5.2.2.2.4 Taj Mahal (4\_SM1)

El 88,6% de los participantes han elegido, en este caso, la segunda versión que visionaron, es decir, la ADIT, mientras que el 11,4% han preferido la ADE. En este caso, la opción inglesa, más corta y sucinta, ha sido elegida mayoritariamente. El hecho de que la ADE añadiera mucha información que no se podía deducir de la pantalla y en un espacio tan poco tiempo resultaba tediosa, innecesaria y a muchos participantes les producía saturación.

R1 “Con decir el Taj Mahal, ya es suficiente. No lo he visto nunca, pero no me hace falta. Todo el mundo sabe lo que es. Eso de darme información de fuera de la película, que es Patrimonio de la Humanidad y el resto... no me gusta. No quiero que me dé esa información, no tiene ninguna relación con lo que aparece en pantalla. Si quiero saber algo, ya lo buscaré yo cuando acabe la película”.

R5 “Todo lo que dice sobre el Taj Mahal corta el hilo de la película. Yo quiero saber lo que hacen los personajes: están en el Taj Mahal, pues vale, ya está. Todo lo demás sobra”.

R16 “Yo creo que dependiendo de la cultura que tenga el espectador que ve la película, habría que dar más o menos información. A mí me gusta

que me describan el Taj Mahal, porque es un monumento que es una maravilla. Pero el resto igual es demasiado. Y que es un destino turístico, pues claro. Si es de lo más conocido de la India”.

R23 “Todo el mundo conoce el Taj Mahal. No hace falta decir más. Sobre todo para los que estamos aquí, que casi todos hemos perdido la vista de adultos, nos hacemos una idea muy clara de lo que está hablando, casi sin describirlo ya lo vemos. Te dicen ‘Taj Mahal’ y aparece en tu cabeza”.

R28 “A ver, hay que distinguir. Todo eso que dice del Taj Mahal es interesante, pero no estamos viendo un documental. Es una película, así que esos datos sobran. Vamos, que si quiero saber cosas sobre el Taj Mahal ya las buscaré luego, o me informaré o miraré un documental. Pero yo cuando veo una película me quiero divertir, o llorar... no sé. Entrar en lo que está pasando”.

Parece, pues, que el género jugaba un papel importante, y el hecho de que estuvieran viendo una película y no un documental, condicionaba la AD que los usuarios esperaban.

No obstante, seguía habiendo gente que prefería la ADE por los detalles, aunque muchos menos. En general, se prefirió en este caso la ADIT, que nombraba el edificio y luego ofrecía una breve descripción sobre el mismo. De nuevo, R1 y R5 (de la franja de entre 18 y 25 años) apuntaron que incluso la breve descripción que se ofrecía del Taj Mahal sobraba porque ya sabían lo que era y cómo era, y manifestaron de nuevo su predilección por la AD de acciones más que de espacios. R33 apuntó acertadamente que “la voz en off, que parece de un guía turístico, está dando información sobre el Taj Mahal. Dice el número de

trabajadores que lo construyeron. Y dice más cosas sobre el edificio, o sea, que tampoco es necesario decir mucho más”.

#### 5.2.2.2.5 Comida india (5\_SM13)

En este caso, una gran mayoría, el 91,4% de los participantes se ha decantado por la ADE, mientras que el resto, un 8,6% ha preferido la ADIT. Los detalles de la comida india no han interesado a los encuestados ya que, para ellos, no guardaba relación con el desarrollo de la trama y por tanto carecían de importancia.

R1 “Dime que están comiendo, la acción. Lo que coman no me importa. No es relevante, porque yo ya sé que están en la India.”

R4 “Me da igual lo que coman.”

R15 “Si están en la India no van a comer paella, eso está claro. Pero ¿qué más da? A no ser que haya veneno o que le vaya a sentar mal después, no tiene sentido describirlo con detalle”.

R17 “Pues yo creo que depende. En este caso, no. Me quedo con la segunda [la ADE]. Pero en algunos casos, con comida exótica o así, es una forma de conocer otras culturas. Es como si en una película de Almodóvar toman gazpacho. A nosotros nos dicen eso, y lo entendemos. Y además lo relacionamos con el verano, el calor, el sur de España... pero a un extranjero habría que explicárselo, porque seguro que no sabe lo que es”.

R26 “Lo que comen no tiene importancia.”

Por otra parte, se les preguntó si sabían lo que era un *chapati*. Solo R17, R23, R24, R30 y R35 dedujeron que sería un tipo de torta o pan de pita, mientras que

el resto no sabía lo que era, pero manifestaron que tampoco les interesaba. Como comentó R2 “Si te dicen *chapati*, pues bien, en este caso sabes que es algo de comer. Pero no te haces una idea exacta. Y también yo creo que como te da igual lo que comen, que te digan algo que no entiendes te chirría más de lo normal. Y te preguntas ¿qué será eso? Es verdad que luego lo puedes buscar, pero no suele ser el caso”.

Por tanto, en lo que respecta a la comida, parece que los participantes prefieren la opción de la generalización frente a una particularización que no van a entender. De nuevo, prima la relación que esa comida tenga con el desarrollo de la trama más que su presencia *per se*.

#### 5.2.2.2.6 Estación de tren Chhatrapati Shivaji (6\_SM2)

En cuanto a la referencia de la estación Chhatrapati Shivaji, el 85,7% de los participantes han preferido la ADIT mientras que el 11,4% se ha decantado por la ADE. En este caso, como sucedía con el referente 4\_SM1, la ADE aportaba datos sobre la estación de trenes que no se deducían de la imagen y que amplificaban notablemente la información. En este caso, como en el anterior, los respondientes han preferido una AD más concreta y precisa, sin que diera tantos detalles sobre el estilo arquitectónico o si era Patrimonio de la Unesco. La mayoría estaban de acuerdo en que explicitar el nombre de la estación no les ayudaba; se les había olvidado al finalizar el clip y ninguno la reconocía. Para todos ellos, era la primera vez que oían ese nombre.

R2 “Con saber que está en la India para mí es suficiente”.

R4 “¿El nombre de la estación aparece en un letrero? Si no, el nombre también sobra. Me da igual y además no me he quedado con él. No creo que nadie sepa cuál es”.

R28 “Es que parece una guía turística. Y no, no es un documental sobre viajes, es una película. ¿Lo importante no es que va a una estación de trenes y que se va a encontrar con su chica? Al menos es eso lo que me interesa a mí. El resto, no aporta nada a la película. A la cultura de cada uno, sí claro. Pero igual no es el medio adecuado, una película”.

En cuanto al movimiento arquitectónico presente en la ADE, hubo disparidad de criterios. Mientras los más jóvenes seguían sin darle importancia a este dato, las personas más mayores apreciaban estos detalles:

R5 “Además, que me diga que es gótica..., me quedo igual. Si quieres que me haga una idea concreta, descríbemela: hay columnas, escalinatas o no sé... pero decirme solo eso no me ayuda a imaginarme cómo será de verdad”.

R18 “El nombre de la estación me da igual. No es algo reconocible y además suena raro, como está en otro idioma, no sabría repetírtela. Pero que me digan que es de estilo gótico a mí me gusta, porque da cuenta de que allí también hay edificios de ese movimiento (yo creía que eso se daba más en Europa). Como he dicho antes, cuantos más detalles, mejor”.

R31 “Es como antes, a mí qué más me da que sea Patrimonio de la Humanidad... lo que me interesa es que me la describa un poco. Y si, por ejemplo, luego un personaje se va a esconder en algún sitio, o va a suceder algo en una parte de la estación, pues que me lo describan antes”.

Destacamos de nuevo que R1 manifestó que lo ideal sería una combinación de ambas AD, sin aportar tantos datos como la ADE pero quizá describiendo un poco la arquitectura. Por ello eligió “ninguna” como respuesta.

#### 5.2.2.2.7 Pañuelo amarillo de Latika (7\_SM16)

El pañuelo amarillo de Latika es un referente cultural importante en el filme. El 91,4% ha preferido la versión española de la AD mientras que solo un 8,6% ha preferido la versión inglesa. En este caso, la ADE no solo especificaba el color del pañuelo, sino también su significado en la India. Esta ampliación de la información que no se encontraba en la ADIT ha gustado a prácticamente la totalidad de los participantes, que no lo vieron como un gesto condescendiente o una excesiva ayuda por parte del descriptor, sino al contrario.

R1 “Me gusta que me digan el significado. Aunque si solo me dijeran el color amarillo, yo me preguntaría ¿por qué es de ese color? Debe haber una razón por la que es amarillo. Sabría que hay un significado, aunque no sabría cuál. Así que si me lo dicen, mejor”.

R4 “Es una información que no molesta. Podría estar y podría no estar. No pasa nada, es información que se agradece sin más”.

R11 “Está bien que lo digan porque igual en otro país significa algo distinto también. Entonces, si en la India tiene un significado, pues está bien que lo digan”.

R29 “Yo no sabía que significa felicidad en la India. Pero me gusta que me lo digan, porque aprendo una cosa más. Y además, pues como es el final

de la película, sabes que acaba bien. Y es un símbolo que acompaña a la chica”.

Ante la interpelación de la investigadora afirmando que la mayoría de NVEs a los que se había expuesto a este referente no sabían su significado, y que, por tanto, parecía que ellos tenían más información que las personas que podían ver la imagen, la mayoría volvió a emplear el argumento de la “compensación”: “como nosotros no vemos, nos dan más información. Así compensamos la falta de imagen con otras cosas, como saber significados. Pero es verdad que con una AD así, seguramente acabamos viendo dos películas distintas, o al menos con matices diferentes. Pero eso es lo bonito, porque entre gente que ve también cada uno verá la película de forma distinta. Habrá gente que lo pillará y gente que no. Y gente que ni se habrá fijado en que el pañuelo es amarillo, y que le dé igual que sea verde o azul o rojo. Pero ese ya es su problema” (R31). Asimismo, otra participante (R23) afirmó que la distancia cultural entre España y la India justificaba que se diera más información en la AD, porque “no tenemos otra forma de saberlo si no nos lo dicen. El que ve puede tener cierta curiosidad y buscarlo”.

#### 5.2.2.2.8 Bollywood (8\_SM8)

En este caso, el 94,3% de los participantes prefirieron de nuevo la ADE frente a solo un 5,7% que prefería la ADIT. A pesar de que la ADE aportaba mucha información sobre la canción, el tipo de baile y la coreografía grupal, y que se solapaba todo el tiempo con la música, la mayoría la preferían por la descripción



del baile. De hecho, en este caso, muchos (sobre todo los participantes más mayores) afirmaron que no sabían lo que era Bollywood, que podían intuir que era un baile pero no sabían en qué consistía exactamente. Por eso, el decir que es un baile de Bollywood, y ampliar la información explicándolo, les gustaba más que dejarlo sin AD y que se escuchara la música.

R4 “Es muy larga [la ADE], y además no deja oír la canción. A pesar de esto, la prefiero, porque me describe el baile y me ayuda más a hacerme una idea”

R6 “Yo necesito que me digan qué es Bollywood porque no tenía ni idea. Si me dices flamenco, claro, no necesito nada más. Pero Bollywood... igual alguien que tiene restos de visión se puede apañar, puede adivinar los movimientos. Pero yo que no veo nada, necesito algo más”.

R15 “En mi opinión es muy larga, dice demasiadas cosas, y además cómo lo describe... suena raro. Lo de baile latino y eso. Pero aun así la prefiero a la otra que es muy corta. Yo creo que habría que hacer una combinación entre ambas. Eso sería lo ideal”.

R19 “Me gusta más la segunda [la ADE] porque me ayuda a hacerme una idea más completa. La primera es muy corta y la música no tiene mucha importancia. Prefiero que me cuenten lo que pasa.”

R25 “Me gusta que me describan que están todos bailando. Lo que habría que hacer es bajar el volumen de la música, porque es no se oye bien”.

Como vemos, a pesar de que la ADE no acababa de convencer a la mayoría de los participantes, la prefirieron a la ADIT. El hecho de que la ADIT fuese muy corta y no se describiera nada más, dejando que sonara la música, desconcertaba

a los usuarios, que no sabían qué estaba sucediendo en pantalla. El hecho de que se les describiera el baile les daba más seguridad, se orientaban mejor y se hacían una idea más cercana a lo que se mostraba en pantalla.

#### 5.2.2.2.9 Nietzsche (9\_PMS1)

En este caso, el 80% de los participantes han preferido la segunda versión, es decir, la ADIT, mientras que el 14,3% han preferido la ADE. En este caso, el referente de Nietzsche no ha sido reconocido por la mayoría de los encuestados, que además no le han otorgado mucha importancia.

R4 “Yo quiero saber lo que hace el protagonista. Lo que hay en la pared a mí no me importa tanto como las acciones, qué hacen los personajes”.

R11 “No sé quién es Nietzsche y me da igual. Si fuera importante para la película, supongo que en algún momento lo explicarían mejor. Y si no, no importa que lo digan”.

R23 “No es necesario ser tan preciso, aunque si lo dicen, será por algo. Pero es que si nos ponemos a describirlo todo, entonces no acabamos”.

R30 “A mí me da igual que me digan Nietzsche, que un señor con bigote, que un señor mayor... Otra cosa es que me especificaran quién es y qué relación tiene con la trama. Pero si solo me van a decir el nombre, pues casi que no me lo digan porque no sé quién es”.

No obstante, a pesar de que la mayoría de los participantes no sabían quién era Nietzsche, intuían que debía tener un significado para la trama o estar relacionado de algún modo con el personaje de Dwayne.

R1 “Yo no sé cómo es Nietzsche, pero sé quién es. Si está ahí, sé que es por algo, así que luego iré a buscarlo. Si me dicen un hombre con bigote, me quedo igual. Pero sabiendo que es Nietzsche, entonces ya sé que debe tener relación con la trama. Me hubiera gustado que hubiera dicho algo más sobre Nietzsche, relacionándolo directamente, porque si no no se entiende bien la referencia. Sabes que hay un significado, pero no sabes cuál es”.

R12 “Nietzsche es un filósofo alemán, y es raro que un chaval adolescente tenga un poster o un dibujo de Nietzsche en el cuarto. Seguro que se relaciona con el súper hombre o con la fuerza o con su filosofía. Pero si solo dicen Nietzsche, entiendo que la mayoría de gente se quede igual, porque para el público español no es muy conocido”.

Los participantes eran partidarios de ofrecer una descripción del personaje que aparece dibujado en la sábana, o bien explicitar el nombre de Nietzsche pero añadiendo información que le pudiera relacionar con la trama o con el personaje de Dwayne. Es decir, una vez más, parece que se decantaban por una AD más detallada.

#### 5.2.2.2.10 Bush (10\_PMS5)

El 85,7% de los participantes han preferido la ADE ante la omisión que se observaba en la ADIT. La elección, en este caso, parece lógica, ya que la intervención de Bush no ha sido doblada al castellano y tampoco hay otra forma de reconocer a Bush si no lo explicita la AD.

R2 “Si no hablas inglés, y aun así, si no reconoces la voz de Bush, no te enteras.”

R6 “Yo lo habría contextualizado un poco. ¿Por qué sale en la tele?”

R7 “Tiene que decir que es Bush, porque se oye a alguien hablando en inglés, pero como no lo han traducido, no lo entiendes. Tampoco sé si es importante que salga Bush en la televisión o no”.

R15 “A nosotros nos gusta que haya AD, aunque parezca redundante, que en este caso no lo es. Pero quiero decir, la ausencia de AD no es, para mí, una opción. Prefiero que haya algo, que me ayude a situarme. Aquí, si sale Bush en la tele, pues ya sé que la película es de hace unos años, pero no muchos

R22 “Yo no hablo inglés y no había reconocido a Bush. Tampoco me importa mucho quién salga, pero si me lo dicen, pues mejor”.

#### 5.2.2.2.11 Test de Ishihara (11\_PMS9)

El 97,1% ha preferido la ADIT, que optaba por describir las cartulinas con los círculos y los puntos, mientras que solo el 8,6% prefería la ADE. Ante la pregunta de si conocían el test de Ishihara, la mayoría dedujo que se trataba de un test que

se hacía para comprobar el daltonismo, pero se sirvieron del contexto fílmico (lo verbaliza Olive). Muchos afirmaron que era la primera vez que lo habían oído y que preferían que les describieran con detalle lo que se veía.

R1 “No hay término medio: o se creen que somos tontos o demasiado listos. Que yo sea invidente no significa que me sepa todas las enfermedades relacionadas con la visión. Si me dices Ishihara me quedo igual. Mejor que me describan las fichas.”

R5 “Por el nombre propio no sé lo que es.”

R17 “A mí me hicieron esas pruebas y no sabría decir el nombre concreto. Pero reconozco las cartulinas y los puntos. Eso sí me resulta más familiar”.

R24 “Si te lo describen, te ayudan más a hacer un constructo mental; pero si te dicen el nombre, como no sabemos lo que es, pues no sabes. Deduces que le están haciendo un test de visión, pero no sabes en qué consiste”.

R33 “Utilizar nombres propios y precisos está bien para ilustrar pero el objetivo es que se entienda. Vamos, que una AD no es una enciclopedia. No hace falta. Y menos en una película”.

#### 5.2.2.2.12 Cerezo en flor (12\_MG28)

El 91,4% de los respondientes prefieren la ADIT, mientras que la ADE ha sido elegida por el 8,6%. En este caso, los respondientes agradecían la particularización, aunque no todos sabían deducir el significado del tipo de árbol.

R1 “Contextualiza, nos sitúa en primavera de entrada”

R4 “Algún significado tiene que tener”

#### 5.2.2.2.13 Indumentaria geisha (13\_MG13)

En este caso, el 80% de los participantes han elegido la ADE frente al 20% que se han decantado por la ADIT. Recordemos que la ADE daba más detalles sobre el maquillaje que lleva Hatsumomo. Aunque en ambas AD emplean el término “kimono” (en la ADIT, se añade el material, la seda; en la ADE, el estampado floral), la ADE incide en el maquillaje (“con la cara maquillada de blanco, los labios rojos y su pelo negro perfectamente recogido”) y en un elemento que a simple vista no se ve en esta escena pero que la audiodescriptora ha querido poner de manifiesto, la W sin maquillar en la nuca de la geisha.

En general, la ADE se ha preferido a la ADIT por los detalles que da:

R23 “A las mujeres nos gusta que nos describan la ropa, el maquillaje, los labios rojos... eso también tiene significado, es muy sensual. Además, en esta escena no han hablado, hay tiempo para recrearse en los detalles de la geisha y así nos la imaginamos mejor.”

R27 “Sí, es cierto, a las mujeres nos gustan más esos detalles. El contraste entre el pelo negro, la cara blanca y los labios rojos se nota más en la segunda AD (la ADE). Y nos describe el kimono, no nos dice solo de qué está hecho porque eso ya lo sabemos. Normalmente los kimonos son de seda. Pero aquí lleva flores”.

No obstante, y a pesar de que la ADE ha sido la preferida, el detalle de la W sin maquillar en la nuca no se ha comprendido. En general se valora la

descripción minuciosa, en el caso de la indumentaria, el peinado y el maquillaje de la geisha, pero no se entiende que se aporte información que no se explica:

R2 “Lo de la W me da que tiene un significado. ¿A lo largo de la película se dice? Si no, ¿por qué me lo dices a mí? Lo mejor sería no decirlo, y si me lo dice que me diga por qué, porque si no yo me quedo con la mosca detrás de la oreja y estaré toda la película pendiente de la nuca y la W”.

R16 “El simbolismo de la W tiene que explicarlo. Si no, ¿para qué lo dice? Yo no tengo ganas de buscarlo luego. Además, ¿se ve bien? [La investigadora responde que no: es una escena oscura en la que la luz es tenue y apenas se ve a la geisha] Pues entonces, no entiendo que lo diga, a no ser que luego, en la película, se explique. Vamos, que te dan una pista ahora y luego, más tarde, te darán otra que te permita conectarlas...si te acuerdas. Si no es así, mejor que no lo diga.

R24 “Si no dicen a qué responde, no tiene sentido. O me lo explicas todo o no me digas nada, porque me quedo con la mosca detrás de la oreja pensando qué puede querer decir”.

Ante la explicación que se facilitó sobre el significado de la W en la nuca, la mayoría de los participantes entendieron mejor el referente, e insistieron en que esa explicación debería haberse incluido en la ADE o, si no hubiera espacio suficiente, omitirla.

#### 5.2.2.2.14 Geta (14\_MG9)

Prácticamente la totalidad de los participantes han elegido la versión ADIT, con un 97,1%; tan solo un participante (el 2,9%) ha elegido la versión española. Recordemos que en este caso, la ADIT ofrecía una explicitación, es decir, empleaba la palabra más concreta *geta* y a continuación explicaba lo que son, “zuecos de madera elevados que llevan las geishas”. La explicitación permite a la cultura origen adentrarse en el texto meta, pero además, facilita una explicación con el fin de que se entienda claramente de lo que se trata.

R6 “No sé lo que son unos *geta*. Mejor que me diga la palabra, así aprendemos algo, y además me lo explica. Eso es lo mejor.”

R18 “Eso de ‘plataforma trapezoidal’ suena muy raro. Si te dicen solo *geta* tampoco se entendería, así que la segunda versión [la ADIT] me parece la mejor de todas. Porque tenemos claro que estamos en Japón, pero además nos indica claramente lo que es. Así podemos hacernos una idea más aproximada de lo que es.”

R33 “Me gusta que me digan la palabra, así ya me suena, por si lo vuelven a decir en la película.”

#### 5.2.2.2.15 *Obi, tabi, kimono* (15\_MG10/11)

Estos referentes no han presentado diferencias tan notables en los resultados aunque el 54,3% de los encuestados ha preferido la ADE frente a la ADIT. Recordemos que, en este caso, la ADE se caracteriza por el empleo de la particularización para describir la indumentaria de Chiyo: el uso de *tabi*, *obi* y



kimono contrasta con el uso de las generalizaciones empleadas en la ADIT (zapatos de madera, bata de algodón, pantuflas, fajín...). El 42,9% ha preferido la ADIT, es decir, el empleo de palabras con las que estaban más familiarizados.

El uso de préstamos no ha sido bien recibido, porque no se entendían bien (a excepción de kimono).

R4 “Si empleas palabras que no entiendo, entonces no voy a poderme hacer una idea de lo que es. O me lo explicas o me buscas algo equivalente que yo pueda entender. Prefiero que me digas unos calcetines blancos o un fajín, porque eso me lo puedo imaginar. Pero un *obi*, ni idea. Me quedo igual.”

R5 “Además, si me dices kimono, me lo imagino todo bonito; y en la otra dicen bata gris, que no es lo mismo... o por lo menos yo no me lo imagino igual”.

R24 “Parece que necesitamos un vocabulario antes de empezar a ver la película. La verdad es que no se entiende, aunque puedes deducir que todo son prendas de vestir, claro, pero no me puedo imaginar lo que son”.

A pesar de ello, la mayoría eligieron la versión ADE, la más detallada, por las razones que se han adelantado en otros referentes: el gusto por los detalles y por las AD más extensas, frente a descripciones no tan precisas:

R15 “Cuanto más precisa sea, mejor. Aquí puede deducirse bien del contexto porque la señora dice ‘Estos para dentro y estos para fuera’, o sea, deduces que es calzado. Y el *obi*, pues también, algo que se pone, una prenda de vestir.”

R23 “Pues aunque no sepa lo que es un *obi* o unos *tabi*, me gusta que me lo digan. Parece que me meto más en la película, es como un toque más exótico. No puedo dudar que estoy en Japón o, a lo sumo, en oriente. Si me dices que lleva una bata o un fajín, podría estar en cualquier parte”.

R32 “Puede sonar raro, pero me ha gustado más en conjunto. Me ha sonado más acorde con el entorno de la película. De todas formas, yo hubiera combinado como en lo de antes [clip 14\_MG9]: decir la palabra rara y luego una explicación. Pero es que aquí no le da tiempo. De todas formas, igual a lo largo de toda la película vuelven a decir estas prendas y puedes entenderlas mejor”.

#### 5.2.2.2.16 *Yukatas, hanamachi* (16\_MG15)

En este caso, el 54,3% de los encuestados prefería la ADE frente al 25,7% que se decantaba por la ADIT. Este clip presenta la mayor tasa de repuesta de ninguna AD, con un 20%.

La ADE optaba por la generalización en ambos casos, mientras que la particularización se empleaba en la ADIT para hacer referencia a los kimonos de las niñas (*yukatas*) y la explicitación para el *hanamachi*, el barrio de las geishas. Como decimos, la mayoría ha elegido la ADE, ya que no se empleaban préstamos y se entendía mejor.

R1 “Te metes mejor con la primera; la segunda emplea palabras que no entiendo. Igual con la imagen pueden deducirse, pero si no lo ves, es un poco difícil entenderlo”.

R23 “A mí no me ha gustado ninguna. Hubiera preferido más descripción sobre lo que hacen, y no tanto sobre lo que hay en el lugar o cómo van vestidas”.

#### 5.2.2.2.17 *Ekubo* (17\_MG24)

El 71,4% ha preferido la ADIT frente a un 20% que se ha decantado por la ADE. En este caso, el *ekubo* se explica con una descripción en la ADIT: “un pastel ceremonial de arroz” mientras que la ADE se limita a emplear el término específico *ekubo* sin explicar de qué se trata.

R2 “Si no me dices lo que es, no sé de qué se trata. Necesito que lo expliquen”.

R23 “Ahí es que no tengo ni idea de lo que es. Por eso me gusta más la segunda”.

R34 “Es la primera vez que lo oigo”.

En cuanto al significado, algunos participantes intuían, de nuevo, que quería decir algo, pero no lo sabían.

R5 “Además de decirnos lo que es, nos tendrían que explicar para qué sirve. O sea, cuál es la finalidad de que le dé el ‘cubo’ al hombre. Porque si no, aunque sepamos que es un pastelito, no sabemos por qué se lo da”.

R24 “Es como si aquí te dan una rosa roja en San Valentín, o unos mazapanes el 9 de octubre. Vale, es mazapán, pero tiene un significado. Hay que explicarlo, porque solo para comer no es”.

#### 5.2.2.2.18 Escuela de las geishas (18\_MG16)

El 71,4% de los participantes han preferido la ADE, mientras que la ADIT ha sido elegida por un 25,7%. De nuevo, los participantes han rechazado la AD que empleaba la explicitación 'escuela y teatro Kaburenjo' y prefieren aquella que ofrece una descripción detallada del lugar, aportando detalles exóticos pero comprensibles por el receptor medio.

R4 "Me he hecho una mejor idea con la segunda [la ADE]. Es más fluida, no satura tanto. Además, el nombre de la escuela me da igual, no me interesa."

#### 5.2.2.2.19 Templo sintoísta (19\_ MG23)

El 88,6% ha elegido la ADE como la opción preferida, pero el 8,6% se ha decantado por la ADIT. Solo a un participante no le ha gustado ninguna de las AD ofrecidas. La ADE es más larga, presenta, de nuevo, más detalles que la ADIT y ocupa prácticamente todo el espacio de silencio que existe en la película. Así, incide en la presencia de "un largo pasillo encolumnado con maderas color naranja" (que hace referencia directa al templo japonés de Fushimi Inari-taisha, que se encuentra en uno de los distritos de Kioto), en la arquitectura del templo ("imponente entrada,", "tejados de cuatro vertientes", "caja de ofrendas"), y en las acciones que va realizando la niña.

Entre las personas a las que no les ha gustado especialmente la descripción están, de nuevo, los más jóvenes.

R1 “Con saber que va a un templo me sobra”.

R2 “Me gusta que me sitúe en la acción, el entorno está bien pero para mí lo más importante es lo que hace el personaje”.

La ADIT especificaba que se trataba de un templo sintoísta, pero dado que la mayoría de los encuestados no sabía la diferencia entre un templo sintoísta o budista, prefirieron la ADE.

R12 “En la segunda [la ADE] te haces una imagen más completa. La primera [la ADIT] está bien, pero como no hablan mucho, es mejor que me cuenten todo lo que se ve. Si hay demasiados silencios, me da la impresión de que me pierdo algo”.

R24 “Se dan más detalles sobre el lugar. A mí me gusta que se describan con detalles los paisajes, el entorno, porque me hago una idea más completa. La otra es demasiado corta”.

R15 “Mientras no interfiera con los diálogos o con la voz en off de la película, me gusta que se den detalles del templo. Además, aquí la música sube de volumen y encaja con el pasillo naranja con columnas. Es como que te transporta más a la imagen”.

R23 “Lo de las columnas naranja y el templo me ha gustado mucho. Es bonito. Además en la otra no dicen el color, pero nosotros sabemos lo que es el color naranja. Y da mucha luz y energía, así que prefiero que me lo digan”.

R33 “Yo no puedo identificar un templo sintoísta de otro; la forma que tengo de distinguirlo es precisamente con la descripción de los detalles: el tipo de tejado, las columnas... está claro que la acción transcurre en Japón, o sea que es un templo exótico, oriental. Vamos, es como si aquí dices ‘Entra en una iglesia’ pues ya te imaginas que hay santos y velas y todo eso. Pero en Japón ni idea. Está bien que nos digan qué hay, más que qué tipo de templo es”.

#### 5.2.2.2.20 Orquídea (20\_JN2)

El 71,4% ha preferido la ADIT, frente a un 17,1% que ha preferido la ADE. No obstante, es necesario señalar que al 11,4% no le ha gustado ninguna AD de las ofrecidas. En este caso, es una escena en la que no hay diálogo y apenas hay ruido de fondo. Aunque hay muchos elementos en la AD, nuestro interés se centraba en la flor que se encuentra en la pila del baño, la orquídea, que no fue audiodescrita por la ADE pero su presencia sí fue señalada por la ADIT, la opción más elegida por los participantes. De nuevo, se observan diferencias en la edad, porque mientras que los más jóvenes no le dan tanta importancia a este tipo de detalles, las personas de más edad quieren que se les dé este tipo de información.

R16 “A mí me gustan los detalles. Cuantos más, mejor. Y si es el nombre de una flor, pues también. Toda información es bienvenida.”

R23 “Claro que es importante. Las flores, la decoración de la casa...todo eso te dice cosas del personaje. A mí me gusta que me lo digan. Tú lo ves, pero nosotras no. Tú dime que está, y yo ya decidiré si es importante o no”.

R24 “Aquí igual sí que a los hombres les da un poco más igual, pero a nosotras esas cosas nos gustan. Además, la orquídea seguro que significa algo. Y es blanca. Pues eso, es un baño elegante y con clase. No es lo mismo que tuviera un geranio, digo yo”.

No obstante, una parte de los participantes no tenían ningún interés en que les describieran la flor que había en el baño, aunque tuviera un significado.

R1 “Si está la orquídea, es por algo. Pero claro, ¿es trascendental para la película? Si es así, tendrán que dar más pistas. Y si no, pues no hace falta decirlo”.

R4 “No me importa nada que haya una orquídea en el baño. Me da igual. Quiero saber lo que hace, no lo que hay a su alrededor”.

R7 “Yo no sabría distinguir una orquídea de otra flor, me da exactamente lo mismo. Lo que necesito es que me cuenten por qué esta niña está ahí y qué hace. Lo que hay en el baño no tiene importancia”.

### 5.2.3 *Valoración de los resultados*

En cuanto a la muestra, y aunque como hemos indicado, se trata de un estudio cualitativo, entendemos que es suficientemente numerosa para poder realizar conclusiones globales, eso sí, consideramos que no podemos extrapolarlas al conjunto de la población con ceguera o baja visión en España. Pero dado que tanto las franjas de edad, como la distribución por sexo y las diferentes ocupaciones son diversas y representativas de la sociedad general, los resultados nos parecen significativos.

Llama especialmente la atención que, a pesar de que la gran mayoría de los encuestados conocía la AD (88,6%), una parte muy importante nunca utiliza AD en el cine (el 74,3%) ni en la televisión (88,6%). Estos datos concuerdan con los establecidos por el informe de la Comisión Nacional de la Competencia sobre accesibilidad y, más concretamente, sobre AD (2016). Las razones que se adelantan son idénticas: falta de información. En cuanto al cine, muchos se quejan de que no saben qué películas están audiodescritas en las pantallas grandes, no conocen las salas accesible en Valencia o el número de películas que se audiodescriben para cine es muy pequeño respecto a la totalidad de las películas que se estrenan en España. En cuanto a la televisión, también existe una falta evidente de información sobre programas audiodescritos; pero también de cómo acceder a la AD desde la configuración de cada televisor. También es cierto que, dependiendo de las cadenas, se informa de forma distinta de que el programa está audiodescrito (a veces se introduce el icono de AD, otras se comunica oralmente al comienzo del programa etc.). La falta de uniformidad así como el hecho de que cada televisor y cada marca determinen de forma distinta la accesibilidad al servicio de AD dificultan sobremanera esta función, por lo que muchos usuarios desisten en su uso y configuración.

Por otra parte, destacamos también que, aquellos que utilizan AD, no se encuentran muy satisfechos con ella, algo que también puso en evidencia el informe de CESyA (2015). El hecho de que muchos de los usuarios entrevistados tuvieran restos de visión les hace resistirse a utilizar la AD, sobre todo porque como esta en principio está pensada para aquellos que más la necesitan (ciegos totales), se da demasiada información y saturan a los usuarios. Además, en televisión, muchos de los participantes la ven junto a sus familiares normovidentes y la AD resulta tediosa para estos.



En cuanto al fondo, en general, los participantes se han decantado por la ADE en 12 ocasiones frente a la ADIT en 8 ocasiones. En la mayoría de casos, preferían AD más detalladas, más precisas y más largas, a pesar de que en ocasiones no les satisfacía completamente la versión que se les mostraba. En la tabla nº 40 incluimos las versiones que finalmente obtuvieron un mayor nivel de satisfacción por parte de los encuestados:

Identificación del clip	Preferencia
SM11	ADE
SM10	ADE
SM12	ADE
SM1	ADIT
SM13	ADE
SM2	ADIT
SM16	ADE
SM8	ADE
PMS1	ADIT
PMS5	ADE
PMS9	ADIT
MG28	ADIT
MG13	ADE
MG9	ADIT
MG10/11	ADE
MG15	ADE
MG24	ADIT
MG16	ADE
MG23	ADE
JN2	ADIT

Tabla 42. Preferencias en el visionado de clips con AD

Por película, los estilos de AD que se han preferido son los siguientes:

	ADE	ADIT
<i>Slumdog millionaire</i>	6	2
<i>Pequeña Miss Sunshine</i>	1	2
<i>Memorias de una geisha</i>	5	4
<i>Juno</i>	-	1

Tabla 43. Preferencias de AD en base a las películas

Aunque somos conscientes de que para establecer unas conclusiones generales sobre AD y referentes culturales hubiese sido deseable presentar el mismo número de referentes por película o incluso visionar la película al completo para tener más información contextual, lo cierto es que estos datos nos permiten concluir que los participantes en el ER2 han preferido, de forma general, la ADE en aquellas películas que se encuentran ubicadas y ambientadas en entornos exóticos y alejados de la cultura meta. Esto es lógico porque, por una parte, estas películas contienen más referentes que las películas ambientadas en los EE.UU. Y además, el uso de técnicas de traducción más elaboradas y compuestas no hace más que corroborar que, en ese tipo de filmes, los referentes culturales son percibidos por el descriptor como “translation crisis points”, es decir “turning points at which the translators have to make active decisions” (Pedersen, 2005: 1), en los que el traductor hace un verdadero esfuerzo para acercar (aunque a veces, como hemos visto, no da con la estrategia que se adecúa a las preferencias del receptor) la cultura representada en el texto origen a la cultura meta.

Destacamos, sin embargo, que en las películas ambientadas en EE.UU, las AD de los tres clips a los que hemos expuesto a los participantes se ha preferido la ADIT, es decir, la AD más corta y más sucinta. Los argumentos que se han esgrimido en estos casos era que determinados detalles resultaban innecesarios para el desarrollo de la trama, y por tanto, carecían de importancia para los participantes.

Se ha observado que los participantes mayores prefieren descripciones más elaboradas, que entren en detalles en cuanto a la descripción de los espacios, la indumentaria o el maquillaje, mientras que los más jóvenes se decantaban por la descripción de acciones sobre elementos más estáticos. También se observa que las mujeres tienden a preferir detalles y descripciones más largas y elaboradas que los hombres. Pero esto, al fin y al cabo, refleja las preferencias de los encuestados, que podrían o no extrapolarse al conjunto de la población. Sería necesario ampliar la muestra para obtener resultados más concluyentes.

El hecho de que los participantes prefirieran la ADE frente a la ADIT en más ocasiones denota que la AD ofrecida por el descriptor español cumple mejor o se adecua a las expectativas de la audiencia meta española, ya que la ADIT se ha elegido en menos ocasiones.

Si desgranamos los resultados por películas, los participantes han optado por la ADE en todos los referentes a los que se han expuesto de *Slumdog millionaire*; solo en dos ocasiones los participantes han elegido la ADIT, cuando se ha descrito el Taj Mahal y la estación de tren Chhatrapati Shivaji, en los que el descriptor había empleado una amplificación más que notable. En un caso, por el alto grado de conocimiento, y en el otro, por todo lo contrario, lo cierto es que el hecho de

que se aportaran excesivos detalles que no se encontraban en la imagen no se ha valorado y los participantes han confesado que, de forma general, era información que no les importaba y que tampoco aportaba nada a la imagen. En cuanto a *Memorias de una geisha*, también se ha elegido mayoritariamente la ADE, aunque en los casos en los que se han decantado por la ADIT, destaca el uso de la explicitación como técnica de traducción. De forma general, los usuarios no se encontraban cómodos con el uso de préstamos, aunque no desechaban la AD que los contenían puesto que podían deducir, en muchos casos, de qué se trataba. Sin embargo, es curioso que en los casos en los que se ha comparado la descripción (*geta*) o la particularización (*ekubo*), con la explicitación, los usuarios han preferido esta última, ya que, por una parte entraban de lleno en la cultura japonesa, pero por otra entendían de lo que se trataba, algo que no sucedía con el empleo del préstamo únicamente.

En cuanto a *Juno* y a *Pequeña Miss Sunshine*, la ADIT ha resultado preferida en la mayoría de los casos frente a la ADE, aunque en estos casos las técnicas elegidas han sido más dispares. En estos casos, los participantes han preferido la descripción (Nietzsche, test de Ishihara) frente a la particularización, ya que se trataba de referentes alejados y con los que no estaban familiarizados. En las entrevistas, muchos se decantaron por una combinación de estrategias para describir ambos referentes, en definitiva, la explicitación. Podemos, por tanto, concluir que, de forma general, el usuario CBVE tiene a elegir las ADE que se adecuan más a lo que estos prefieren y/o esperan.



## 6 Capítulo 6. Conclusiones

*“Parecía que habíamos llegado al final del camino  
y resulta que era sólo una curva abierta a otro paisaje y a nuevas curiosidades”.*

José Saramago, El año de la muerte de Ricardo Reis.

En este último capítulo repasaremos las hipótesis y los objetivos que subyacen en la presente investigación, para comprobar si podemos validar las primeras con los resultados que se han obtenido en los estudios descriptivos y de recepción. Después de determinar los objetivos cumplidos y las hipótesis validadas, presentaremos las limitaciones que hemos detectado en el estudio así como las recomendaciones para una AD de los referentes culturales y los desarrollos para una futura investigación.

### 6.1 Valoración de objetivos y validación de hipótesis

Como ya se ha hecho constar, esta tesis está compuesta por tres partes esenciales: en primer lugar, hemos descrito el panorama actual de la AD en España (apartado 1.3.2.4.) y hemos revisado los trabajos que hasta hoy se han publicado

sobre AD (1.4.). En segundo lugar, nos hemos centrado en las personas más importantes en el proceso de AD, como es el descriptor y el receptor, con el objetivo de trazar el perfil del receptor medio de AD actual y de cara al futuro más próximo. Las conclusiones de estos dos bloques preliminares de la tesis se han incluido en sus apartados respectivos (1.5 y 2.3), y nos han permitido establecer una base sólida sobre la que asentar los estudios empíricos que conforman el núcleo duro de esta tesis.

Posteriormente, hemos abordado un estudio descriptivo comparativo de referentes culturales presentes en películas audiodescritas en las versiones inglesa y española. Después de clasificarlos, hemos identificado las técnicas de AD para cada versión de AD y hemos llevado a cabo un estudio cualitativo de las mismas.

En base a lo observado en el estudio descriptivo, hemos conformado un ER que consta de dos partes: ER1, estudio llevado a cabo en normoidentes españoles, y ER2, estudio llevado a cabo en ciegos o personas con baja visión. El primer estudio es un estudio cuantitativo, cuya muestra es de 203 participantes, mientras que el segundo es de corte cualitativo y cuenta con 35 participantes.

Tanto en el Capítulo 4 como en el Capítulo 5 se han hecho constar las conclusiones de cada uno de ellos. No obstante, en este capítulo retomamos objetivos e hipótesis de cada estudio para valorar su cumplimiento.

### *6.1.1 Estudio descriptivo*

En el ED, hemos establecido una metodología de análisis de referentes culturales. Partiendo de la clasificación de los referentes en base a Díaz Cintas y Remael (2007), hemos procedido a identificar las técnicas de AD de cada referente

cultural para la versión española e inglesa, basándonos en Pedersen (2011). Entendemos que ha quedado probado que las técnicas de traducción interlingüística pueden aplicarse también a la traducción intersemiótica, y en particular a la AD, algo que ya hicieron Matamala y Rami (2009). Por tanto, estimamos que hemos alcanzado nuestro primer objetivo secundario.

- ✓ O1<sub>ED</sub>: Establecer una metodología de análisis sobre referentes culturales y técnicas de traducción empleadas para describirlos en dos lenguas y para dos culturas meta diferentes.

Se han analizado **las 238 técnicas de AD de los 119 referentes culturales** que conforman nuestro Corpus ED. Para ello, hemos utilizado las fichas de análisis que se acompañan en el Anexo nº 2, en el cual se han incluido las técnicas de ADI y ADE. Una vez identificadas, se ha procedido a su comparación en función de la versión lingüística. Al análisis cualitativo de las técnicas le precede un breve análisis cuantitativo que nos ha permitido esbozar un panorama general sobre la AD de referentes culturales en España. También hemos podido comparar las técnicas empleadas en la ADI y en la ADE y observar las diferencias que hemos encontrado.

- ✓ O2<sub>ED</sub>: Describir y analizar las técnicas de AD de referentes culturales de películas audiodescritas en España y en Reino Unido.
- ✓ O3<sub>ED</sub>: Comparar las técnicas de traducción empleadas en las AD británica y española de los mismos referentes culturales.



Por último, se han establecido conclusiones sobre lo observado desde un punto de vista descriptivo.

- ✓ O4<sup>ED</sup>: Establecer conclusiones sobre las diferencias en las técnicas elegidas para la AD en dos lenguas y para dos audiencias meta distintas.

De forma general, como hemos indicado en el Capítulo 4, ambas versiones de AD tienden a emplear la particularización como técnica de traducción predominante en ambas versiones. Esto puede venir determinado por las normas de AD imperantes en cada país, que preconizan la precisión léxica como una de las reglas esenciales (AENOR, 2005; ITC, 2000). No obstante, la generalización es la segunda técnica más empleada en la ADE, mientras que en la ADI se trata de la descripción. Asimismo, la ADE se caracteriza por presentar más omisiones y más combinaciones de estrategias, mientras que esto no se observa en la ADI.

Desde un punto de vista cualitativo, ambas versiones han empleado técnicas complejas cuando debían enfrentarse a elementos más alejados, más extraños para las respectivas audiencias: los referentes religiosos, sobre arte y cultura popular o sobre edificios históricos dan buena cuenta de ello. El recurso a la descripción, a la amplificación, a la explicitación denotan la preocupación de los descriptores por que se entiendan referentes con los que las audiencias no están familiarizadas. Sin embargo, para referentes más conocidos, el descriptor no ha tenido dificultad a la hora de recurrir a la particularización (en el caso de marcas de coches, o alimentos) cuando se trataba de elementos conocidos por la audiencia meta. Y aunque las conclusiones a las que hemos llegado nos permiten afirmar estas tendencias, tampoco podemos afirmar que estas se desprendan

claramente. Se han detectado estilos propios en cada descriptor y para cada película, es decir, cada descriptor deja su impronta en el GAD, por lo que no podemos afirmar que exista una tendencia (mucho menos una norma) a la hora de describir referentes culturales. Sería necesario, para corroborar estas primeras reflexiones, contar con un corpus más amplio y más rico en referentes culturales, aunque estimamos que este estudio constituye un primer acercamiento sólido a cómo se aborda la AD de estos elementos en películas en España. Por tanto, podemos afirmar que nuestra primera hipótesis se cumple: los descriptores toman en consideración la distancia cultural y geográfica existente y emplean técnicas de traducción distintas. Las versiones inglesas y españolas de AD de un mismo referente cultural difieren de forma general, por lo que podemos afirmar que los descriptores abordan esta tarea de forma distinta.

✓ H1<sub>ED</sub>: En función de la ubicación geográfica, lingüística y cultural del descriptor, este elegirá técnicas de traducción distintas para audiodescribir referentes culturales presentes en un filme.

No obstante, la segunda hipótesis no se cumple para todas las películas que conforman el Corpus ED. Si bien en algunas, como *Slumdog millionaire*, la intervención es notablemente mayor que en otros filmes (con la presencia notable de combinación de estrategias en la ADE), y esto puede explicarse por la distancia cultural, no sucede lo mismo con *Memorias de una geisha*, cuyo GAD presenta numerosas particularizaciones.

✗ H2<sub>ED</sub>: Cuanto menor sea el grado de familiaridad y el conocimiento de un referente cultural por parte de la audiencia meta, mayor será la

intervención del descriptor, empleando técnicas de traducción más complejas.

Necesitaríamos, como decimos, ampliar nuestro corpus para corroborar o desechar esta tesis. En cualquier caso, de los resultados obtenidos podemos deducir que, por una parte, el estilo particular del descriptor juega un papel fundamental a la hora de conformar los GAD y por tanto, dado que él es quien decide si y cómo llevar a cabo ese acercamiento a la cultura reflejada en la pantalla, su forma de abordarlo permeabilizara su GAD. Pero por otra parte, y como hemos indicado anteriormente, el GAD de *Slumdog millionaire* no ha sido escrito ni revisado por descriptores Audesc, lo que podría suponer que en aquellos guiones en los que no hay supervisión de este sistema, los descriptores pueden elaborar su GAD sin limitación alguna y por tanto ampliar o especificar cuanto consideren. De nuevo, todo esto debería comprobarse con un análisis de un corpus más amplio.

### 6.1.2 Estudio de Recepción 1

Los objetivos secundarios que perseguía el ER1 eran los siguientes:

- ✓ O1<sub>ER1</sub>: Determinar el grado de conocimiento por parte de la audiencia normovente española de los referentes culturales audiovisuales.
- ✓ O2<sub>ER1</sub>: Comparar el grado de conocimiento de la audiencia normovente española con la AD ofrecida en España.

Como ya hemos indicado, la encuesta realizada en 203 participantes nos ha permitido afirmar que, de manera general, no conocían la gran mayoría de referentes culturales sobre los que versaban las preguntas. Es cierto que hay referentes culturales que ya se encuentran en nuestro acervo cultural que no presentaban dificultades a la hora de ser identificados; pero, los más alejados, los que resultaban más ajenos a la cultura meta, resultaban prácticamente imposibles de identificar. Como hemos hecho constar, solo en 8 ocasiones, el espectador NVE ha demostrado tener el mismo conocimiento que el proporcionado por la AD. En el resto de ocasiones, desconocía esa información o no era capaz de deducirla de la imagen. Así, a través de las preguntas que versaban sobre la información de las AD, hemos podido comprobar que las AD disponían de más información y más precisa de la que dispone un espectador medio ante un mismo referente cultural, por lo que estimamos que la hipótesis que subyace en este estudio queda validada.

✓ H1<sub>ER1</sub>: los espectadores CBVE disponen de más información y/o más precisa sobre referentes culturales mostrados en un filme que los espectadores NVE.

La comprobación de la H1<sub>ER1</sub> nos permite afirmar el incumplimiento de la norma UNE 153020 que establece que la AD debe proporcionar información de “la forma más parecida a como lo percibe una persona que ve” (AENOR, 2005: 4). Lo que parece claro es que el espectador CBVE que disfruta de la ADE dispone de más información sobre referentes culturales de lo que dispone un espectador NVE. No solo se le facilita información sobre nombres propios, lugares, indumentaria o alimentación, sino que, en ocasiones, se le facilita información

que no consta en las imágenes y que tampoco puede deducirse de las mismas. Pero, como veremos a continuación, esto se adecua a sus preferencias.

### 6.1.3 Estudio de Recepción 2

En cuanto a los dos objetivos secundarios que nos habíamos planteado respecto al ER2, mediante el cuestionario y las entrevistas personales, conseguimos determinar las AD preferidas por parte de los usuarios. Para cada clip de vídeo, se les preguntaba directamente cuál de las dos versiones preferían. Los participantes desconocían el origen de las AD. Mediante el tratamiento de datos con la plataforma *googledocs*, pudimos establecer porcentajes de preferencias de nuestra muestra.

✓ O1<sub>ER2</sub>: Identificar la (técnica de) AD que mejor y peor se acepta por parte de los receptores españoles.

Por otra parte, comprobamos que la AD que prefería la mayoría de los participantes se correspondía con la AD española. Es más, esto se hacía más evidente en las películas que estaban situadas en entornos exóticos, más alejados de la cultura meta.

✓ O2<sub>ER2</sub>: Comprobar si la técnica elegida mayoritariamente por el receptor español corresponde a la AD española.

Por tanto, la hipótesis sobre la que se asienta el ER2 queda validada:

✓ H1<sub>ER2</sub>: la AD destinada a los espectadores CBVE se adecuará a las preferencias de los mismos. Es decir, la audiencia española preferirá las técnicas de AD empleadas en la ADE.

Parece, pues, que el descriptor español conoce a su audiencia y le ofrece la AD que considera más se adecua a sus expectativas. El gusto por el detalle, la amplificación o la explicitación son netamente preferidas, en particular en aquellos entornos desconocidos por los participantes. La aportación de información extra se entiende por parte de los CBVE como una compensación por la falta de visión, por lo que, en principio, no se percibe como un síntoma de paternalismo o protección excesiva.

## 6.2 Limitaciones del estudio

Entendemos que una de las mayores limitaciones que ha presentado este estudio es la imposibilidad de reunir un corpus de películas que contaran con AD tanto en inglés como en español. La dificultad de contar con un corpus comparable ha sido un escollo importante, así como la poca variedad de películas que hemos encontrado con AD en español, ya que, como hemos indicado, muchas de películas que cuentan con AD en España son españolas y no han sido comercializadas ni audiosubtituladas en Reino Unido. Además, reiteramos la dificultad en contar con material de la ONCE, que no suele cederlo, ni siquiera a efectos de investigación. Sería deseable que la producción de AD en España alcanzara los niveles de Reino Unido, país en el que la gran mayoría de películas que se estrenan en la gran pantalla cuentan con AD. Además, cuentan con fuentes

de información y de difusión sobre accesibilidad de las que no disponemos, hasta el momento, en España.

Por otra parte, para el ER1 se contó con una muestra significativa de 203 personas; no obstante, es obvio que cuanto mayor sea la muestra, menor es el error muestral de la misma y mayor el grado de confianza. Por tanto, aunque nuestra muestra es numerosa, somos conscientes de las limitaciones que *per se* conlleva. La limitación de la muestra hizo que el análisis de los resultados estratificado no resultara significativo, algo que probablemente cambiaría con una muestra más numerosa. Pero además, el hecho de que el diseño del cuestionario, que implicaba colgar los clips de vídeo en *youtube*, conllevara la eliminación de muchos de estos clips de la plataforma por infracción de derechos de autor, nos impidió llevar a cabo el ER1 en espectadores normoventes británicos. A pesar de todo, intentamos lanzar el cuestionario en España con el fin de que lo rellenaran británicos residentes en España<sup>101</sup>, pero obviamente la respuesta fue mucho menor. Los resultados de ese cuestionario nos hubieran permitido comprobar, en ese caso, el grado de conocimiento de los referentes culturales por parte de los espectadores NVI y su adecuación a la ADI.

Lo mismo puede decirse del ER2. Y también respecto al estudio en ciegos y personas con baja visión británicos, que también estaba diseñado, pero que por cuestión de tiempo y también por motivos económicos (era indispensable desplazarse a Reino Unido durante un periodo de tiempo para realizar los estudios de recepción) no se pudo llevar a cabo. Comprobar las preferencias de

---

<sup>101</sup> Para ello, nos pusimos en contacto con numerosas asociaciones de británicos residentes en la Comunidad Valenciana

estos sería una forma perfecta de “cerrar” el bucle de este estudio, algo que, como venimos avanzando, no descartamos retomar en futuros estudios.

Otra cuestión que nos interesa explorar deriva de los comentarios de muchos de los participantes, es decir, la necesidad de visionar la película entera, tanto por parte de los NVE como de los CBVE. Entendemos que, sin duda, se trata de un experimento que presenta grandes retos, pero que habría que diseñar de forma longitudinal, previendo varias sesiones de visionado con cuestionarios más específicos sobre cada filme; también las películas seleccionadas deberían ser de una duración inferior a 2 horas (para evitar la saturación y el cansancio, sobre todo en espectadores de más edad). Y en ese estudio potencial, es obvio que otros elementos como la memoria jugarían un papel fundamental.

### 6.3 Algunas recomendaciones para la AD

#### 6.3.1 *Generales*

De lo que se desprende del apartado 2.2.1. y 2.2.2., **el 95,06% de las personas que padecen algún tipo de deficiencia visual en España tiene restos de visión**, mientras que solo el 4,93% (48.300 personas) son ciegas totales (INE, 2008). Y aunque es cierto que se estima que la población que tendrá problemas de visión irá en aumento en los próximos años, los avances científicos favorecen el que los enfermos padezcan ceguera total, al menos a corto y medio plazo. Esto nos hace plantearnos la necesidad de que, tanto las normas sobre AD como los propios descriptores, consideren la realidad del receptor de AD que tiene restos de visión que puede utilizar mientras visiona un filme. Una de las quejas que ha realizado



los encuestados del ER2 es que la AD, a menudo, podía resultar tediosa y saturaba con información, algo que podría explicarse porque la AD está destinada a suplir las carencias de las personas que más lo necesitan. Pero, teniendo en cuenta que la gran mayoría de los destinatarios de AD pueden ver algo (a veces bultos, a veces colores o formas), sería conveniente replantearse la forma en la que ofrecer AD atendiendo a las necesidades reales del receptor potencial.

Tal y como hemos señalado en el apartado 5.2.3., los participantes en el test no utilizan AD cuando van al cine ni cuando ven la televisión, y esto esencialmente por falta de información. Estas conclusiones son las mismas que se recogen en el informe CESyA (2015: 123), en el que se pone en evidencia la falta de uso de AD en la televisión española por desconocimiento de los programas con AD o por no saber acceder a la misma. Por una parte, y de forma general, **sería conveniente llevar a cabo una labor informativa y de divulgación sobre las películas accesibles que se estrenan en pantalla grande** en España a través de distintos medios de comunicación y redes sociales. Asimismo, desde las asociaciones de usuarios, sería indispensable informar y formar a los socios sobre posibilidades de accesibilidad, tanto en cine (informar sobre salas accesibles, sobre programas que permiten obtener la AD de películas a través del móvil o tableta etc.) como en televisión. Respecto a esta última, **es indispensable que las cadenas informen convenientemente sobre la accesibilidad de los programas que emiten**. No tiene ningún sentido introducir un icono en una esquina de una pantalla si los receptores son ciegos. Tampoco resulta cómodo ni intuitivo el que deba accederse a la AD a través del teletexto, teniendo en cuenta que en esos casos, el espectador CBVE tendría que contar con un familiar normovente que le activara la AD.

Estimamos igualmente necesario **contar con personas CBVE en el proceso de AD**. A partir del momento en que los usuarios de AD comiencen a percibirse como potenciales consumidores de productos audiovisuales y no solo como personas con discapacidad, se producirá una toma de conciencia social y empresarial real y se pensará en hacer accesibles los productos. Las personas CBVE tienen claro lo que quieren y cómo lo quieren. Ahora la industria es la que debería escucharlos para adaptar sus productos a las expectativas de los primeros, si quieren que sus productos se consuman. Una de las formas más evidentes de conocer y saber lo que quiere este colectivo es contar con ellos en el proceso de AD: desde la elección de las películas que debería contar con AD, hasta dónde hace falta información y la cantidad y calidad de la información que se proporciona en una AD, hasta la revisión del producto final. Incluir a las personas CBVE en el proceso contribuiría a tomar en consideración sus preferencias, algo que, por el momento, parece que no se hace.

Asimismo, sería conveniente que las **fundaciones que actualmente ofrecen accesibilidad de sus productos mediante subvenciones estatales o comunitarias realizaran estudios de recepción e incorporaran controles de calidad en los procesos de AD**, controles que estimamos deberían publicarse para conocer si los productos accesibles cumplen con su cometido. Sería, además, deseable, que se acabara con la opacidad reinante en la industria de la accesibilidad y se compartiera información en aras a la mejora de la misma. Todos estamos en un mismo barco y deberíamos dirigirnos hacia el mismo objetivo. Compartir experiencias abiertamente es, sin duda, el mejor camino.

Parece que **la traducción de GAD no es una opción que se ajuste a las preferencias de los usuarios**, que se han decantado por la ADE. Las expectativas

de los participantes y el conocimiento de su audiencia por parte del descriptor parecen jugar un papel importante, por lo que, a corto plazo, los guiones traducidos no serían un producto que satisficieran las preferencias de los usuarios españoles.

### 6.3.2 *Sobre AD de referentes culturales*

Estas son algunas recomendaciones que derivan de nuestro estudio:

- Limitar el uso de la particularización en el GAD a aquellos referentes con los que la audiencia meta esté familiarizada
- Emplear la generalización o, en su caso, la descripción cuando el referente cultural esté (muy) alejado de la cultura meta
- Promover el uso de la explicitación cuando las limitaciones de los huecos de silencio lo permitan
- Evitar la omisión siempre que haya espacio suficiente en la banda sonora
- Amplificar la información contenida en la imagen no se percibe, de forma general, como condescendiente, siempre que tenga relación con la trama del filme
- De forma general, analizar el tono y el estilo del filme para adecuar la AD a los mismos.

#### **6.4 Líneas de trabajo futuro**

Estudio sobre nuevos receptores potenciales de AD: personas con discapacidades cognitivas. Estudios de recepción con AD convencionales y ensayo con AD no convencionales. Adaptación de las AD las especiales necesidades de esos nuevos colectivos.

Estudio descriptivo y de recepción de películas de animación.

Estudio de recepción sobre vigencia temporal de referentes culturales.

Estudio de recepción con AD alternativas, combinando los dos estilos de AD de las dos versiones estudiadas. Pero también, propuesta de AD alternativas, no convencionales, en la línea de Udo y Fels (2009, 2010) y Udo, Acevedo y Fels (2010).

Estudio sobre la figura de la omisión en AD respecto a referentes culturales y elementos de marcado calado cultural y cuya omisión en la AD podría obedecer a las convenciones sociales a las que apunta Sanderson (2009).



## Bibliografía

- ACCESS ECONOMIC PTY LIMITED (2009): *Future sight loss in UK: the economic impact of partial sight and blindness in the UK adult population*. Disponible en: [https://www.rnib.org.uk/sites/default/files/FSUK\\_Report.pdf](https://www.rnib.org.uk/sites/default/files/FSUK_Report.pdf) [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- ADECCO (2010): *Estudio la Situación laboral de personas con discapacidad visual en activo*, Madrid, Adecco, Fundación Retina España, Allergan.
- AENOR (2005): *Norma UNE 153020. Audiodescripción para personas con discapacidad visual. Requisitos para la audiodescripción y elaboración de audioguías*, Madrid, AENOR.
- AGOST, R. (1999): *Traducción y doblaje: palabras, voces e imágenes*. Barcelona, Ariel.
- AMERICAN COUNCIL OF THE BLIND (2010): *Audio description guidelines and best practices*. Joel Snyder (ed.). Disponible en: <http://acb.org/adp/ad.html> [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- ARAGALL, F. (2008): *Diseño para todos: un conjunto de instrumentos*. Madrid, Fundación ONCE.
- ARCOS URRUTIA, J. (2012): "Análisis de guiones audiodescritos y propuestas para la mejora de la norma 153020", *Tonos Digital. Revista de Estudios Filológicos*, núm. 22, p. 1-39. Disponible en: <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/733> [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- ARMA, S. (2011): *The Language of filmic Audio Description: a Corpus-Based Analysis of Adjectives*. Tesis doctoral, Università degli Studi di Napoli Federico II. DOI: [10.6092/UNINA/FEDOA/8740](https://doi.org/10.6092/UNINA/FEDOA/8740)
- (2012): "Why can't you hear black shoes like the other mothers? Preliminary investigation on the Italian language of audio description", en Perego E. (ed.): *Emerging topics in translation: Audio description*. Trieste, EUT Edizioni Università di Trieste, p. 35-57.
- ARNDT, M. (2017): *Interviewing Michael Arndt Academy, Award-winning writer of "Little Miss Sunshine"*. ScreenPlay Interview series with Syd Field. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=zBv37KNvsWw> [Última consulta: 2 de abril de 2017].

- ASAMBLEA GENERAL DE LAS NACIONES UNIDAS (1948): “Declaración Universal de Derechos Humanos”, Resolución 217 A (III), de 10 de diciembre de 1948. Disponible en: <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/> [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- (1965): “Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial”, Resolución 2106 A (XX), de 21 de diciembre de 1965. Disponible en:  
<http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CERD.aspx>  
[Última consulta: 2 de abril de 2017].
  - (1966): “Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales”, Resolución 2200 A (XXI), de 16 de diciembre de 1966. Disponible en: <http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CCPR.aspx> [Última consulta: 2 de abril de 2017].
  - (1979): “Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer”, Resolución 34/180, de 18 de diciembre de 1979. Disponible en  
<http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/text/sconvention.htm>  
[Última consulta: 2 de abril de 2017].
  - (1989): “Convención sobre los Derechos del Niño”, Resolución 44/25, de 20 de noviembre de 1989. Disponible en: <http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CRC.aspx>. [Última consulta: 2 de abril de 2017].
  - (1990): “Convención Internacional sobre la Protección de los Derechos de todos los Trabajadores Migratorios y de sus Familiares”, Resolución 45/158, de 18 de diciembre de 1990. Disponible en: <http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CMW.aspx> [Última consulta: 2 de abril de 2017].
  - (1993): “Normas Uniformes sobre la igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad”, Resolución 48/96, de 20 de diciembre de 1993. Disponible en: <http://www.un.org/spanish/disabilities/default.asp?id=498> [Última consulta: 2 de abril de 2017].
  - (2006): “Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad”, Resolución 61/106 de 13 de diciembre de 2006. Disponible en: <http://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>. [Última consulta: 2 de abril de 2017].

- ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE FRANCESA (1789): “Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano”, en Peces-Barba G. (coord.): *Derecho positivo de los derechos humanos*. Madrid, Debate, p. 112-115.
- ATWOOD, C. (2006): “Costumer's guide” Disponible en: [http://www.costumersguide.com/cr\\_geisha.shtml](http://www.costumersguide.com/cr_geisha.shtml) [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- BALLESTER, A. (2007): “Directores en la sombra: personajes y su caracterización en el guion audiodescrito de 'Todo sobre mi madre'”, en Jiménez Hurtado C. (ed.): *Traducción y accesibilidad: subtitulación para sordos y audiodescripción para ciegos: nuevas modalidades de Traducción Audiovisual*. Frankfurt, Peter Lang, p. 133-151.
- BARDINI, F. (2015): “Audio description of cinematographic language: A comparative study of several describers' approaches”. Comunicación presentada en el Advanced Research Seminar on Audio Description. 19 y 20 de marzo de 2015, Barcelona.
- BARTOLL, E. (2008): *Paràmetres per a una taxonomia de la subtítolació*. Tesis doctoral. Barcelona, Universitat Pompeu Fabra, Disponible en: <http://www.tdx.cat/handle/10803/7572> [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- BAVELIER, D. y H. NEVILLE, (2002): “Cross-modal plasticity: where and how?” *Nat Rev Neurosci.*, 3, p. 443–452.
- BEAUFOY S. (2009): *Audio Commentary With Producer Christian Colson And Writer Simon Beaufoy*. Reino Unido: Celador Films Ltd y Channel 4 Television Corporation.
- BENECKE, B. (2004): “Audio-description”, *Meta: Journal des Traducteurs*, Volume 49(1), p. 78–80.
- (2014): “Character fixation and character description: The naming and describing of characters in *Inglorious Basterds*”, en Maszerowska A., Matamala A. y Orero P. (eds.): *Audio Description. New Perspectives illustrated*. Ámsterdam, Benjamins, p. 141-158.
- BENECKE, B. y E. DOSCH (2004): *Wenn aus Bildern Worte werden*. Munich, Bayerische Rundfunk.
- BLAXTER, L., C. HUGHES y M. TIGHT (2000): *Cómo se hace una investigación*. (Vol. Colección Herramientas Universitarias). Barcelona, Gedisa.



- BOURNE, J. (2007): "El impacto de las directrices ITC en el estilo de cuatro guiones AD en inglés", en Jiménez Hurtado C. (ed.): *Traducción y accesibilidad. Subtitulación para sordos y audiodescripción para ciegos: nuevas modalidades de Traducción Audiovisual*. Frankfurt, Peter Lang, p. 179-198.
- BOURNE, J. y C. JIMÉNEZ HURTADO (2007): "From the Visual to the Verbal in Two Languages: A Contrastive Analysis of the Audiodescription of *The Hours* in English and Spanish", en Díaz Cintas J., Orero P. y Remael A. (eds.): *Media for All: Subtitling for the Deaf, Audio Description and Sign Language*. Ámsterdam, Rodopi, p. 175-187
- BOYLE, D. (2009): *Audio Commentary With Director Danny Boyle And Actor Dev Patel*. Reino Unido: Celador Films Ltd y Channel 4 Television Corporation.
- BRAUN, S. (2007): "Audio description from a discourse perspective: A socially relevant framework for research and training", *Linguistica Antverpiensia*, 6, p. 357-369.
- (2008): "Audio description research: state of art and beyond", *Translation Studies in the New Millenium*(6), p. 14-30.
- (2011): "Creating coherence in audio description", *Meta: Journal des Traducteurs*, 56(3), p. 645-662.
- CABEZA-CÁCERES, C. (2010): "Opera Audio Description at Barcelona's Liceu Theatre", en Díaz Cintas J., Matamala A. y Neves J. (eds.): *New insights into Audiovisual Translation and Media Accessibility*. Ámsterdam, Rodopi, p. 227-237.
- (2013): *Audiodescripció i recepció. Efecte de la velocitat de narració, l'entonació y l'explicitació en la comprensió filmica*. Tesis doctoral, Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona.
- CABEZA-CÁCERES, C. y A. MATAMALA (2008): "La audiodescripción de ópera: La nueva apuesta del Liceo", en Pérez-Ugena A. y Vizcaíno-Laorga R. (eds.): *Ulises y la Comunidad Sorda*. Madrid: Observatorio de las Realidades Sociales y de la Comunicación, p. 195-198.
- CARRIÈRE, J. (1997): *La película que no se ve*. Barcelona, Paidós Ibérica.
- CESYA, (CENTRO ESPAÑOL DE SUBTITULADO Y AUDIODESCRIPCIÓN) (2015): *Informe de Seguimiento del Subtitulado y la Audiodescripción en la TDT. Año 2014*. Madrid, Real Patronato sobre Discapacidad. Disponible en:

<http://www.cesya.es/sites/default/files/documentos/InformeAccesibilidadTDT2014.pdf>. [Última consulta: 2 de abril de 2017].

CHAPADO SÁNCHEZ, M. (2010): “La audiodescriptibilidad del film: una nueva perspectiva de análisis fílmico”, *FRAME*, Febrero(6), p. 159- 195.

CHAUME, F. (2004): *Cine y traducción*. Madrid, Cátedra.

CHAUME, F. y C. GARCÍA DEL TORO (2010): *Teorías actuales de la Traductología*. Alzira, Bromera.

CHMIEL, A. e I. MAZUR (2012a). “AD reception research. Some methodological considerations”, en Perego E. (ed.): *Emerging topics in translation: Audio description*, Trieste, EUT Edizioni Università di Trieste, p. 57-80.

CHMIEL, A. e I. MAZUR (2012b). “Towards common European audio description guidelines: results of the Pear Tree Project”. *Perspectives: Studies in Translatology*, 20(1), p. 5-23.

CHMIEL, A. e I. MAZUR (2012c). “Audio description made to measure: Reflections on interpretation on AD based on the Pear Tree Project data”, en Remael A., Orero P. y Carroll M. (eds.): *Audiovisual Translation and Media Accessibility at the Crossroads. Media for All 3*. Ámsterdam/ Nueva York, Rodopi, p. 173-188.

CODY, D. (2008): Entrevista personal. Daily Telegraph. Disponible en: <http://www.telegraph.co.uk/culture/film/starsandstories/3670875/Diablo-Cody-I-feel-more-naked-writing-than-I-did-as-a-stripper.html> [Última consulta: 2 de abril de 2017].

COMISIÓN EUROPEA (2010): “Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Estrategia Europea sobre Discapacidad 2010-2020: un compromiso renovado para una Europa sin barreras”, COM/2010/0636 final, Bruselas. Disponible en:

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52010DC0636>

— (2008): “El futuro demográfico de Europa: transformar un reto en una oportunidad”. [COM(2006) 571 final – no publicada en el Diario Oficial]. Disponible en:

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex:52006DC0571>  
[Última consulta: 2 de abril de 2017].

- (2016): “Impact Assessment. Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services in view of changing market realities”, COM (2016) 287 *final*, Bruselas.

COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA (2016): *Informe sobre el grado de cumplimiento de las obligaciones impuestas en materia de accesibilidad y presencia de personas con discapacidad en los medios audiovisuales 2014-2015*, Madrid, Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Disponible en: <https://www.cnmc.es/expedientes/infdtsa00615> [Última consulta: 2 de abril de 2017].

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS DE ESPAÑA (1982): “Ley 13/1982, de 7 de abril, de integración social de los minusválidos”, BOE núm. 103, de 30 de abril de 1982, Madrid, p. 11106 a 11112.

- (2003): “Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de Igualdad de Oportunidades, No Discriminación y Accesibilidad Universal de las Personas con Discapacidad”, BOE Núm. 289 de 03 de diciembre de 2003, Madrid, p. 43187 a 43195.
- (2007a): “Ley 49/2007, de 26 de diciembre, por la que se establece el Régimen de Infracciones y Sanciones en materia de Igualdad de Oportunidades, no Discriminación y Accesibilidad Universal de las Personas con Discapacidad”, BOE núm. 310, de 27 de diciembre de 2007, Madrid, p. 53278 a 53284.
- (2007b): “Ley 27/2007, de 23 de octubre, por la que se reconocen las Lenguas de Signos Españolas y los Medios de Apoyo a la Comunicación Oral de las Personas Sordas, con Discapacidad Auditiva y Sordociegas”, BOE núm. 255, de 24 de octubre de 2007, Madrid, p. 43251 a 43259.
- (2010): “Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual”. BOE núm. 79, de 1 de abril de 2010, Madrid, p. 30157 a 30209.
- (2013): “Real Decreto Legislativo 1/2013 de 29 de diciembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General de Derechos de las Personas con Discapacidad y de su Inclusión Social”, BOE núm. 289 de 03 de diciembre de 2013, Madrid, p. 95635 a 95673.

- CONVENCIÓN DE DELEGADOS DE VIRGINIA (1776): "Declaración de derechos de Virginia", en Peces Barba G. (coord.): *Derecho positivo de los derechos humanos*. Madrid, Debate, p. 101-105.
- COOK, C., F. HEATH Y R. L. THOMPSON (2000): "A meta-analysis of response rates in Web or Internet-based surveys", *Educational and Psychological Measurement*, 60, p. 821-836.
- (2001): "Scaling for the LibQUAL + TM instrument: A comparison of desired, perceived and minimum expectation responses vs. perceived only". Documento presentado en la Cuarta Conferencia Internacional Northumbria, Pittsburgh, Penn, EE.UU.
- CORTEZA, A. (2005): "El tractament dels referents culturals en la traducció catalana de Gabriela, cravo e canela", *Quaderns, Revista de Traducció*(12), p. 189-203.
- CRESWELL, J. (2005): *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Upper Saddle River, Pearson Education Inc.
- DAYTON J. Y V. FARIS, (2007): Audio commentary by co-directors Jonathan Dayton and Valerie Faris. Little Miss Sunshine. DVD. Reino Unido: Twentieth Century Fox Film Corporation.
- DELABASTITA, D. (1989): "Translation and mass-communication: film and TV translation as evidence of cultural dynamics", *Babel*, 35(4), p. 193-218.
- DEN BRINKER, B. y H. GUYSKENS (2001): *A Society for All, including Partially Sighted People (PSP). Report of EBU Commission Activities of Partially Sighted People, Work Plan Subgroup 1 and 2*. Disponible en:  
<http://www.euroblind.org/fichiersGB/socForAll.htm>. [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- DÍAZ CINTAS, J. (2005): "Accessibility for all", *Translating today*(4), p. 3-5.
- (2006): *Competencias profesionales del subtitulador y el audiodescriptor*. Madrid, CESyA Centro Español del Subtitulado y la Audiodescripción. Disponible en:  
[http://www.cesya.es/sites/default/files/documentos/informe\\_formacion.pdf](http://www.cesya.es/sites/default/files/documentos/informe_formacion.pdf) [Última consulta: 2 de abril de 2017].

- (2007a): “Por una preparación de calidad en accesibilidad audiovisual”, *TRANS, II*, p. 45-59.
  - (2007b). “Traducción audiovisual y accesibilidad”, en Jiménez Hurtado C. (ed.): *Traducción y accesibilidad: la subtitulación para sordos y la audiodescripción para ciegos: nuevas modalidades de Traducción Audiovisual*. Frankfurt, Peter Lang, p. 9-23.
- DÍAZ CINTAS, J. Y A. REMAEL (2007): *Audiovisual Translation: Subtitling. (Translation Practices Explained)*. Manchester, St. Jerome Publishing.
- DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN. COMISIÓN EUROPEA (2012): “Eurobarometer- Accessibility”. Disponible en:  
[http://ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_345\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_345_en.pdf) [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- EUROPEAN BLIND UNION (2003): *EBU Policy Statement on Low Vision*. Disponible en:  
<http://euroblindstatic.eplica.is/fichiersGB/pspolicy.html> [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- EUROPEAN BLIND UNION (2017): *EBU. The voice of blind and partially sighted people in Europe*. Disponible en: <http://www.euroblind.org/> [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- EUROSTAT. (2015). *European Statistic Web*. Disponible en: <http://ec.europa.eu/eurostat> [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- FERNÁNDEZ NÚÑEZ, L. (2007): “¿Cómo se elabora un cuestionario? Fichas para investigadores1-9” *Butlletí LaRecerca*, Universitat de Barcelona, Institut de Ciències de l'Educació, Secció de Recerca.
- FERNÁNDEZ-TORNÉ, A. y A. MATAMALA (2015): “Text-to-speech vs. human voiced audio description: a reception study in films dubbed into Catalan”, *JosTrans- The Journal of Specialised Translation*, 24(July 2015), p. 61-88.
- FRASCA, G. (2001): *Road Movie. Immaginario, genesi, struttura e forma del cinema americano on the road*. Torino, UTET Librería.
- FRESNO, N. (2014): *La (re)construcción de los personajes filmicos en la audiodescripción. Efectos de la cantidad de información y de su segmentación en el recuerdo de sus receptores*. Tesis doctoral. Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona.

- FRYER, L. (2016): *An Introduction to Audio Description. A Practical Guide*. New York, Routledge.
- FRYER, L. y J. FREEMAN (2012): "Presence in those with and without sight: Audio Description and its Potential for Virtual Reality Applications", *Journal of Cyber Therapy & Rehabilitations*, 5(1), p. 15-23.
- (2013): "Cinematic Language and the Description of Film: Keeping AD users in Frame", *Perspectives: Studies in Translatology*, 21(3), p. 412-426.
- FRYER, L. y P. ROMERO FRESCO (2014): "Audiointroductions", en Maszerowska A., Matamala, A. y Orero P. (eds.): *Audio Description: New perspectives illustrated*. Ámsterdam, Benjamins, p. 11-28.
- FUENTES LUQUE, A. (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*. Tesis doctoral. Granada, Universidad de Granada.
- GILE, D. (1991): "Methodological Aspects of Interpretation (and Translation) Research", *Target*(3), p. 153-174.
- GÓMEZ ULLA, F. Y S. ONDATEGUI-PARRA (2012): *Informe sobre la Ceguera en España*. Madrid, Ernst & Young.
- GONANT, F. Y L. MORISSET (2008): *La charte de l'audiodescription*. París, Ministère des Affaires Sociales.
- GREENING, J. Y D. ROLPH (2007): "Accesibility: raising awareness of audio description in UK", en Díaz Cintas J., Orero P. y Remael A. (eds.): *Media for all: Subtitling for the deaf, audio description and Sign Language* Ámsterdam, Rodopi, p. 127-138.
- HERMANS, T. (1999): *Translation in Systems: Descriptive and Systemic Approaches Explained*. Manchester, St Jerome.
- HERNÁNDEZ BARTOLOMÉ, A. Y G. MENDILUCE CABRERA (2005): "New trends in audiovisual translation: the latest challenging modes", *Miscelánea: a Journal of English and American Studies* núm. 31, p. 89-104.
- (2009): "How can images be translated? Audiodescription, a challenging audiovisual and social gap-filler", *Hermeneus. Revista de Traducción e Interpretación*(11), p. 1-17.

- HERNÁNDEZ SAMPIERI R., C. FERNÁNDEZ COLLADO Y P. BAPTISTA LUCIO (2006). *Metodología de la investigación*. Cuarta edición. México: Mc Graw Hill.
- HOLLAND, A. (2009): "Audio description in the theatre and visual arts: Images into Words", en Díaz Cintas y G. Anderman (eds.): *Audiovisual Translation. Language Transfer on Screen*. Basingstroke, Palgrave Macmillan, p. 170-185.
- HURTADO ALBIR, A. (2001). *Traducción y Traductología*. Madrid, Cátedra.
- HYKS, V. (2005): "Audio-description and translation –two related but different skills", *Translating Today Magazine*, 4, p. 6-8.
- IGAREDA, P. (2011): "Categorización temática del análisis cultural: una propuesta para la traducción". *Íkala. Revista de Lenguaje y Cultura*, Vol 16 núm 27, p. 11-31.
- (2012): "Lyrics against Images: Music and Audio Description", *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación*(4), p. 233-254.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (2008): *Encuesta sobre Discapacidad, Autonomía Personal y situaciones de Dependencia (EDAD)*, Madrid, Inebase.
- ITC (2000): *Guidance on Standards for Audio Description*. Disponible en: [http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/broadcast/guidance/itcguide\\_ds\\_audio\\_desc\\_word.doc](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/broadcast/guidance/itcguide_ds_audio_desc_word.doc) [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- JAKOBSON, R. (1959): "On Linguistic Aspects of Translation", en R. Brower (ed.): *On Translation*. Cambridge Mass, Harvard University Press, p. 232-239.
- JIMÉNEZ HURTADO, C. (2007a): "La Audiodescripción desde la representación del conocimiento general. Configuración semántica de una gramática local del texto audiodescrito", *Linguistica Antverpiensia*, 6, p. 345-356.
- (2007b): "Una gramática local del guión audiodescrito. Desde la semántica a la pragmática de un nuevo tipo de traducción", en Jiménez Hurtado C. (ed.): *Traducción y accesibilidad. Subtitulación para sordos y audiodescripción para ciegos: nuevas modalidades de Traducción Audiovisual*. Frankfurt, Peter Lang, p. 55-79.
- (2009): "El texto multimodal accesible: metodología de análisis basada en corpus", en Tabares E. et al. (ed.): *Translatione via facenda. Homenaje a la Profesora Christiane Nord*. Tübinga, Narr., p. 101-114.
- (2012): "Multisemiotic and Multimodal Corpus Analysis in Audio Description: TRACCE", en Remael A., Orero P. y Carroll M. (eds.):

*Audiovisual translation and media accessibility at the crossroads. Media for all 3* Amsterdam/ New York, Rodopi, p. 409-425.

- JIMÉNEZ HURTADO, C. y C. SEIBEL (2010a): "Traducción accesible: narratología y semántica de la audiodescripción", en L. González y Pollux Hernández (Ed.): *Actas del IV Congreso 'El Español, Lengua de Traducción'. El español, lengua de traducción para la cooperación y el diálogo*, Madrid, p. 451-468. Disponible en: [http://cvc.cervantes.es/lengua/esletra/esletra\\_04.htm](http://cvc.cervantes.es/lengua/esletra/esletra_04.htm) [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- (2010b): "Traducción accesible: narratología y semántica de la audiodescripción", *Cooperación y Diálogo*, p. 451-468.
- KRUGER, J. (2010): "Audio narration: re-narrativising film", *Perspectives: Studies in Translatology*, 18(3), p. 231-249.
- KUMAR, R. (2005): *Research methodology. A step-by-step guide for beginners*. Londres, Sage.
- LAKRITZ, J. Y A. SALWAY, (2005). "The Semi Automatic Generation of Audio Description from Screenplays". Self-publication. School of Electronics and Physical Sciences, Department of Computing, University of Surrey. Disponible en: <http://www.bbrel.co.uk/pdfs/CS-06-05.pdf> [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- LEÓN, O. E I. MONTERO, (2003): *Métodos de investigación en psicología y educación*. Madrid, McGraw-Hill.
- LEPPIHALME, R. (1994). *Cultural Bumps: On the translation of Allusions*. Helsinki, Helsinki University Press.
- (1997): *Culture Bumps: An Empirical Approach to the Translation of Allusions*. Clevedon, Multilingual Matters, Ltd.
- LIMBACH, C. (2012): *La neutralidad en la audiodescripción filmica desde un punto de vista traductológico*. Tesis doctoral. Granada: Universidad de Granada.
- LÓPEZ VERA, J. (2006a): "Translating Audio Description Scripts: The Way Forward?- Tentative First Stage Project Results", *MuTra- Audiovisual Translating Scenarios: Conference Proceedings*, p. 1-10.
- (2006b): Traducir audiodescripciones, ¿una necesidad inminente? Comunicación presentada en AMADIS 06. Madrid, CESyA.



- MANGIRON, C. (2006): *El tractament dels referents culturals a les traduccions de la novel·la botxan: la interacció entre els elements textuais i extratextuais*. Tesis doctoral. Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona.
- MARCO, J. (2002): *El fil d'Ariadna. Anàlisi estilística i traducció literaria*. Vic: Eumo.
- MARSHALL, R. (2007): Director Rob Marshall and co-producer John DeLuca audio commentary. *Memoirs of a Geisha*. DVD. Reino Unido: Columbia Pictures Industries Inc., Dreamworks, L.L.C. y Spyglass Entertainment Group L.L.C.
- MARTÍNEZ SIERRA, J.J. (2004): *Estudio descriptivo y discursivo de la traducción del humor en textos audiovisuales*. Tesis doctoral. Castellón, Universidad Jaume I.
- (2011): “Normas, tendencias y otras regularidades en traducción audiovisual”. *Estudios de traducción*, núm. 1, 2011, p. 151-170. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESTR/article/view/36484/35331> [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- (2010): “Approaching the Audio Description of Humour”, *Entreculturas*(2), p. 87-103.
- MARTÍNEZ, F. (2002): *El cuestionario. Un instrumento para la investigación en las*. Barcelona, Laertes Psicopedagogía.
- MASZEROWSKA, A. y C. MANGIRON (2014): “Strategies with dealing with cultural references in audio description”, en Maszerowska A., Matamala A. y Orero P. (eds.): *Audio description: new perspectives illustrated*. Ámsterdam, Benjamins, p. 159-178.
- MASZEROWSKA, A., A. MATAMALA y P. ORERO, (2014): *Audio Description. New perspectives illustrated*. Ámsterdam, Benjamins.
- MATAMALA, A. (2007a): “Audio description in Catalonia”. *Translation Watch Quarterly*, 3(2), p. 37-48.
- (2007b): “La audiodescripción en directo”, en Jiménez Hurtado C. (ed.): *Traducción y accesibilidad: la subtitulación para sordos y audiodescripción para ciegos: nuevas modalidades de Traducción Audiovisual*. Frankfurt, Peter Lang, p. 121-132.
- (2014): “Audio describing text on screen”, en Maszerowska A., Matamala A. y Orero P. (eds.): *Audio description. New perspectives illustrated*. Ámsterdam, Benjamins, p. 121-140.

- MATAMALA, A. y P. ORERO (2007): "Accessible Opera in Catalan: Opera for All", en Díaz Cintas J., Orero P. y Remael A. (eds.): *Media for All: Subtitling for the Deaf, Audio Description and Sign Language*. Ámsterdam, Rodopi, p. 201-214.
- (2008): "Opera Translation", *The Translator*, 14(2), p. 427-451.
- (2009): "L'accessibilitat a Televisió de Catalunya: parlem amb Rosa Vallverdú, directora del departament de Subtitulació de TVC". *Quaderns*, 16, p. 301-312.
- (2011): "Opening credit sequences: Audio describing films within films", *International Journal of Translation*, 23(2), p. 35-58.
- MATAMALA, A. y N. RAMI (2009): "Análisis comparativo de la audiodescripción española y alemana de Good Bye, Lenin!", *Hermeneus*(11), p. 249-266.
- MATAMALA, A. y A. REMAEL (2015): "Audio-description reloaded: an analysis of visual scenes in 2012 and Hero", *Tranlation Studies*, 8(1), p. 63-81.
- MAYORAL, R. (1994): "La explicitación de la información en la información intercultural", en Hurtado Albir, A. (ed.): *Estudios sobre la Traducción*. Castellón, Universidad Jaume I.
- (1998): "Aspectos curriculares de la enseñanza de la traducción e interpretación en España", en García-Izquierdo I. y Verdegall J. (eds.): *Los estudios de traducción: un reto didáctico*. Castellón, Universitat Jaume I, p. 117-130.
- (2001): *Aspectos epistemológicos de la traducción*. Castellón, Universidad Jaume I.
- (2003): "Procedimientos que persiguen la reducción o la expansión de un texto en traducción audiovisual", *Sendebarr*, 14(1), p. 107-126.
- MAZUR, I. (2014): "Gestures and facial expressions in audio description", en Maszerowska A., Matamala A. y Orero P. (eds.): *Audio Description. New perspectives illustrated*. Ámsterdam, Benjamins, p. 179-197.
- MENARD, N. y DANCETTE, J. (1996): "Modèles empiriques et expérimentaux en traductologie: question d'épistémologie", *Meta: Journal des Traducteurs*, 41(1), p. 139-156.
- MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD (2014): Plan de acción de la estrategia española sobre discapacidad 2014-2020. Disponible en: [https://www.msssi.gob.es/ssi/discapacidad/docs/plan\\_accion\\_EED.pdf](https://www.msssi.gob.es/ssi/discapacidad/docs/plan_accion_EED.pdf) [Última consulta: 2 de abril de 2017].

- MOLINA, L. (2006): *El otoño del pingüino. Análisis descriptivo de la traducción de los culturemas*. Castellón, Publicacions Universitat Jaume I.
- MOLINA, L. & HURTADO, A. (2002): "Translation Techniques Revisited: A Dynamic and Functionalist Approach", *Meta: Journal des Traducteurs*, XLVII, 4, p. 498-512.
- MONTORO MARTÍNEZ, J. (1991): *Los ciegos en la Historia. Tomo I*. Madrid, Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE), Sección de Cultura.
- (1992). *Los ciegos en la Historia. Tomo II*. Madrid, Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE) Sección de Cultura .
- (1993). *Los ciegos en la Historia. Tomo III*. Madrid, Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE), Sección de Cultura.
- (1995). *Los ciegos en la Historia. Tomo IV*. Madrid, Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE), Sección de Cultura.
- (1998). *Los ciegos en la Historia. Tomo V*. Madrid, Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE), Sección de Cultura.
- NAVARRETE, F. (1997a): "Sistema AUDESC: el arte de hablar en imágenes", *Integración*(23), p. 70-75
- NAVARRETE, F. (1997b). "Aplicación al teatro del sistema AUDESC", *Integración*(24), p. 26-29.
- NEDERGAARD-LARSEN, B. (1993): "Culture-Bound Problems in Subtitling", *Perspectives: Studies in Translatology* 1 (2), p. 208-241. DOI: 10.1080/0907676X.1993.9961214
- NEUMAN, W. (1994): *Social research methods: Qualitative and Quantitative approaches* (2ª ed.). Needham Heights, Allyn and Bacon.
- NEUNZIG, W. (2003): "Estudios empíricos en Traducción: apuntes metodológicos", en Alves, F. (ed.): *Cadernos de Tradução: O processo de Tradução*, 10, p. 75-96.
- NEWMARK, P. (1988): *A Textbook of Translation*. New York, Prentice Hall.
- NORD, C. (1997): *Translating as a Purposeful Activity*. Manchester, St Jerome.
- OFCOM (2006): *Television access services. Review of the Code and Guidance*. Disponible en:

[https://www.ofcom.org.uk/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0016/42442/access.pdf](https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0016/42442/access.pdf)  
[Última consulta: 2 de abril de 2017].

ORERO, P. (2005): "Audio description: professional recognition, practice and standards in Spain", *Translation Watch Quarterly*, I(1), p. 7-18.

— (2007a): "Pioneering Audio Description: Jorge Arandes", *JosTrans*(7), p. 179-189. Disponible en: [http://www.jostrans.org/issue07/art\\_arandes.php](http://www.jostrans.org/issue07/art_arandes.php)  
[Última consulta: 2 de abril de 2017].

— (2007b): "¿Quién hará la audiodescripción comercial en España? El futuro perfil del descriptor", en Jiménez Hurtado C. (ed.): *Traducción y accesibilidad: la subtitulación para sordos y audiodescripción para ciegos: nuevas modalidades de Traducción Audiovisual*. Frankfurt, Peter Lang, p. 111-120.

— (2008): "Three different receptions of the same film", *European Journal of English Studies*(12:2), p. 179-193.

— (2011): "Audio description for children: Once upon a time there was a different audio description for characters", en di Giovanni E. (ed.): *Between text and receiver: accessibility, dubbing and translation*. Frankfurt, Peter Lang, p. 169-184.

ORERO, P. y S. BRAUN, (2010): "Audio description with audio subtitling – an emergent modality of audiovisual localisation", *Perspectives. Studies in Translation Theory and Practice*, 18(3), p. 173-188.

ORERO, P. y A.VILARÓ (2012): "Eye Tracking analysis of minor details in films for audio description", *MonTI*(4), p. 295-319.

— (2014): "Secondary elements in audio description", en Maszerowska A., Matamala A. y Orero P. (eds.): *Audio description. New perspectives illustrated*. Amsterdam, Benjamins, p. 199-212.

ORERO, P., A. PEREIRA y F. UTRAY, (2007): "Visión histórica en la accesibilidad en los medios en España". *Trans*, II, p. 31-43.

— (2009). "The Present and Future of Audio Description and Subtitling for the Deaf and Hard of Hearing in Spain", *Meta: Journal des Traducteurs*, 54-3, p. 248-263.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (Centro de Prensa), (2014): *Ceguera y discapacidad visual*. Ginebra: OMS. Disponible en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs282/es/> [Última consulta: 2 de abril de 2017].

- (1980): *Clasificación Internacional de las deficiencias, discapacidades y minusvalías*. Ginebra: OMS
  - (2001): *Clasificación Internacional del Funcionamiento, la Discapacidad y la Salud*. Ginebra: OMS.
  - (2012). *Global data on visual impairments 2010*. Ginebra: OMS.
- ORREGO CARMONA, D. (2013): “Entrevista a Jorge Díaz Cintas. Contexto actual de los estudios en traducción audiovisual”, *Mutatis Mutandi*, 6(2), p. 549-560.
- ORTIZ, T., J. POCH-BROTO, C. REQUENA, A. MARTÍNEZ, J. BARCIA-ALBACAR Y J. M. SANTOS (2010): “Neuroplasticidad cerebral en áreas occipitales en adolescentes ciegos”, *Rev Neurol*, p. 19-23.
- PALOMO, A. Y PRIETO, C. (2007): “Análisis descriptivo y comparativo de la audiodescripción en el Reino Unido y en España. Un estudio de caso”. Amadis 07. Madrid, Centro Español de Subtitulado y Audiodescripción.
- PARLAMENTO EUROPEO, CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA Y COMISIÓN EUROPEA (2000): “Carta de los derechos fundamentales de la Unión Europea. Versión consolidada” *DO C 202 de 7.6.2016*, Bruselas, p. 389-405.
- (2010): “Directiva sobre Servicios de Comunicación Audiovisual 2010/13/UE”, *DO L 95 de 15.4.2010*, Bruselas, p. 1-24.
  - (2012): “Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea”, *Diario Oficial n° C 326 de 26 de octubre de 2012*, Bruselas, p. 1 -390.  
Disponible en:  
[http://eur-lex.europa.eu/legal\\_content/ES/ALL/?uri=celex:12012E/TXT](http://eur-lex.europa.eu/legal_content/ES/ALL/?uri=celex:12012E/TXT)  
[Última consulta: 2 de abril de 2017].
  - (2015): “Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros por lo que se refiere a los requisitos de accesibilidad de los productos y los servicios”, (COM (2015) 615 final- 015/0278 (COD).
- PARRILLA PÉREZ, J. (2007): “Estado Actual y perspectivas de la Audiodescripción en los países francófonos”, en Jiménez Hurtado C. (ed.): *Traducción y accesibilidad. Subtitulación para sordos y audiodescripción para ciegos: nuevas modalidades de Traducción Audiovisual*. Frankfurt, Peter Lang, p. 199-205.
- PASCUAL-LEONE, A., A. AMEDI, F. FREGNI y L. MERABET (2005): “The Plastic Human Brain Cortex”, *Annu. Rev. Neurosci*, p. 377-395.

- PECES BARBA, G. (1995): *Curso de derechos fundamentales: Teoría general*. Madrid, Boletín Oficial del Estado.
- PEDERSEN J. (2005). "How is culture rendered in subtitles", *MuTra 2005. Challenges of Multidimensional Translation: Conference Proceedings*, p. 1-18. Disponible en:  
[http://www.euroconferences.info/proceedings/2005\\_Proceedings/2005\\_Pedersen\\_Jan.pdf](http://www.euroconferences.info/proceedings/2005_Proceedings/2005_Pedersen_Jan.pdf) [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- (2009): "A Subtitler's Guide to Translating Culture", *Multilingual*, 103(20), p. 44-48.
- (2011): *Subtitling norms for television: An extrapolation focussing on extralinguistic cultural references*. Ámsterdam, John Benjamins.
- PEREGO, E. (2005). *La Traduzione audiovisiva*. Roma, Carocci.
- (2012): "Introduction", en Perego E. (ed.): *Emerging Topics in Translation: Audio Description*. Trieste, EUT, p. 7-11.
- (2014): "Film language and tools", en Maszerowska A., Matamala, A. y Orero P. (eds.): *Audio description. New perspectives illustrated*. Ámsterdam, Benjamins, p. 81-101.
- PÉREZ PAYÁ, M. (2007): "La audiodescripción: traduciendo el lenguaje de las cámaras", en Jiménez Hurtado, C. (ed.): *Traducción y accesibilidad. Subtitulación para sordos y audiodescripción para ciegos: nuevas modalidades de Traducción Audiovisual*. Frankfurt, Peter Lang, p. 81-91.
- PFANSTIEHL, M. y C. PFANSTIEHL (1985): "The play's the thing: Audio description in the theatre", *British Journal of Visual Impairment*(3), p. 91-92.
- PIPER, M. (1988): "Audio Description: Pioneer's Progress", *British Journal of Visual Impairment, Summer*, VI:2.
- PONCE MÁRQUEZ, N. (2008): "Diferentes aproximaciones al concepto de equivalencia en traducción y su aplicación en la práctica profesional", *Revista electrónica de Estudios Filológicos*, núm XV. Disponible en: [www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/210](http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/210) [Última consulta: 2 de abril de 2017].
- PRIETO DE PEDRO, J. (2008): "Derechos Culturales: el hijo pródigo de los Derechos Humanos", *Crítica. Presente y futuro de los derechos culturales*, 2008 (952), p. 19-23.

- RAI, S. (2009): *Bollywood for all: The demand for audio described Bollywood films*. Londres, Royal National Institute of the Blind (RNIB).
- RAI, S., J. GREENING y L. PETRÉ, (2010): *A Comparative Study of Audio Description Guidelines Prevalent in Different Countries*. Londres, Royal National Institute of the Blind.
- RAMOS, M. (2011): *Films, Audio Description and Emotions: the Impact of different films on different audiences*. Comunicación presentada en Media for all, Londres.
- (2013): *El impacto emocional de la audiodescripción*. Tesis doctoral. Murcia, Universidad de Murcia.
- REMAEL, A. (2012): "For the use of sound. Film sound analysis for audio description: some key issues", *MonTI, Monografías de Traducción e Interpretación*(4), p. 255-276.
- RICHART MARSET, M. (2013): "La caja negra y el mal de archivo: defensa de un análisis genético del doblaje cinematográfico", *TRANS*, 17, p. 51-69.
- RODRÍGUEZ POSADAS, G. (2013): *El texto fílmico audiodescrito: mecanismos de cohesión intramodales e intermodales* Tesis doctoral. Granada, Universidad de Granada.
- RODRÍGUEZ POSADAS, G. y M. SÁNCHEZ AGUDO (2007): *Traducción de guiones audiodescriptivos: doble traducción, doble traición*. Amadis 07. CESyA.
- RODRÍGUEZ, A. (2007): "Consideraciones acerca del lenguaje literario en los guiones audiodescritos", en Jiménez Hurtado C. (ed.): *Traducción y accesibilidad. Subtitulación para Sordos y audiodescripción para ciegos: nuevas modalidades de Traducción Audiovisual*. Frankfurt, Peter Lang, p. 153-167.
- ROMERO FRESCO, P. y L. FRYER (2013): "Could Audio-Described Films Benefit from Audio Introductions? An Audience Response Study", *Journal of Visual Impairment and Blindness*, 107(4), p. 287- 285.
- SALDANHA, G., y S. O'BRIEN, (2013): *Research Methodologies in Translation Studies*. London/ New York, Routledge.
- SALWAY, A. (2007): "A corpus-based analysis of audio description", en Díaz Cintas J., Orero P. y Remael A. (eds.): *Media for All. Subtitling for the Deaf, Audio Description, and Sign Language*. Ámsterdam, Rodopi, p. 151-174.
- SALWAY, A. Y M. GRAHAM (2003): *Extracting information about emotions in films*. Berkeley, EE.UU: International Multimedia Conference archive.

Proceedings of the eleventh ACM International Conference on Multimedia.

SALWAY, A., B. LEHANE y N. O'CONNOR (2007): *Associating Characters with Events in films*. ACM International Conference on Image and Video Retrieval CIVR. Disponible en: [http://doras.dcu.ie/286/1/civr\\_2007.pdf](http://doras.dcu.ie/286/1/civr_2007.pdf) [Última consulta: 2 de abril de 2017].

SANDERSON, J. (2011): "Imágenes en palabras. La audiodescripción como generadora de estrategias alternativas de traducción", *Puntoycoma. Boletín de los traductores españoles de las instituciones de la Unión Europea* (123), p. 25-35.

SANTAMARIA, L. (2001): *Subtitulació i referents culturals. La traducció com a mitjà d'adquisició de representacions mentals*. Tesis doctoral. Barcelona, Universidad Autònoma de Barcelona.

SANZ MORENO, R. (2012): *Estudio descriptivo comparativo de Slumdog millionaire* (Boyle, 2008). Trabajo de fin de máster. Universitat de València, Inédito.

SCANDURA, G. L. (2004). "Sex, Lies and TV: Censorship and Subtitling", *Meta: Journal des Traducteurs*, 49(1), p. 125-134.

SNYDER, J. (2007). "Audio Description. The Visual Made Verbal", *The International Journal of the Arts in the Society*, 2(2), p. 99-104.

— (2008): "Audio description: the visual made verbal", en Díaz Cintas J. (ed.): *The Didactics of Audiovisual Translation*. Ámsterdam /Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, p. 191-198

— (2010): *Audio description guidelines and best practice*. American Council of the Blind. Disponible en: <http://www.acb.org/adp/guidelines.html> [Última consulta: 2 de abril de 2017].

— (2014): *The visual made verbal. A comprehensive Training Manual and Guide to the History and Applications of Audio Description*. Arlington, American Council of the Blind.

SOLER GALLEGO, S. (2013): *La traducción accesible en el espacio multimodal museográfico*. Tesis doctoral. Córdoba, Universidad de Córdoba.

SZARKOWSKA, A. (2011): "Text-to-speech audio description. Towards wider availability of AD", *The Journal of Specialised Translation*, 15, p. 142-163.



- SZARKOWSKA, A. Y A. JANKOWSKA, (2015). "Audio describing foreign films", *JosTrans*, 23, p. 243-269.
- SZARKOWSKA, A. Y P. ORERO (2014): "The importance of sound in audio description", en Maszerowska A., Matamala A. y Orero P. (eds.): *Audio description: New perspectives illustrated*. Ámsterdam, Benjamins, p. 121-140.
- SZARKOWSKA, A., A. JANKOWSKA, K. KREJTZ, Y J. KOWALSKI (2016): "Open Art: Designing Accessible Content in a Multimedia Guide App for Visitors with and without Sensory Impairments", en Matamala, A. y Orero P. (eds.): *Researching Audio Description*. London, Palgrave Macmillan UK, p. 301-320.
- TAYLOR, C. (2014): "Intertextuality", en Maszerowska A., Matamala A. y Orero P. (eds.): *Audio Description. New perspectives illustrated*. Ámsterdam: Benjamins, p. 29-39.
- TOURY, G. (1995): *Descriptive Translation Studies and Beyond*. Ámsterdam/ Filadelfia, John Benjamins.
- TOURY, G., R. MERINO ÁLVAREZ Y R. RABADÁN (2004): *Los estudios descriptivos de traducción y más allá: metodología de la investigación en estudios de traducción*. Madrid, Cátedra.
- UDO, J. Y D. FELS (2009a): "Suit the action to the Word, the Word to the Action': An Unconventional Approach to Describing Shakespeare's Hamlet", *Journal of Visual Impairment and Blindness*, 103(3), p. 178-183.
- (2009b): "Re-fashioning fashion: An exploratory study of a live audio described fashion show". *Ted Rogers School of Information Technology Management Publications and Research*. Paper 17, p. 1-26.
- UDO, J., B. ACEVEDO Y D. FELS (2010): "Horatio Audio Describes Shakespeare's Hamlet: Blind and Low -Vision Theatre-Goers evaluate an Unconventional Audio Description Strategy", *British Journal of Visual Impairment*, 28(2), p. 139-156.
- VALERO GISBERT, M. (2012): "La intertextualidad fílmica en la audiodescripción", *Intralínea*(14). Disponible en: [http://www.intralinea.org/current/article/la\\_intertextualidad\\_filmica\\_en\\_la\\_audiodescripcion](http://www.intralinea.org/current/article/la_intertextualidad_filmica_en_la_audiodescripcion) [Última consulta: 2 de abril de 2017].

- VÁZQUEZ, A. (2006): Comentarios al documento "Competencias profesionales del subtitulador y del audiodescriptor". Madrid, Centro Español del Subtitulado y la Audiodescripción, p. 1-4.
- (2012): "Audiovisión, Audiodescripción, Audesc. La evolución de un sistema", en Martínez Sierra J.J. (ed.): *Reflexiones sobre la traducción audiovisual. Tres espectros, tres momentos*. Valencia, Publicacions Universitat de València, p. 125-130.
- VERCAUTEREN, G. (2007): "Towards a European Guideline for Audio Description", en Díaz Cintas J., Orero, P. y Remael, A. (eds.): *Media for all. Accessibility in Audiovisual Translation*. Ámsterdam, Rodopi, p. 139-150.
- (2012). "A narratological approach to content selection in audio description. Towards a strategy for the description of narratological time", *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación*(4), p. 207-230.
- VERCAUTEREN, G. y P. ORERO, (2013): "Describing Facial Expressions: much more than meets the eye", *Quaderns. Revista de Traducció*(20), p. 187-199.
- VERCAUTEREN, G. y A. REMAEL (2014): "Spatio-temporal setting", en Maszerowska A., Matamala A. y Orero P. (eds.). *Audio description. New perspectives illustrated*. Ámsterdam, Benjamins, p. 61-81.
- VILARÓ, A. y P. ORERO (2013): "Leitmotif in audio description: Anchoring information to optimise retrieval", *International Journal of Humanities and Social Science*, 3(5), p. 56-64.
- VILARÓ, A., T. DUCHOWSKI, P. ORERO, T. GRINDINGER, S. TETREAU y E. DI GIOVANNI, (2012): "How sound is the Pear Tree story? Testing the effect of varying audio stimuli on visual attention distribution", *Perspectives: Studies in Translatology* (20:1), p. 55-65.
- VINAY, J. y DARBELNET, J. (1958): *Stylistique comparée du français et de l'anglais*. Paris, Didier.
- VINUESA, M.L. (2005): "La encuesta: Observación extensiva de la realidad social", en Rosa Berganza y J. A. Ruiz (eds.) *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid, McGraw Hill Interamericana, p. 177-206.

## Filmografía

*The hours* (Daldry, 2002)  
*Monsters Inc.* (Docter, Unkrich y Silverman, 2011)  
*Girl with a Pearl Earring* (Webber, 2003)  
*Inglourious basterds* (Tarantino, 2009)  
*Slumdog Millionaire* (Boyle, 2008)  
*Man on Wire* (Marsh, 2008)  
*Hero* (Zhang Yimou, 2002)  
*2012* (Emmerich, 2009)  
*I want candy* (Stephen Surjik, 2007)  
*Todo sobre mi madre* (Pedro Almodóvar, 1999)  
*Lo imposible* (Bayona, 2012)  
*Goodbye Lenin!* (Becker, 2003)  
*Memorias de una geisha* (Marshall, 2005)  
*Pequeña Miss Sunshine* (Dayton y Faris, 2006)  
*Los abrazos rotos* (Pedro Almodóvar, 2009)  
*Chocolat* (Hallström, 2000)  
*Deutschland. Ein Sommermarchen* (Wortman, 2006)  
*Match Point* (Woody Allen, 2005)  
*Torrente 3: El Protector* (Santiago Segura, 2005)  
*Amour* (Michael Haneke, 2012)  
*Quince años y un día* (Gracia Querejeta, 2013)  
*Volver* (Almodóvar, 2006)  
*Las sesiones* (Lewin, 2012)  
*Mandela. Long walk to freedom* (Chadwick, 2013)  
*Los juegos del hambre. En llamas* (Lawrence, 2013)  
*Juno* (Reitman, 2007)  
*Spiderman III* (Raimi, 2007)  
*Una mujer invisible* (Herrero, 2007)  
*Knick-Knack* (Lasseter, 1989)  
*Up* (Docter, 2009)  
*Los increíbles* (Bird, 2004)  
*Ratatouille* (Bird, 2007)  
*La novia cadáver* (Burton & Johnson, 2005)

1984 (Radford, 1984)