

La audiodescripción del humor

Un enfoque descriptivo y pragmático



Juan José Martínez Sierra/Universitat de València, España*

RESUMEN: Este artículo tiene como propósito principal ofrecer una introducción a la audiodescripción (AD) y realizar una doble aproximación a la AD del humor. Parte de una introducción a la AD y a su estudio, y realiza una breve mención al estudio del humor en textos audiovisuales. A continuación presenta un doble estudio de caso. En primer lugar, se analiza, desde una perspectiva descriptiva, la AD de una serie de chistes visuales. Tras ello, se realiza un análisis pragmático, basado en el principio de relevancia, de unos segmentos humorísticos audiodescritos. Con esta doble visión complementaria se pretende ofrecer un retrato de cómo el humor viaja en la audiodescripción. En ambos casos los análisis se ilustran con ejemplos. Por último, se propone algunas ideas de investigación futura.

PALABRAS CLAVE: traducción audiovisual, accesibilidad, audiodescripción, humor, relevancia.

ABSTRACT: This article aims to provide an introduction to audio description (AD) and to approach, from a double perspective, the AD of humor. First, an introduction to AD and their study is offered, and the study of humor in audiovisual texts will be briefly mentioned. Then, a double case study is presented. On the one hand, the AD of a series of visual jokes is analyzed from a descriptive perspective. On the other hand, a pragmatic analysis, based on the principle of relevance, of some audio described humorous segments is performed. This twofold study is intended to provide a portrait of how humor travels in AD. In both cases the analyses are illustrated with examples. Finally, some ideas for future research are proposed.

KEY WORDS: audiovisual translation, accessibility, audio description, humor, relevance.

The audio description of humor. A descriptive and pragmatic approach

Pp. 59-74, en *Versión. Estudios de Comunicación y Política*

Número 35/marzo-abril 2014, ISSN 2007-5758

<<http://version.xoc.uam.mx>>

1. ¿Qué es la audiodescripción?

EN TÉRMINOS GENERALES, LA AUDIODESCRIPCIÓN (AD) es una práctica cuyo objetivo es ayudar a los ciegos y a las personas con algún tipo de discapacidad visual a que tengan acceso a material audiovisual como películas, programas de televisión e incluso el teatro o la ópera. Básicamente, lo que la AD hace es valerse de la ausencia de diálogo para describir verbalmente cada detalle visual o, en ocasiones, acústico que se considere relevante. Benecke define la AD como “la técnica usada para hacer accesible el teatro, el cine y la televisión a las personas ciegas o con problemas de visión: una narración adicional describe la acción, el lenguaje corporal, las expresiones faciales, los paisajes y el vestuario”. El autor añade que “La descripción se inserta en los silencios entre diálogos, y de manera que no interfiera con sonidos o efectos musicales importantes”¹ (2004, p. 78).

Esta definición está en consonancia con otras más recientes, como la proporcionada por Díaz Cintas. Según el autor, “la AD consiste en transformar las imágenes visuales a palabras, que se pronuncian durante los intervalos de silencio de programas audiovisuales o de actuaciones en directo” (2008, p. 7).

En ambos casos, se puede observar que no hay alusión alguna al cambio de idioma, en el sentido de una traducción de un idioma origen a uno meta. Aun así, como señala Díaz Cintas, tanto los académicos como los profesionales de la traducción audiovisual (TAV) parecen estar de acuerdo en que modalidades como el subtítulo para sordos (SPS) y la AD son parte integral de la TAV (2008, p. 7).

No existe duda de que agentes como el traductor para doblaje o para subtitulación realizan una tarea de traducción (interlingüística), y tampoco debería existir duda alguna sobre el hecho de que esto es también así en el caso de los agentes encargados de realizar una audiodescripción o del subtítulador para sordos puesto que, en estas prácticas, también podemos hablar de traducción (intersemiótica).² Para ello es preciso asumir una concepción amplia y flexible de lo que traducir significa, y entender que, si bien en el primer caso se trabaja con el diálogo y en el segundo, respectivamente, con las imágenes y los sonidos, en ambos escenarios estamos ante actividades traductoras. Sólo desde este tipo de planteamientos podremos entender que una imagen o un sonido se traduzcan a palabras.

La AD no es una práctica nueva, pero su uso en la televisión y el cine es relativamente reciente. Es un hecho que “la accesibilidad a los medios es un concepto que va ganando visibilidad en nuestras sociedades” (Díaz Cintas, 2008, p. 8). Por desgracia, también es cierto que “aún está lejos de ser una modalidad de acceso a los medios estandarizada en lo que se refiere al soporte técnico, [...] sus rasgos formales o sus contenidos” (Orero, 2007, p. 111). En cuanto a la investigación sobre AD, es cada vez menos escasa, y contamos ya con diversos trabajos que se han

acercado a este fenómeno, como Frazier (1975), Benecke (2004), Orero (2005), Braun (2007 y 2011), Díaz Cintas, Orero y Remael (2007), Orero y Wharton (2007), Snyder (2008 y 2014), Álvarez y Lucas (2009), Neves (2012), Peregó (2012) y Remael (2012). También podemos nombrar a Martínez Sierra (2009a y 2010), uno de los primeros, y escasos, intentos de aproximarse a la AD del humor.

2. El humor en los textos audiovisuales

Como se puede intuir y como asimismo demuestran diversos trabajos realizados al respecto, citados más abajo, el humor es uno de los aspectos más difíciles de manejar en las diferentes modalidades de traducción audiovisual. Por lo tanto, podríamos suponer que también lo es en la AD. Las restricciones en prácticas como el doblaje o la subtitulación son numerosas, y así parece ser también en la AD. La transferencia del humor puede verse afectada tanto por factores técnicos como culturales. Por ejemplo, en el caso de la AD, el tiempo para proporcionar la descripción verbal puede ser demasiado breve. Además, y sobre todo teniendo en cuenta la posibilidad de la AD interlingüística³ (en el sentido de que la narración haya sido traducida a otro idioma), la especificidad cultural del segmento humorístico a ser descrito puede complicar seriamente la tarea.

El estudio de la traducción del humor en textos audiovisuales ha sido abordado por diferentes autores. Además de los trabajos pioneros como la aproximación teórica de Zabalbeascoa (1993) o la aplicada de Martínez Sierra (2004), baste citar, por ejemplo y sin ánimo exhaustivo, otros más recientes como el acercamiento al panorama italiano de Chiaro (2007); el estudio de la polisemia y de los juegos de palabras con fines humorísticos en el doblaje de Martínez Tejerina (2008 y 2012); la consideración del comportamiento del humor, tanto en doblaje como en subtitulación, de Jankowska (2009), Martínez Sierra (2009b) y Pelegrina (2013); la aproximación al comportamiento del humor en los textos audiodescritos de Martínez Sierra (2009a y 2010); el estudio del intertexto audiovisual de Botella Tejera (2010); la perspectiva comunicativa, semiótica y pragmática de González Vera (2010); la consideración de la variación lingüística en textos audiovisuales humorísticos de Arampatzis (2011) y de Caprara y Sisti (2011); o el retrato de la subtitulación de la nueva comedia italiana de Cinquemani (2013).

En todo caso, la complejidad de la dimensión humorística implica que aún sea necesario continuar aportando luz sobre uno de los aspectos que más complicaciones puede plantear a la hora de traducir un determinado producto audiovisual. En esta ocasión, aludiremos a Martínez Sierra (2008) quien, en términos generales, identifica tres formas diferentes en las que el humor se puede crear en este tipo de textos. El autor distingue entre 1) humor creado a través del lenguaje, 2) humor creado a través de los sonidos y 3) humor creado a través

de las imágenes. Los ejemplos aquí recogidos muestran elementos de estas tres categorías, si bien es en el tercer tipo, humor creado a través de las imágenes, en el que nos centraremos en esta ocasión.

Además de proporcionar una introducción a la AD y abordar sucintamente la traducción del humor en textos audiovisuales, el propósito principal de este estudio es abordar la cuestión de la AD intralingüística (en el sentido de que la narración no se ha traducido a otro idioma) del humor. Para ello llevaremos a cabo dos análisis, uno descriptivo y otro pragmático, diferentes pero complementarios, que tratarán de dar respuesta a ciertas cuestiones y de formular nuevas preguntas desde dos perspectivas analíticas. Somos conscientes de que ambos estudios de caso son, necesariamente, limitados, puesto que se ha considerado únicamente la narración⁴ de la AD, dejando para futuros estudios su relación con los diálogos.

3. Análisis descriptivo

3.1 Estructura del análisis e hipótesis de partida

Con el fin de estructurar este primer análisis, hemos tenido en cuenta las directrices dadas por Vercauteren (2007, pp. 142-147). El autor formula cuatro preguntas: ¿Qué se debe describir? ¿Cuándo se debe describir? ¿Cómo se debe describir? ¿Cuánto se debe describir? Veamos las respuestas que el autor da a estas cuatro preguntas (2007, pp. 142-147).

¿Qué se debe describir?

Según Vercauteren, el agente de AD debería describir:

- Imágenes: dónde, cuándo, qué, quién y cómo.
- Sonidos: “los efectos de sonido de un programa (que sean difíciles de identificar), las letras de las canciones y cualquier lengua usada distinta a la lengua origen del programa”.
- Textos que aparecen en la pantalla (on-screen texts): “logotipos, títulos de crédito iniciales y finales, elenco de actores y textos en signos que puedan mostrarse en pantalla como subtítulos”. Según Chaume (2004, p. 25), el lenguaje escrito también puede percibirse visualmente. En Martínez Sierra (2004 y 2008), los insertos se conciben como posibles portadores de elementos gráficos potencialmente humorísticos, y así será cómo los entendamos en este trabajo.

Lo que resulta llamativo de la propuesta de Vercauteren es que, a diferencia de otros autores que se limitan a la dimensión visual, hace referencia explícita a la AD del sonido.

¿Cuándo se debe describir?

Parece existir una regla general a este respecto: “las descripciones se insertan en los huecos o silencios entre diálogos”.

¿Cómo se debe describir?

Vercauteren realiza la siguiente serie de sugerencias:

- Usar un lenguaje claro, preciso, apropiado y variado.
- Sonar natural y evitar el vocabulario inusual.
- Usar oraciones simples.
- Ser objetivo.
- Tratar de que el estilo de la película y el público coincidan.

¿Cuánto se debe describir?

Vercauteren reconoce que se necesita más investigación para dar una respuesta precisa a esta pregunta. En cualquier caso, un punto de partida será describir todo aquello que se considere relevante.

Por otro lado, y a partir de lo anterior, la principal hipótesis de este primer estudio fue que, para mantener el elemento humorístico, la mayor parte del trabajo de descripción se haría con las imágenes, ya que los diálogos (lenguaje) y la música, ruidos, etc. (sonidos) se pueden escuchar. Para nuestros propósitos, los insertos también se tuvieron en cuenta, ya que, debido a su naturaleza visual, es necesario que se lean o se describan. Por lo tanto, se consideró que las imágenes (incluyendo los insertos) con propósito humorístico precisarían de una descripción, de modo que los elementos potencialmente⁵ humorísticos pudieran mantenerse.

3.2 Análisis

Este primer análisis se realizó utilizando la película *I Want Candy*, una comedia británica dirigida por Stephen Surjik (2007) y cuyo argumento resumimos a continuación: dos estudiantes de cine, Joe y Baggy, están desesperados por rodar su primera película, para la que acaban de completar un guión. En su búsqueda de su gran oportunidad, entran en contacto con Doug, un productor que se compromete a financiar su proyecto únicamente si convencer a la estrella porno Candy Fiveways para que trabaje en la película, convirtiendo así su historia de amor inicial en una cinta erótica para adultos.

Veamos ahora algunos ejemplos de las diferentes posibilidades que se identificaron en el análisis del filme.⁶ Como ya se ha señalado, los ejemplos incluyen elementos de los tres grupos generales ya mencionados (lengua, sonidos e imágenes). Dado que estamos considerando la versión origen y audiodescrita de la película, los elementos humorísticos relacionados con el lenguaje sólo aparecerán en aras de la contextualización.⁷

Los ejemplos aparecen en una tabla con cuatro columnas: el chiste;⁸ el tipo de chiste; si se describe y cómo (por razones obvias, esto no se aplicará a los diálogos); un breve comentario.

Ejemplo 1

Escena: en un cementerio, Joe y Baggy están grabando el vídeo de un funeral. Baggy opera la cámara.

Chiste	Tipo	AD?	Comentario
Joe flirtea con una joven rubia.	Imagen	No	El chiste se pierde, al no proporcionarse descripción.
Sacerdote: <i>Look, I'm sorry. This won't do. This family is grieving. You need to show some more respect.</i> Joe: <i>This family has paid for a high-quality funeral video. A lasting memory of a fond farewell.</i>	Lengua	No aplicable	No aplicable
Cuando el sacerdote reprende a Joe y a Baggy por su comportamiento, Joe le muestra una tarjeta de visita: <i>"LEATHERHEAD FUNERAL VIDEOS. Making A Drama Out Of A Tragedy. John Bagley. 07700 90003"</i> .	Inserto	<i>A card for Letterhead Funeral Videos.</i>	El chiste se pierde, ya que, si bien se nos menciona la tarjeta (propósito informativo), no se nos describe su contenido (propósito humorístico), que es precisamente donde está el posible humor.
Baggy [al sacerdote]: <i>I got you as far as, "I always used to look forward to the visits"</i> .	Lengua	No aplicable	No aplicable
Joe decide que tienen suficiente material y que es hora de irse. Se dirige a los asistentes: <i>Good job. Thanks, everyone, for your patience.</i> Aplauda de manera sonora y les muestra un pulgar hacia arriba en señal de aprobación.	Sonido/ Imagen	No	El elemento humorístico sonoro se mantiene, dado que no requiere descripción alguna para su comprensión (es fácil identificar el sonido de las palmadas). Sin embargo, se pierde el elemento humorístico visual, puesto que no se describe.
Baggy insiste en grabar a la afligida viuda mientras ésta llora, y su hijo le da un puñetazo en la cara.	Sonido/ Imagen	<i>The shaved headed young mourner punches Baggy who falls to the ground.</i>	Se mantiene el chiste.

Ejemplo 2

Escena: en el *campus* de la universidad. Joe estaciona su coche y se acerca a Baggy, que camina por la acera.

Chiste	Tipo	AD?	Comentario
Baggy camina por la acera con rostro serio. Tiene un ojo morado.	Imagen	<i>Baggy has a black eye.</i>	El chiste se mantiene gracias a la descripción.

Ejemplo 3

Escena: en la calle. Joe trata de animar a Baggy, quien se siente decaído.

Chiste	Tipo	AD?	Comentario
Joe: <i>Do you know how long it took Attenborough to make Ghandi? It took him ten, long, painful years and we've been at it for, like, two and a half hours.</i>	Lengua	No aplicable	No aplicable
Joe: <i>The good news is we're not making some long, boring, cry-baby movie about a bald bloke in a nappy.</i> [Baggy le mira con rostro escéptico] <i>Yeah, I know it was a masterpiece, but you get the picture.</i>	Lengua/ Imagen	No aplicable	No aplicable/ En lo que respecta al elemento humorístico visual, se pierde.
Joe: <i>Hey, Bags, Bags, Bags, Bags!</i> [Señala a una placa en la pared, junto a una puerta. En la placa se puede leer "Head Films"] <i>It's like a sign.</i> Baggy: <i>It is a sign.</i>	Lengua/ Inserto	No aplicable/ <i>Head Films.</i>	No aplicable/ El chiste se mantiene.

Ejemplo 4

Escena: en el jardín de la mansión de Michael de Vere. Doug, el productor de la película, trata de informar al Sr. de Vere sobre el estado actual del filme, en el que ha invertido una cantidad considerable de dinero. El Sr. de Vere mantiene en su mano un frasco que contiene varias mariposas y un poco de algodón.

Chiste	Tipo	AD?	Comentario
Sr. de Vere: <i>Many people think the butterfly suffers, but the chloroform dulls its senses and it feels nothing. This way, it won't struggle when the</i> [de repente cambia su tono de voz, en una especie de actitud sádica] <i>pin punctures its body.</i>	Lengua (paralingüístico)	No aplicable	No aplicable
Sr. de Vere: <i>So, how's my film?</i> Doug: <i>The film? Oh, it's great. Yeah. Fully prepped. Friends become enemies and... enemies have sex with each other.</i>	Lengua	No aplicable	No aplicable
Mientras el Sr. de Vere y Doug hablan, Robby (el ayudante de Doug) trata de atrapar sin éxito algunas mariposas.	Imagen	No	El chiste se pierde.

Ejemplo 5

Escena: en casa de Joe. El equipo rueda una escena.

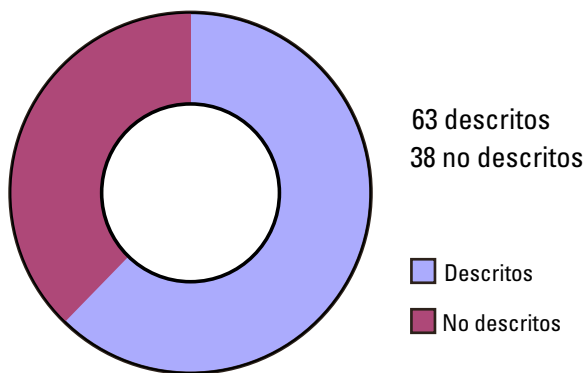
Chiste	Tipo	AD?	Comentario
El equipo rueda una escena erótica con Candy y Christi. Las dos actrices se encuentran en una habitación llena de luces que fluyen a través de las paredes. Vlad, el técnico de iluminación, se queda absorto mirando a las dos chicas y, sin darse cuenta, gira un mando que aumenta la potencia de las luces.	Imagen	<i>Vlad stares at them wide-eyed and absentmindedly turns the dial on a light dimmer.</i>	El chiste se mantiene.
Las luces estallan sonoramente debido a una sobrecarga. Las dos chicas gritan y saltan asustadas.	Sonido/ Imagen	<i>Suddenly lights pop and explode.</i>	La descripción se centra en el sonido (<i>pop</i>) y no tiene en cuenta la reacción de las chicas ante la explosión (visual).
Joe: <i>Hey, Bags, Bags, Bags, Bags!</i> [Señala a una placa en la pared, junto a una puerta. En la placa se puede leer "Head Films"] <i>It's like a sign.</i> Baggy: <i>It is a sign.</i>	Lengua/ Inserto	No aplicable/ <i>Head Films.</i>	No aplicable/ El chiste se mantiene.

3.3 Resultados

Los resultados del análisis ofrecen las siguientes cifras:

Gráfico 1. Recuento de chistes visuales descritos y no descritos.

Humor a través de la imagen (excluyendo insertos)
→ 101 momentos potencialmente humorísticos
(o chistes visuales):



A la luz de estos resultados, parece claro que la hipótesis inicial (es decir, que la mayor parte del trabajo de descripción se haría con las imágenes) queda confirmada, pero sólo en parte, ya que no siempre es posible describir las imágenes, sobre todo debido a las restricciones de tiempo. De hecho, un porcentaje notable de los 101 chistes visuales analizados se pierde (37,6%), ya que no se proporciona ninguna descripción.

En lo que se refiere a los insertos, y como ya se ha explicado, nuestro objetivo era centrarnos en el humor a través de la imagen, pero también hemos prestado

atención a los insertos potencialmente humorísticos (no a los meramente informativos), habida cuenta de su naturaleza visual. De un total de seis, cuatro fueron descritos. En otras palabras, casi el sesenta y siete por ciento de dichos insertos han sido descritos, un porcentaje ciertamente relevante.

3.4 Interpretación de los resultados

Con el fin de estructurar la interpretación de estos resultados retomaremos las indicaciones de Vercauteren.

¿Qué se debe describir? Ya vimos que Vercauteren dice que se deben describir las imágenes, ciertos sonidos y los insertos. En el caso del humor, podemos ser más precisos y abordar el asunto desde la perspectiva de las prioridades.⁹ En este sentido, la descripción de las imágenes y de los insertos con potencial humorístico, por un lado, y de los sonidos potencialmente humorísticos, por otro, parece ser una prioridad, ya que uno de los objetivos principales será mantener el posible humor, si nuestro propósito (o *skopos*) es mantener el carácter humorístico del producto audiovisual en cuestión.

¿Cuándo se debe describir? Recordemos la regla general: "las descripciones se insertan en los huecos o silencios entre diálogos" (Vercauteren, 2007, p. 143). Esto es también claramente aplicable a la AD del humor, incluso si esto significa perder elementos humorísticos. De hecho, esta regla puede constituir una seria restricción.

¿Cómo se debe describir? En cuanto a la sugerencia de Vercauteren en lo concerniente a la forma en que deben presentarse las descripciones, ajustar el estilo de la película y el público (es decir, en este caso, que la película siga siendo una comedia) parece ser el factor más relevante en lo que al humor se refiere.

¿Cuánto se debe describir? Ya vimos que parece necesario realizar nuevas investigaciones sobre este particular y que, por el momento, y como una especie de parámetro de partida, se debe describir todo lo que sea pertinente. Desde el punto de vista discursivo y funcional parece claro que, en una comedia, el humor será uno de los aspectos más relevantes que se describirán y que, por tanto, se mantendrán (asumiendo que no podrá ser al 100%, tal y como ocurre con otras modalidades como el doblaje o la subtitulación, donde también hay que asumir este tipo de pérdidas —microtextuales— como parte intrínseca de la actividad. Véase Martínez Sierra, 2009b).

4. Análisis pragmático

4.1 La teoría de la relevancia

Como se anunciaba al principio de este artículo, el segundo de los análisis que vamos a realizar es de naturaleza pragmática. Para ello recurriremos a la teoría de la relevancia, también conocida como el principio de relevancia, una teoría discursiva desarrollada por Sperber y Wilson. Una primera versión apareció en 1986, y desde entonces ha sido sometida a diferentes actualizaciones (véase, por ejemplo, Sperber y Wilson, 1995, 1998 y 2002; y Wilson y Sperber, 2002a y 2004). Aunque los autores desarrollaron este principio a partir de la máxima de relación del principio de cooperación de Grice,¹⁰ la propuesta de Sperber y Wilson no debe ser entendida como una extensión del trabajo de Grice, sino más bien como una teoría por sí sola y como una manera diferente de explicar la forma en la que nos comunicamos lingüísticamente (Reyes, 1996, p. 53).

Básicamente, cuando un emisor deja patente su intención de comunicar (comunicación ostensivo-inferencial), se crea una presunción de efecto adecuado por el mínimo procesamiento necesario (o, al menos, sin ningún tipo de esfuerzo de procesamiento no justificado), si lo que se pretende es obtener relevancia óptima. El receptor, por medio de la inferencia (es decir, el proceso mediante el cual otorgamos validez a un supuesto a partir de la validez de otro, Escandell, 1996, p. 111) tiene que discriminar entre lo que significan las palabras, imágenes o sonidos del emisor (*sentence meaning*) y lo que éste verdaderamente quiere significar (*utterance meaning*). Para que la comunicación se realice, el receptor usa el conocimiento adicional (supuestos contextuales), que se combina con el conocimiento existente (supuestos existentes) para interpretar lo que no está explícito y derivar efectos contextuales. El receptor, pues, aúna el significado lingüístico, visual o sonoro del enunciado y el conocimiento previo que comparte con el emisor para interpretar la intención comunicativa de éste. Este proceso requiere tiempo y esfuerzo pero, si la información es relevante, tiene una recompensa que consiste en una mejora o una modificación satisfactoria de nuestra representación del mundo.¹¹

4.2 Los efectos cognitivos

En el contexto de esta teoría, un input (una imagen, un sonido, un enunciado, un recuerdo, etc.) será relevante para un individuo cuando conecte con el conocimiento previo de dicho individuo y derive conclusiones pertinentes, en el sentido de que supongan un cambio significativo en la representación del mundo del individuo en cuestión. Dichas conclusiones son, en palabras de Sperber y Wilson, efectos contextuales. En las posteriores revisiones del planteamiento inicial de la teoría, los autores (véase, por ejemplo, su trabajo de 1995) se referirán a los efectos contextuales como efectos cognitivos (*cognitive effects*).

Respecto a los distintos tipos posibles de efectos cognitivos, pese a que Sperber y Wilson no parecen proponer una tipología exhaustiva, sí que establecen tres categorías iniciales:

- Perciben como el tipo más importante la implicación contextual (*contextual implication*), que definen como una conclusión deducible a partir de un input y del contexto de manera conjunta, pero no a partir de un input o del contexto de modo independiente (2002b, p. 251). Es decir, se trata de un nuevo supuesto que pasa a formar parte de nuestro inventario de supuestos existentes y que se crea a partir de la combinación de uno o varios supuestos existentes con uno o varios supuestos contextuales (nuestro entorno cognitivo).
- El segundo tipo que los autores proponen es el reforzamiento (*strengthening*), es decir, cuando la información nueva refuerza un supuesto ya existente (Sperber y Wilson, 1986, p. 109).
- La tercera categoría que establecen es la contradicción, que se da cuando la información nueva debilita los supuestos ya existentes o entra en contradicción con ellos, pudiendo incluso llegar a provocar su abandono (Sperber y Wilson, 1986, p. 109).

4.3 La teoría de la relevancia y el humor

Como afirma Vandaele (2002a, p. 230), “la relevancia ya no es un principio confinado únicamente al discurso serio”. Varios autores han seguido un enfoque lingüístico o discursivo a la hora de estudiar la traducción del humor, como por ejemplo Attardo y Raskin, 1991; Attardo, 1993, 1994, 2001 y 2002; Vandaele, 1999, 2001, 2002a y 2002b; y Yus, 1997 y 2003. Del mismo modo, la teoría de la relevancia ya ha sido aplicada al estudio del doblaje del humor (Martínez Sierra, 2004, 2005 y 2008).¹²

En el caso del humor, es necesaria una definición más amplia de recompensa, de modo que pueda incorporar las múltiples funciones del humor e incluir la recompensa que se manifiesta en forma de risa (externa o interna).¹³ Gracias a esta definición más amplia, podemos suponer

que la combinación de los supuestos existentes y contextuales y los efectos cognitivos que derivamos a partir de éstos tiene, en el caso del humor, una función innegable: la diversión.

4.4 Relevancia y AD

En pocas palabras, y de acuerdo con el principio de la relevancia, la comunicación puede ser entendida como una confluencia de un conjunto de supuestos existentes y de un conjunto de supuestos contextuales, de la que se deriva una serie de efectos cognitivos. Por lo tanto, la información antigua que ya tenemos (nuestro conocimiento previo del mundo) se combina con la nueva información que se nos da en el mismo momento del intercambio comunicativo. En una conversación, por ejemplo, la nueva información viene dada por los interlocutores, que se intercambian entre sí informaciones de este tipo. Una película doblada o subtitulada también puede considerarse una situación comunicativa (un intercambio comunicativo unidireccional), en la que los espectadores actúan como los receptores de la nueva información que se proporciona en la película a través de diálogos, sonidos e imágenes.

Pero, ¿qué ocurre en el caso de una película con audiodescripción? Por supuesto, tanto los supuestos existentes como los contextuales también van a interactuar. Sin embargo, dado que en este caso no podemos contar con las imágenes, ¿significa que la nueva información se proporcionará únicamente a través de los diálogos y de los sonidos? Cualquier definición de audiodescripción indicará que se trata de una práctica en la que un narrador o descriptor narra o describe todo lo que se puede ver y se considera pertinente, como ya se ha comentado. Así que la pregunta es: ¿es entonces tarea del narrador proporcionar la nueva información que en la versión no AD de una película proporcionaban las imágenes?

4.5 Aplicación de la teoría de la relevancia a la AD

La sección anterior terminaba con una pregunta, a la que trataremos de dar respuesta a continuación con tres ejemplos que nos servirán para ilustrar el modo en el que algunos de los conceptos discutidos anteriormente pueden aplicarse al análisis de la AD del humor. En esta ocasión, los ejemplos pertenecen a la película *Borat: Cultural Learnings of America for Make Benefit Glorious Nation of Kazakhstan*, comedia estadounidense dirigida por Larry Charles (2006). Se trata de un falso documental que narra la historia de Borat, un famoso periodista de Kazajistán que viaja a Estados Unidos para grabar un documental y aprender sobre su sistema político y sobre su cultura.

En cada ejemplo, aplicaremos la teoría de la relevancia, tanto a la versión original (VO) sin AD (es decir, no audiodescrita) como a la VO con AD (es decir, audiodescrita), e identificaremos y compararemos los elementos

pragmáticos en cada versión (es decir, los supuestos existentes y contextuales, además de los efectos cognitivos que puedan derivarse de su combinación). Asimismo, añadiremos una serie de comentarios sobre lo ocurrido.

Cabe señalar que, con el fin de desarrollar la lista de supuestos existentes y contextuales, así como de los efectos cognitivos, asumiremos el papel del espectador medio (o espectador ideal, en términos de Kovačič, 1995, p. 378). Del mismo modo, para el establecimiento de los supuestos existentes, partiremos de una asunción de igualdad de condiciones entre la audiencia AD y la no AD.¹⁴

Ejemplo 6

Contextualización	Inicio de la película. Borat nos muestra su pueblo y nos presenta a sus amigos y familiares.
Diálogo + AD	<i>Borat: This is my mother. She oldest woman in whole of Kuzcek. She is 43. I love her.</i> AD: <i>She looks about 90.</i>
Supuestos existentes (VO y AD)	<ol style="list-style-type: none"> 1) El pelo canoso y las arrugas son signos claros de envejecimiento. 2) Una persona que ha sido declarada <i>la persona de más edad en un lugar</i> debe ser bastante vieja. 3) La esperanza de vida en países subdesarrollados es bastante corta. 4) Los hijos generalmente quieren a sus madres.
Supuestos contextuales (VO)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Borat nos presenta a su madre, una mujer de pelo canoso, cuyo rostro está lleno de arrugas. 2) Borat dice que es la mujer más vieja del pueblo. 3) Borat dice que tiene 43 años. 4) Borat dice que la quiere.
Supuestos contextuales (AD)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Borat nos presenta a su madre. 2) Borat dice que es la mujer más vieja del pueblo. 3) Borat dice que tiene 43 años. 4) El narrador nos dice que aparenta tener 90 años. 5) Borat dice que la quiere.

Comentario: en la VO, cuando Borat nos presenta a su madre, podemos ver su rostro y notar las arrugas en el mismo, así como su pelo canoso (VO supuesto contextual –SC– 1). Por razones obvias, en la versión AD no podemos contar con los elementos visuales. Sin embargo, la voz del

narrador nos proporciona información sobre el aspecto de la mujer (AD SC 4), lo que constituye un claro ejemplo de cómo la narración nos puede proporcionar una (nueva) información clave para la posible derivación de humor y que en la VO venía dada por la imagen.

Efectos cognitivos (VO)	<p>1) La combinación del SC 1 (el aspecto de la mujer) y del SC 2 (el hecho de que ella sea la mujer más vieja del pueblo) provoca que el SC 3 (su edad: 43) contradiga los supuestos existentes (SE) 1 y 2 (las arrugas y las canas como signos de envejecimiento y la idea de que la persona de mayor edad en un pueblo deba ser bastante vieja, respectivamente).</p> <p>2) El SC 3 (la edad de la mujer: 43) y el SC 2 (el hecho de que sea la mujer más vieja del pueblo) refuerzan el SE 3 (la corta esperanza de vida en los países subdesarrollados).</p> <p>3) El SC 4 (Borat diciendo que quiere a su madre) refuerza el SE 4 (la idea de que los hijos quieren a sus madres).</p>
Efectos cognitivos (AD)	<p>1) Al combinar el SC 1 y el SC 4 (el aspecto de la mujer) con el SC 2 (el hecho de que sea la mujer más vieja del pueblo), el SC 3 (su edad: 43) contradice el SE 1 y el SE 2 (las arrugas y el pelo canoso como signos de envejecimiento y la idea de que la persona de mayor edad en un pueblo deba ser bastante vieja, respectivamente).</p> <p>2) El SC 3 (su edad: 43) y el SC 2 (el hecho de que sea la mujer más vieja del pueblo) refuerzan el SE 3 (la corta esperanza de vida en los países subdesarrollados).</p> <p>3) El SC 5 (Borat diciendo que quiere a su madre) refuerza el SE 4 (la idea de que los hijos quieren a sus madres).</p>

Comentario: en ambas versiones los efectos cognitivos que pueden derivarse son básicamente los mismos (a excepción de una ligera diferencia en cuanto a la disposición de los distintos supuestos), lo cual no es sorprendente, ya que en ambos casos partimos de la combinación de los mismos supuestos existentes y contextuales.

Ejemplo 7

Contextualización	Inicio de la película. Borat nos muestra su pueblo y nos presenta a sus amigos y familiares.
Diálogo + AD	<p>Borat: <i>This is Natalya.</i> AD: <i>He and the cheap looking blonde kiss with tongues and everything.</i> Borat: <i>She is my sister. She is number four prostitute in all of Kazakhstan. Nice!</i></p>
Supuestos existentes (VO y AD)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Los hermanos y hermanas no se dan besos franceses. 2) Borat vive en un país pobre y subdesarrollado. 3) Las prácticas culturales de los países desarrollados y subdesarrollados pueden variar sustancialmente. 4) En términos generales, la prostitución no se considera un trabajo deseable.
Supuestos contextuales (VO)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Borat nos presenta a una chica llamada Natalya. 2) Se dan un beso francés. 3) Borat nos dice que Natalya es su hermana. 4) Borat nos dice que ella ocupa el cuarto lugar en una especie de <i>ranking</i> nacional de prostitutas. 5) Natalya muestra un trofeo y sonríe. 6) Borat se muestra orgulloso y dice "Nice!".
Supuestos contextuales (AD)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Borat nos presenta a una chica llamada Natalya. 2) El narrador nos dice que se dan un beso francés. 3) Borat nos dice que Natalya es su hermana. 4) Borat nos dice que ella ocupa el cuarto lugar en una especie de <i>ranking</i> nacional de prostitutas. 5) Borat se muestra orgulloso y dice "Nice!".

Comentario: el modo en el que el SC 2 se nos ofrece en ambas versiones constituye otro claro ejemplo de cómo el narrador puede proporcionarnos una nueva información que en la VO venía dada por la imagen. Mientras que en la VO podemos ver cómo se dan un beso, en la versión AD se nos dice que se besan y cómo lo hacen. De esa manera, se pone a disposición de ambas audiencias la misma información. Por otro lado, el SC 5 de la VO se pierde en la versión AD, simplemente porque en la primera dicho supuesto se nos proporciona a través de una imagen, que no se audiodescribe en la versión AD (probablemente debido a la falta de tiempo). Ante esta situación, la pregunta que surge es: el hecho de que el citado SC no se dé en la versión AD, ¿afecta al resultado pragmático y humorístico global de la versión AD? Veamos los diferentes efectos cognitivos de ambas versiones.

Efectos cognitivos (VO)	<p>1) El SC 2 y el SC 3 (el hecho de que Borat y su hermana se den un beso francés y que éste nos cuente que ella es su hermana, respectivamente) contradicen el SE 1 (la idea de que los hermanos y hermanas no se dan este tipo de besos).</p> <p>2) El SC 2 y el SC 3 (el hecho de que Borat y su hermana se den un beso francés y que éste nos cuente que ella es su hermana, respectivamente) refuerzan el SE 2 (los orígenes de Borat) y el SE 3 (la idea de que distintos países pueden tener prácticas culturales diferentes).</p> <p>3) El SC 4 (el <i>ranking</i> de prostitutas), el SC 5 (Natalya mostrando un trofeo y sonriendo) y el SC 6 (Borat mostrando su orgullo) contradicen el SE 4 (las connotaciones negativas de la prostitución).</p>
Efectos cognitivos (AD)	<p>1) El SC 2 y el SC 3 (el hecho de que Borat y su hermana se den un beso francés y que éste nos cuente que ella es su hermana, respectivamente) contradicen el SE 1 (la idea de que los hermanos y hermanas no se dan este tipo de besos).</p> <p>2) El SC 2 y el SC 3 (el hecho de que Borat y su hermana se den un beso francés y que éste nos cuente que ella es su hermana, respectivamente) refuerzan el SE 2 (los orígenes de Borat) y el SE 3 (la idea de que distintos países pueden tener prácticas culturales diferentes).</p> <p>3) El SC 4 (el <i>ranking</i> de prostitutas) y el SC 5 (Borat mostrando su orgullo) contradicen el SE 4 (las connotaciones negativas de la prostitución).</p>

Comentario: teniendo en cuenta los efectos cognitivos derivados en ambas versiones, el hecho de que el SC 5 de la VO no se dé en la versión AD no parece afectar gravemente al resultado final. Los efectos 1 y 2 son los mismos en ambas versiones. Respecto al efecto 3, se trata de una contradicción que en la VO se genera a partir de la combinación de tres SC (4, 5 y 6). En la versión AD, la contradicción sigue siendo posible, si bien es cierto que es fruto de la combinación de sólo SC (4 y 5). Por lo tanto, parece razonable asumir que el humor estará presente en ambas versiones, aunque quizás en un grado diferente (sería necesario un estudio de recepción para analizar el efecto humorístico real que cada versión puede producir).

Ejemplo 8

Contextualización	Borat ya ha llegado a los Estados Unidos. Se hospeda en un hotel por primera vez en su vida.
Diálogo + AD	<p>AD: <i>At the hotel.</i> Borat: <i>Everybody say U.S.A. television much better but this I watched for three fours, do not change.</i> Empleado del hotel: <i>There's a remote control right here. Press these two arrows to change the channel.</i></p>
Supuestos existentes (VO y AD)	<p>1) Por lo general, hay un aparato de televisión en las habitaciones de un hotel. 2) La pantalla de televisión a veces muestra un mensaje informativo de bienvenida. 3) Los mandos a distancia se pueden utilizar para cambiar de canal. 4) Los huéspedes de un hotel puede pedir ayuda en caso de problemas. 5) Borat proviene de un país subdesarrollado.</p>
Supuestos contextuales (VO)	<p>1) Un empleado del hotel va a la habitación de Borat. 2) Borat se queja de que ha estado viendo el mismo programa durante horas. 3) Se nos muestra la pantalla del televisor, que muestra información acerca del horario del servicio de desayunos. 4) El empleado del hotel sugiere a Borat que use el mando a distancia y le explica cómo funciona.</p>

Supuestos contextuales (AD)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Un empleado del hotel va a la habitación de Borat. 2) Borat se queja de que ha estado viendo el mismo programa durante horas. 3) El empleado del hotel sugiere a Borat que use el mando a distancia y le explica cómo funciona.
-----------------------------	--

Comentario: el SC 3 de la VO no está presente en AD. La razón es que se trata de una información proporcionada por la imagen para la cual no hay ninguna audiodescripción porque no hay tiempo para ello. Una vez más, la pregunta es: el hecho de que este SC no se dé en la versión AD, ¿afecta al resultado pragmático y humorístico global de dicha versión? Veamos los diferentes efectos cognitivos.

Efectos cognitivos (AD)	<ol style="list-style-type: none"> 2) Parte del SC 2 (Borat quejándose de ver el mismo programa) refuerza el SE 1 (la existencia de televisores en las habitaciones de un hotel). 3) Parte del SC 2 (Borat quejándose de ver el mismo programa) y el SC 3 (el empleado que explica a Borat cómo utilizar el mando a distancia) refuerzan el SE 5 (los orígenes de Borat) y el SE 3 (la utilidad de los mandos a distancia).
-------------------------	---

Comentario: en esta ocasión, la respuesta a la pregunta que se formulaba parece ser afirmativa. En el VO, el SC 3 es crucial para entender el chiste (básicamente, que Borat ha estado viendo el mismo contenido durante horas, pensando que era un programa de televisión, cuando en realidad se trataba únicamente de información sobre el horario del servicio de desayunos). El SC 3 de la VO hace posible que se puedan derivar los efectos cognitivos 3 y 5. Puesto que el SC 3 no se da en la versión AD (ya que no se audiodescribe), podemos deducir que estos dos efectos no serán posibles en dicha versión, lo que afectará negativamente al posible resultado humorístico. Por lo tanto, si la pregunta es si la versión AD de este segmento es relevante, la respuesta será que sí, ya que se pueden derivar tres efectos, aunque también es cierto que, en comparación con la VO, un esfuerzo de procesamiento, a priori, equivalente tiene como resultado menos efectos, por lo que el grado de relevancia que se pueda lograr será menor. Pero si la pregunta es si la versión AD conserva el potencial humorístico, la respuesta será que no, ya que se pierden los dos efectos que son clave para que el humor pueda ser posible.

Efectos cognitivos (VO)	<ol style="list-style-type: none"> 1) El SC 1 (el empleado que va a la habitación de Borat) refuerza el SE 4 (en caso de necesidad, se puede obtener ayuda en un hotel). 2) Parte del SC 2 (Borat quejándose de ver el mismo programa) refuerza el SE 1 (la existencia de televisores en las habitaciones de un hotel). 3) Parte del SC 2 (Borat quejándose de ver el mismo programa) y el SC 3 (el aparato de televisión que muestra un mensaje que incluye información acerca del horario del servicio de desayunos) refuerzan el SE 5 (los orígenes de Borat). 4) Parte del SC 2 (Borat quejándose de ver el mismo programa) y el SC 4 (el empleado que explica a Borat cómo utilizar el mando a distancia) refuerzan el SE 5 (los orígenes de Borat) y el SE 3 (la utilidad de los mandos a distancia). 5) El SC 3 (el aparato de televisión que muestra un mensaje que incluye información acerca del horario del servicio de desayunos) refuerza el SE 2 (la idea de que estos televisores pueden mostrar mensajes informativos de bienvenida).
Efectos cognitivos (AD)	<ol style="list-style-type: none"> 1) El SC 1 (el empleado que va a la habitación de Borat) refuerza el SE 4 (en caso de necesidad, se puede obtener ayuda en un hotel).

5. Conclusiones

A partir de lo analizado en nuestro doble escrutinio es posible extraer algunas conclusiones generales acerca de la AD del humor. En primer lugar, al menos en el caso del humor, la AD se lleva a cabo principalmente con las imágenes, aunque no sólo con éstas. Ya hemos comentado que autores como Vercauteren justifican la descripción de sonidos cuando éstos no son fáciles de identificar. Desde el punto de vista del humor, se podría argumentar que los sonidos también se deben describir cuando el humor se basa en ellos y se hace necesaria alguna descripción para no correr el riesgo de perderlo (incluso aunque se puedan identificar).

En esta misma línea, es notable también el porcentaje (67%) de insertos potencialmente humorísticos (elementos gráficos, según la terminología de Martínez Sierra, 2008) que han sido audiodescritos, prueba de la

importancia que este tipo de elementos tiene también en la posible generación de humor para un público AD. Se desprende, asimismo, que mantener el humor puede ser considerada una prioridad de primer orden.

Por otro lado, las restricciones de tiempo serán cruciales. La regla general de la utilización de las lagunas o silencios entre los diálogos para insertar las descripciones puede acarrear serias restricciones, que pueden, a su vez, imposibilitar la generación de efectos cognitivos claves para la posible producción de humor.

De hecho, estas restricciones pueden ser tan fuertes como para provocar una pérdida significativa del humor (de hasta un 37,6%, tal y como arroja nuestro primer análisis). Sin embargo, el alto porcentaje de chistes visuales perdidos no debería desanimarnos de audiodescribir comedias. Una vez que adoptamos una concepción amplia de la película como un todo organizado de elementos interrelacionados, la AD del humor deja de ser una quimera.¹⁵ En el caso del doblaje, por ejemplo, todos los elementos humorísticos trabajan juntos y se compensan entre sí, y esta misma lógica parece totalmente aplicable al caso de la AD, como prueba el hecho de que los diferentes elementos pragmáticos (supuestos existentes y contextuales) trabajen al unísono para lograr la máxima relevancia posible. Tengamos en cuenta que, después de todo, la audiencia de un producto audiodescrito está expuesta no sólo a una descripción, sino también a los sonidos y al diálogo; es decir, a toda una película entendida como un texto audiovisual. Autores como Orero y Wharton (2007, p. 168) sugieren que la narración de una AD no es parte de la película, lo cual tiene sentido siempre y cuando se considere a la narración como una unidad separada del resto de elementos que componen una filme. Sin embargo, otra perspectiva parece posible: la película audiodescrita concebida como un todo interconectado (diálogos, sonidos y descripción, todos capaces de ofrecerle al receptor diferentes supuestos contextuales).

En este último sentido, un análisis discursivo como el llevado a cabo en la segunda parte de este trabajo pone de manifiesto el papel de la figura del narrador como proveedor de la nueva información (los supuestos contextuales) necesaria para que el proceso de inferencia pueda tener éxito y, por tanto, para la posible producción de humor. Por supuesto, al igual que ocurre en otras modalidades de traducción audiovisual, el tiempo puede ser un factor restrictivo, y el papel de este proveedor de nueva información puede verse afectado negativamente o incluso impedido por dicha falta de tiempo para incluir la audiodescripción de un determinado elemento visual.

En otro orden de cosas, y respecto a las posibilidades de investigación futura, hemos de partir de la idea de que, cuantitativamente, la AD es una modalidad cuya (necesaria) demanda es cada vez mayor. Ahora bien, los aspectos de la audiodescripción en espera de ser tratados son numerosos, y uno de ellos tiene que ver con el manejo del

humor. Diferentes enfoques como los propuestos en este artículo pueden contribuir a llenar las posibles lagunas existentes en la comprensión de esta práctica.

Son necesarios más estudios cuantitativos y cualitativos para que esta modalidad se convierta en una práctica bien definida. A continuación, algunas preguntas y sugerencias para futuras investigaciones sobre la AD del humor:

En cuanto a la descripción de los sonidos, ya hemos indicado que autores como Vercauteren consideran que debemos describir aquellos sonidos que sean difíciles de identificar (en el caso del humor, especialmente si funcionan como elementos humorísticos). Sin embargo, una pregunta viene a la mente: ¿cómo podemos evaluar la dificultad de un sonido? ¿Es una cuestión de mero sentido común? ¿Sería posible desarrollar un catálogo jerárquico de este tipo de sonidos?

Hemos visto que, en general, se acepta que el agente de AD describirá imágenes. También se ha señalado que autores como Vercauteren creen que la descripción de los sonidos a veces puede ser necesaria, como acabamos de recordar. Sin embargo, en los casos en que se usan los verbos onomatopéyicos (como pop, véase el ejemplo 5), ¿hasta qué punto podemos decir que realmente estamos describiendo una imagen humorística y no un sonido gracioso?

Autores como Orero y Wharton (2007, p. 168) sugieren que “el lenguaje de la AD deber ser un discurso neutral escrito para ser leído en voz alta y narrado”. Pero la pregunta es: ¿puede el humor ser neutral? Por otra parte, también mencionan que “la narrativa de la AD no es una parte intrínseca del filme, de su argumento o de sus personajes, y debe, por tanto, mantenerse distante de todo ello”. Pero en aquellos casos en los que el humor reside en una imagen, ¿cuánto puede distanciarse la descripción sin perder el factor humorístico? Además, si aceptamos que 1) el objetivo principal de una película cómica es producir risa en su conjunto y que 2) parte de esa risa se generará a partir de los elementos visuales, ¿es conveniente separar una parte esencial (la AD de las imágenes) del texto audiovisual y abordarla como si de un mensaje independiente se tratara? ¿Cómo puede afectar a la eficacia humorística del texto (la película) en conjunto? Asimismo, si la AD debe ser considerada como parte de la TAV, ¿no debería ceñirse a los mismos estándares que el resto de modalidades de TAV, en el sentido de considerar una película humorística audiodescrita como una unidad de elementos interrelacionados (básicamente, palabras, sonidos e imágenes audiodescritas), al igual que sucede en el caso de las películas dobladas o subtituladas? En caso de que la respuesta a esta última pregunta sea afirmativa, ¿podría ser útil desarrollar (o adaptar) una taxonomía de elementos potencialmente humorísticos en AD, tal y como se ha hecho en el caso de otras modalidades audiovisuales como el doblaje?¹⁶ Dicha taxonomía podría basarse en una discriminación inicial entre:

- Elementos relacionados con la lengua.
- Elementos relacionados con el sonido.
- Elementos relacionados con la imagen.

Una vez que tuviéramos dicha taxonomía, sería posible cuantificar y comparar los elementos humorísticos en las versiones AD y no AD de una película, de modo que se pudieran obtener más datos sobre cómo viaja el humor en esta modalidad.

Del mismo modo, podrían llevarse a cabo estudios de recepción para poner a prueba material humorístico audiodescrito y ver qué nivel de éxito real (relevancia óptima) se obtiene, en forma de efecto humorístico en el espectador. En esta misma línea, podría ser útil comparar la recepción de la versión AD de una comedia por parte de una audiencia AD con la recepción de la versión no-AD de esa misma película por parte de un público no-AD.

Estas diferentes propuestas podrían aplicarse a diferentes películas y, por tanto, a un corpus más amplio, de modo que pudiera ser posible identificar tendencias o incluso normas operacionales en la AD del humor.

Por último, y conectando con la filosofía de trabajo sugerida por Romero Fresco (2013) y su planteamiento de cine accesible (accesible filmmaking), no podemos dejar de nombrar la necesidad de empezar a implementar enfoques accesibles desde el minuto uno de la grabación de cualquier programa audiovisual de naturaleza humorística, sin esperar a que el producto esté finalizado de manera estándar para llevar a cabo la audiodescripción del mismo.

Notas

- ¹ Todas las citas en otro idioma han sido traducidas por el autor.
- ² Como explica Jakobson (1984, p. 69): “La traducción intralingüística o reformulación [...] es una interpretación de los signos verbales mediante otros signos de la misma lengua. La traducción interlingüística o traducción propiamente dicha [...] es una interpretación de los signos verbales mediante cualquier otra lengua. La traducción intersemiótica o transmutación [...] es una interpretación de los signos verbales mediante los signos de un sistema no verbal”. Véase también Jakobson (1960).
- ³ A diferencia de intralingüística (véase Bourne y Jiménez Hurtado, 2007). Hoy en día es práctica común realizar audiodescripciones intralingüísticas, si bien se podría predecir que en un futuro no muy lejano podría ser un hecho la importación de películas audiodescritas en otro idioma y que, en lugar de generar una nueva audiodescripción para el mercado meta, se proceda a la traducción (o adaptación) de la pista audiodescrita original, al menos en países como España, donde no es extraño encontrarse versiones subtituladas al español que no han partido del guión origen, sino de la versión traducida para doblaje. Además, como Díaz Cintas (2008, p. 8) explica “un nuevo tipo de AD está también tomando forma con el desarrollo de la subtitulación de audio en países donde la mayoría de los programas se transmiten o muestran en un idioma extranjero”.
- ⁴ No entraremos aquí en el debate narración/descripción (Vercauteren, 2007, por ejemplo, habla de descripciones, mientras que Benecke, 2004, de narraciones).

- ⁵ Decimos potencialmente humorísticos puesto que, para saber si finalmente lo fueron, sería preciso un estudio de recepción. No entraremos aquí en el terreno de los efectos.
- ⁶ La lista de ejemplos proporcionada no pretende ser exhaustiva y sólo se debe considerar como una ilustración representativa de las diferentes posibilidades detectadas en el análisis del filme.
- ⁷ Serían cruciales en un estudio sobre la traducción de esta película para el doblaje o la subtitulación.
- ⁸ Por chiste entenderemos “todo aquello que deliberadamente o no, implícita o explícitamente, produzca humor o intente producirlo, ya sea de modo verbal o no-verbal, transmitido de forma acústica o de forma visual”, y tal como se avanzaba antes “la manera en la que dicho humor se manifieste en el receptor es otra cuestión” (Martínez Sierra, 2008, p. 118).
- ⁹ Véase el modelo de prioridades y restricciones de Zabalbeascoa (1994).
- ¹⁰ Básicamente, hacer que tu contribución conversacional se ajuste a lo requerido y que sea, por tanto, relevante (Grice, 1989). Véase también Grice (1975).
- ¹¹ Esta descripción sucinta de la teoría de la relevancia resulta suficiente para los fines y el alcance del presente artículo. Para una discusión más profunda, véase Sperber y Wilson, 1986, 1995, 1998 y 2002; Wilson y Sperber, 2002a, 2002b y 2004; Blakemore, 1992; Escandell, 1996; Viaggio, 1996, entre otros.
- ¹² Estas obras contribuyen a la idea de que dentro de la disciplina pragmática es posible encontrar herramientas válidas para el análisis del humor en material audiovisual.
- ¹³ Vandaele (1999, p. 237) habla, por un lado, de risa física o sonrisa y, por otro, de un “sentimiento ‘interno’ cercano a la risa”.
- ¹⁴ Este grado de generalización es necesario, habida cuenta de la amplia casuística posible y el alcance del presente artículo.
- ¹⁵ Como Chaves (2000, pp. 59-60) explica, una película es un conjunto organizado en el que cualquier operación sobre cualquier secuencia puede afectar a la totalidad del texto. Del mismo modo, obras como la de Martínez Sierra (2008) evidencian cómo los diferentes elementos humorísticos funcionan de manera conjunta.
- ¹⁶ Véase Martínez Sierra (2008).

Referencias

- Agost, R. (1999), Traducción y doblaje: palabras, voces e imágenes, Barcelona, Ariel.
- Álvarez, E. y C. Lucas (2009), Técnicas de audiodescripción para invidentes, Sevilla, Universidad de Sevilla.
- Arampatzis, C. (2011), La traducción de la variación lingüística en textos audiovisuales de ficción humorística: dialectos y acentos en la comedia de situación estadounidense doblada al castellano, tesis doctoral, Las Palmas de Gran Canaria, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Attardo, S. (1993), “Violation of conversational maxims and cooperation: the case of Jokes”, *Journal of Pragmatics*, vol. 19, núm. 6, pp. 537-558.
- Attardo, S. (1994), *Linguistic theories of humor*, Nueva York, Mouton de Gruyter.
- Attardo, S. (2001), “Humor and irony in interaction: from mode adoption to failure of detection”, en L. Anolli y otros (eds.), *Say not to say: new perspectives on miscommunication*, Ámsterdam, IOS Press, pp. 165-185.
- Attardo, S. (2002), “Translation and humour: an approach based on the general theory of verbal humour (GTVH)”, *The Translator*, vol. 8, núm. 2, pp. 173-194.

- Attardo, S. y V. Raskin (1991), "Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model", *Humor*, vol. 4, núm. 3 y 4, pp. 293-347.
- Benecke, B. (2004), "Audio-description", *Meta*, vol. 49, núm. 1, pp. 78-80.
- Blakemore, D. (1992), *Understanding utterances*, Massachusetts, Blackwell Publishers.
- Botella, C. (2010), *El intertexto audiovisual y su traducción: referencias cinematográficas paródicas en Family Guy*, tesis doctoral, Alicante, Universidad de Alicante.
- Bourne, J. y C. Jiménez-Hurtado (2007), "From the visual to the verbal in two languages: a contrastive analysis of the audio description of *The Hours* in English and Spanish", en J. Díaz Cintas y otros (eds.), *Media for all: subtitling for the deaf, audio description and sign language*, Ámsterdam, Rodopi, pp. 175-187.
- Braun, S. (2007), "Audio description from a discourse perspective: a socially relevant framework for research and training", *Linguistica Antverpiensia NS*, vol. 6, pp. 357-369.
- Braun, S. (2011), "Creating coherence in audio description", *Meta*, vol. 56, núm. 3, pp. 645-662.
- Caprara, G. y A. Sisti (2011), "Variación lingüística y traducción audiovisual (el doblaje y subtitulado en *Gomorra*)", *AdVersus*, vol. VIII, núm. 21, pp. 150-169.
- Chaume, F. (2004), *Cine y traducción*, Madrid, Cátedra.
- Chaves, M. J. (2000), *La traducción cinematográfica. El doblaje*, Huelva, Universidad de Huelva.
- Chiaro, D. (2000), "Servizio completo? On the (un)translatability of puns on screen", en R. M. Bollettieri y otros (eds.), *La traduzione multimediale. Quale traduzione per quale testo?*, Bolonia, CLUEB, pp. 27-42.
- Chiaro, D. (2003), "The implications of the quality of translated verbally expressed humour and the success of big screen comedy", *Antares*, vol. VI, pp. 14-20.
- Chiaro, D. (2006), "Verbally expressed humour on screen: reflections on translation and reception", *JoSTrans*, núm. 6, pp. 198-208.
- Chiaro, D. (2007), "The effect of translation on humour response: the case of dubbed comedy in Italy", en Y. Gambier y otros (eds.), *Doubts and directions in translation studies*, Ámsterdam-Filadelfia, John Benjamins, pp. 137-152.
- Cinquemani, V. (2013), *Análisis descriptivo y contrastivo de la subtitulación del humor en la nueva comedia italiana. El caso de Ex, Maschi contro Femmine y Femmine contro Maschi*, tesis de máster, Castellón, Universidad Jaume I.
- Díaz Cintas, J., ed. (2008), *The didactics of audiovisual translation*, Ámsterdam-Filadelfia, John Benjamins.
- Díaz Cintas, J., P. Orero y A. Remael, eds. (2007), *Media for all: subtitling for the deaf, audio description and sign language*, Ámsterdam, Rodopi.
- Escandell, M. V. (1996), *Introducción a la pragmática*, Barcelona, Ariel.
- Frazier, G. (1975), *The autobiography of Miss Jane Pittman: an all-audio adaptation of the teleplay for the blind and visually handicapped*, San Francisco, San Francisco State University.
- González, M. P. (2010), *The translation of recent digital animated movies: the case of DreamWorks' films Antz, Shrek, Shrek 2 and Shark Tale*, tesis doctoral, Aragón, Universidad de Zaragoza.
- Grice, H. P. (1975), "Logic and conversation", en P. Cole y J. L. Morgan (eds.), *Syntax and semantics*, vol. 3, *Speech acts*, Nueva York, Academic Press cop., pp. 41-58.
- Grice, H. P. (1989), *Studies in the ways of words*, Cambridge, Harvard University Press.
- Jakobson, R. (1960), "Closing statement: linguistics and poetics", en T. Sebeok (ed.), *Style and language*, Cambridge-Massachusetts, MIT Press, pp. 350-377.
- Jakobson, R. (1984), *Ensayos de lingüística general*, Ariel, Barcelona.
- Jankowska, A. (2009), "Translating humor in dubbing and subtitling", *Translation Journal*, vol. 13, núm. 2, en <<http://www.translationjournal.net/journal/48humor.htm>> [fecha de consulta: 2 de julio de 2014].
- Kovačič, I. (1995), "Reception of subtitles: the non-existent ideal viewer", en Y. Gambier (ed.), *Audiovisual communication and language transfers*, Sint-Amandsverg, FIT, pp. 376-383.
- Martínez Sierra, J. J. (2004), *Estudio descriptivo y discursivo de la traducción del humor en textos audiovisuales. El caso de Los Simpson*, Castellón, tesis doctoral, Universidad Jaume I.
- Martínez Sierra, J. J. (2005), "La relevancia como herramienta para el análisis de la traducción del humor audiovisual: su aplicación al caso de Los Simpson", *Interlingüística*, vol. 15, núm. 2, pp. 927-936.
- Martínez Sierra, J. J. (2008), *Humor y traducción. Los Simpson cruzan la frontera*, Castellón de la Plana, Universidad Jaume I.
- Martínez Sierra, J. J. (2009a), "The relevance of humour in audio description", *Intralinea*, vol. 11, en <http://www.intralinea.org/archive/article/The_Relevance_of_Humour_in_Audio_Description> [fecha de consulta: 1 de julio de 2014].
- Martínez Sierra, J. J. (2009b), "Doblar o subtitular el humor, esa no es la cuestión", *JosTRans*, núm. 12, pp. 180-198.
- Martínez Sierra, J. J. (2010), "Approaching the audio description of humour", *Entreculturas*, vol. 2, pp. 87-103.
- Martínez Tejerina, A. (2008), *La traducción para el doblaje del humor basado en la polisemia*, tesis doctoral, Alicante, Universidad de Alicante.
- Martínez Tejerina, A. (2012), "La interacción de los códigos en doblaje: juegos de palabras y restricciones visuales", *MonTI*, vol. 4, pp. 155-180.

- Neves, J. (2012), "A multi-sensory approaches to (audio) describing visual art", *MonTI*, vol. 4, pp. 277-293.
- Orero, P. (2005), "Audio description: professional recognition, practice and standards in Spain", *Translation Watch Quarterly*, vol. 1, pp. 7-18.
- Orero, P. (2007), "Sampling audio description in Europe", en J. Díaz Cintas y otros (eds.), *Media for all: subtitling for the deaf, audio description and sign language*, Ámsterdam, Rodopi, pp. 111-125.
- Orero, P. y S. Wharton (2007), "The audio description of a spanish phenomenon: Torrente 3", *JoSTrans*, núm. 7, pp. 164-178.
- Pelegrina, Z. (2013), *La traducción del humor en el doblaje y en la subtitulación: el caso del personaje de Gloria en la serie Modern Family*, Castellón de la Plana, tesis de máster, Universidad Jaume I.
- Perego, E., ed. (2012), *Emerging topics in translation: audio description*, Trieste, EUT Edizioni Università di Trieste.
- Remael, A. (2012), "Audio description with audio subtitling for dutch multilingual films: manipulating textual cohesion on different levels", *Meta*, vol. 57, núm. 2, pp. 385-407.
- Reyes, G. (1996), *El abecé de la pragmática*, Madrid, Arco Libros.
- Romero, P. (2013), "Accessible filmmaking: joining the dots between audiovisual translation, accessibility and filmmaking", *JoSTrans*, núm. 20, pp. 201-223.
- Snyder, J. (2008), "Audio description. The visual made verbal", en J. Díaz Cintas (ed.), *The didactics of audiovisual translation*, Ámsterdam-Filadelfia, John Benjamins, pp. 191-198.
- Snyder, J. (2014), *The visual made verbal: a comprehensive training manual and guide to the history and applications of audio description*, Indianapolis, Dog Ear Publishing.
- Sperber, D. y D. Wilson (1986), *Relevance: communication and cognition*, Cambridge, Harvard University Press.
- Sperber, D. y D. Wilson (1995), "Epilogue to the second edition", *Relevance: communication and cognition*, Oxford, Blackwell.
- Sperber, D. y D. Wilson (1998), "The mapping between the mental and the public lexicon", en P. Carruthers y J. Boucher (eds.), *Language and thought: interdisciplinary themes*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 184-200.
- Sperber, D. y D. Wilson (2002), "Pragmatics, modularity and mind-reading", *Mind & Language*, vol. 17, núm. 1 y 2, pp. 3-23.
- Toury, G. (1995), *Descriptive translation studies and beyond*, Ámsterdam-Filadelfia, John Benjamins.
- Vandaele, J. (1999), "'Each time we laugh.' Translated humour in screen comedy", en J. Vandaele (ed.), *Translation and the (re)location of meaning*, Lovaina, CETRA, pp. 237-272.
- Vandaele, J. (2001), "Si sérieux s'abstenir. Le discours sur l'humour traduit", *Target*, vol. 13, núm. 1, pp. 29-44.
- Vandaele, J. (2002a), "Humor mechanisms in film comedy: incogruity and superiority", *Poetics Today*, vol. 23, núm. 2, pp. 221-249.
- Vandaele, J. (2002b), "(Re)Constructing humour: meanings and means. Introduction", en J. Vandaele (ed.), *Translating humour*, vol. 8, núm. 2, Mánchester, St. Jerome Publishing, pp. 149-172.
- Vercauteren, G. (2007), "Toward a european guideline for audio description", en J. Díaz Cintas y otros (eds.), *Media for all: subtitling for the deaf, audio description and sign language*, Ámsterdam, Rodopi, pp. 139-149.
- Viaggio, S. (1996), "The pitfalls of metalingual use in simultaneous interpreting", en D. Delabastita (ed.), *The translator: studies in intercultural communication*, Mánchester, St. Jerome, pp. 179-198.
- Wilson, D. y D. Sperber (2002a), "Truthfulness and relevance", *Mind*, vol. 111, núm. 443, pp. 583-632.
- Wilson, D. y D. Sperber (2002b), "Relevance theory", *UCL Working Papers in Linguistics*, núm. 14, pp. 249-287.
- Wilson, D. y D. Sperber (2004), "Relevance theory", en G. Ward y L. R. Horn (eds.), *Handbook of pragmatics*, Óxford, Blackwell, pp. 607-632.
- Yus, F. (1997), "La teoría de la relevancia y la estrategia humorística de la incongruencia-resolución", *Pragmalingüística*, vol. 3, núm. 4, pp. 497-508.
- Yus, F. (2003), "Humor and the search for relevance", *Journal of Pragmatics*, vol. 35, núm. 9, pp. 1295-1331.
- Zabalbeascoa, P. (1993), *Developing translation studies to better account for audiovisual texts and other new forms of text production*, tesis doctoral, Lleida, Universidad de Lleida.
- Zabalbeascoa, P. (1994), "The P-R model of translation", ponencia, First International Conference on Linguistics, Literature and Translation, Yarmouk University, 4 a 7 de abril.
- Zabalbeascoa, P. (1996), "Translating jokes for dubbed television situation comedies", en D. Delabastita (ed.), *The translator: studies in intercultural communication 2*, Mánchester, St. Jerome, pp. 235-257.

Recibido: 11 agosto 2014

Aceptado: 25 noviembre 2014

* *Juan José Martínez Sierra*

Doctor en Traducción. Actualmente imparte clases de traducción escrita y audiovisual y de lengua inglesa en la Universitat de València, España. Se ha especializado en el estudio de la traducción audiovisual desde una perspectiva intercultural, y ha prestado especial atención a la traducción del humor en textos audiovisuales. <juan.j.martinez@uv.es >.

Imagen de inicio:

Captura tomada de la película *Borat*, dirigida por Larry Charles (2006). Recuperada de Netflix [fecha de consulta: 3 de marzo de 2015].

Cómo citar este artículo:

Martínez Sierra, Juan José (2015), "La audiodescripción del humor. Un enfoque descriptivo y pragmático", *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, núm. 35, marzo-abril, pp. 59-74, en <<http://version.xoc.uam.mx/>>.