

La traducción del contenido musical en producciones audiovisuales para adolescentes: entrevistas y encuestas a los agentes involucrados

The Translation of Musical Content in Teen Audiovisual Productions: Interviews and Surveys to the Agents Involved

Belén Cruz-Durán  0000-0002-7828-1100

Universidad de Málaga

RESUMEN

Franzon (2005, 2008, 2015) y Low (2003a, 2003b, 2005, 2008, 2013) sentaron las bases en la investigación de la traducción de canciones y apuntaban a una necesidad acuciante de realizar análisis más exhaustivos. Por ello, se ha considerado de interés estudiar el proceso traductor desde su origen, preguntando directamente a los agentes disponibles involucrados en la traducción de más de 30 producciones audiovisuales para así obtener datos reales que ayuden a analizar la realidad detrás de la traducción del contenido musical. Este estudio concluye que las canciones se conciben como elementos externos que acompañan a los diálogos y es el cliente quien decide en último caso traducirlas o no. Por su parte, la mayoría de los agentes indicaron que hay que traducir las canciones cuando sean relevantes para la trama. Sin embargo, este criterio normalmente es subjetivo y puede diferir de un especialista a otro.

Palabras clave: traducción audiovisual, traducción de canciones, música, adolescentes, encuestas, entrevistas, proceso traductor

ABSTRACT

Franzon (2005, 2008, 2015) and Low (2003a, 2003b, 2005, 2008, 2013) laid the methodological foundations of the research in the current field of song translation and highlighted an urgent need to carry out a more exhaustive analysis. For these reasons, the translation process has been studied from the outset, asking the available agents involved in the translation of more than 30 audiovisual productions to obtain real data which will help analyse the reality behind the translation of musical content. This study concludes that songs are conceived as external elements that accompany dialogues; it is therefore the client who has the final say when it comes to translate or not the songs. Most participating agents agreed that it is not necessary to translate every song that appears in a film, just those that are most relevant. However, this criterion is usually subjective and it can differ from one specialist to another.

Keywords: audiovisual translation, song translation, music, teenagers, surveys, interviews, translation process

Información

Correspondencia:

Belén Cruz Durán
belencruz@uma.es

Fechas:

Recibido: 15/01/2023
Revisado: 09/02/2023
Aceptado: 24/04/2023

Contribuciones de autoría:

Todas las personas firmantes han contribuido por igual en la investigación y la elaboración de este trabajo.

Conflicto de intereses:

Ninguno.

Financiación:

El presente trabajo de investigación no hubiera sido posible sin la financiación recibida por la Unión Europea-NextGenerationEU, el Ministerio de Universidades y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, dentro del marco de Ayudas Margarita Salas concedida por la Universidad de Málaga (universidad contratante) y la Universidad Pablo de Olavide (universidad de destino).

Cómo citar:

Cruz-Durán, B. (2023). La traducción del contenido musical en producciones audiovisuales para adolescentes: entrevistas y encuestas a los agentes involucrados. *Sendebär*, 34, 93-127.

<https://doi.org/10.30827/sendebär.v34.27137>

1. Introducción

En los primeros años del siglo XXI, autores como Agost comenzaron a puntualizar brevemente las particularidades en la traducción de películas musicales dejando abiertas las puertas a futuros trabajos de traducción más especializados:

Por otra parte, las películas musicales (y también las canciones) presentan una variedad de situaciones muy amplia: detectamos la existencia de películas musicales con las canciones traducidas (pensemos, por ejemplo, en las de la productora Disney), o subtituladas (*An American in Paris*, 1951, dirigida por Vincent Minnelli) o sin traducir (*Yellow Submarine*, 1968, dirigida por George Dunning) (2001: 246).

Por otro lado, algunos profesionales de la traducción como Castro también comenzaron a dar sus opiniones al respecto en fechas similares, contrastando las tendencias en la traducción de canciones de finales del siglo XX y principios del XXI:

Fijaos cómo se subtitulan las canciones en muchas películas, algo de lo que tiene siempre la última palabra el cliente final (cadena de televisión o distribuidora cinematográfica). Hay algunas que te dicen que no lo hagas salvo que la letra sea relevante para el argumento. Televisión Española, por el contrario, tiene la norma de que toda canción debe ser subtitulada. Y, como caso curioso, [cabe] recordar que durante mucho tiempo no parecían darse cuenta en Tele 5 de que las canciones de la serie *Ally McBeal* estaban relacionadas con lo que sucedía en el episodio. De repente alguien cayó en la cuenta, y ya empezaron a subtitular (2001).

El creciente interés por la traducción de canciones, unido a los avances tecnológicos que trajo consigo el siglo XXI, supuso el impulso de cada vez más trabajos de investigación específicamente enfocados en el estudio de la traducción de canciones en productos audiovisuales y su evolución. Ejemplo de ello es el trabajo de Rodríguez (2008), que aporta una visión muy completa del panorama de principios del siglo XXI, analizando brevemente las posibles necesidades de los destinatarios del texto traducido (TT) y las consecuencias de la traducción o de la no traducción de la banda sonora que forma parte de la trama:

You must remember this: a kiss is just a kiss, a sigh is just a sigh. The fundamental things apply as time goes by.» Esta canción marcó una generación: todo el que reconozca la sinfonía que la acompaña sabrá a qué película pertenece, en qué momento sale, quién la canta y cómo reaccionan ante ella los personajes.... Pero más de la mitad no sabrá lo que significa. Como esta, existen muchos otros ejemplos en el cine de canciones que marcan una trama y cuya traducción no se le ha facilitado al espectador, y quizás haya llegado el momento de preguntarse por qué. Enfrentados a esta situación, la norma general dicta que se debe traducir siempre y cuando la canción resulte relevante para el desarrollo de la trama. Sin embargo, esta norma parece ser más un rumor que algo verdaderamente establecido. No son raras las ocasiones en las que se puede oír una carcajada solitaria en una sala de cine en determinado momento porque una referencia musical, que juega y enlaza de forma directa con el guion, ha pasado totalmente desapercibida para la mayoría de los espectadores; y es que se pueden perder ingentes cantidades de información por pasar por alto el abanico de contenido que puede encerrar la parte musical de la banda sonora (ibíd: 1).

El estudio realizado por Martínez y Rodríguez (2021: 143) pone a su vez de manifiesto «la falta de consenso y homogeneidad que existe en el ámbito de la traducción de canciones» presentes en las producciones audiovisuales traducidas al español. No obstante, los autores señalan que existe «un consenso de modalidad en el género musical, en el que predomina la

subtitulación, así como en el de animación (infantil y no infantil), en el que prima el doblaje, salvo en el caso de las canciones no originales, que no se traducen» (ibíd:144). Y concluyen que existe la necesidad de seguir investigando al respecto debido al importante papel que desempeñan las canciones en los productos audiovisuales. Además, indican que la traducción de canciones «supone un gran desafío para los traductores, pues requiere una meditada toma de decisiones sobre diferentes restricciones y prioridades, tales como el referente visual, la carga humorística o la aportación a la trama, entre otros factores» (ibíd:144). Su estudio es pionero en cuanto a estudios descriptivos en torno a la traducción de canciones en los últimos años, pero se centra en una pequeña muestra, no cuenta en su análisis con el punto de vista de los diferentes agentes involucrados en el proceso traductor y es generalista, no centrándose en una modalidad específica de traducción o en un tipo de público receptor en concreto (ibíd:144).

Por último, los estudios elaborados por Franzon (2005, 2008, 2015) y Low (2003a, 2003b, 2005, 2008, 2013) han sentado las bases en la investigación actual en este campo. En sus trabajos, ambos autores analizan la traducción de canciones y presentan diferentes teorías y propuestas de clasificación especialmente con relación a qué canciones traducir y cómo hacerlo: en definitiva, cómo afrontar la traducción de una canción respetando las relaciones existentes entre texto, imagen y música del producto original desde una perspectiva principalmente funcionalista, donde los destinatarios son el fin último de la traducción (Franzon, 2005: 263, 2021: 16; Low, 2005: 186, 2017: 40; Nord, 2009, :40; Vermeer, 2012: 191). Sin embargo, las propuestas iniciales presentadas por ambos autores generalmente se basan en reflexiones teóricas que estudian el qué y cómo traducir, donde las aplicaciones prácticas quedan en segundo plano.

Sus investigaciones apuntaban a una necesidad acuciante de realizar análisis más exhaustivos en torno al tratamiento del contenido musical para encontrar los verdaderos motivos que llevan a los agentes involucrados a decidir si se traducen o no las canciones en producciones donde la música es parte intrínseca de la trama. Además, en las investigaciones presentadas hasta la fecha se echa en falta un análisis no solo de casos particulares o eminentemente especulativo, sino de corpus de investigación relativamente amplios y debidamente justificados dentro de un contexto cultural concreto.

Habida cuenta del panorama expuesto, se ha creído conveniente centrar este estudio en torno a un corpus demandado (Cruz-Durán, 2022) y actual destinado a un sector receptor de la población sobre el que no abundan análisis detallados al respecto: el público juvenil y, en concreto, el interesado por las películas musicales en inglés provenientes de Estados Unidos, por valorar este país *a priori* como el principal productor de este tipo de producciones a nivel internacional (Guarinos, 2009, 2011; Sørenssen, 2018). Por otro lado, se ha considerado de interés investigador estudiar no tanto el producto como el proceso traductor y hacerlo desde una perspectiva holística, esto es, tratando tanto los aspectos teóricos como la realidad del proceso traductor gracias a la contribución de agentes involucrados en él.

Métodos tales como las encuestas y las entrevistas son cada vez más usados con el objetivo de explicar y contrastar los resultados obtenidos en trabajos de investigación. Estas herramientas resultan esenciales a la hora de estudiar a los responsables del proceso traductor que participan voluntariamente en el estudio, en otras palabras, a los agentes implicados que deciden colaborar libremente con el investigador para poder enriquecer, ya sea de forma cuali-

tativa o cuantitativa, la investigación que se está llevando a cabo (Saldanha & O'Brien, 2013: 150-151).

Productoras como The Walt Disney Company consiguieron revolucionar la pequeña y la gran pantalla acercando el género musical al público más joven y creando fenómenos de masas en una época en la que Internet estaba mucho de ser lo que es hoy (Fedele & García-Muñoz, 2010; García-Muñoz & Fedele, 2011; Guarinos, 2009, 2011; Neale, 2007; Sørenssen, 2018). A principios del siglo XXI, la demanda de DVD y Blu-ray fue en aumento (Díaz Cintas, 2004; Fundación SGAE, 2010) y las distribuidoras encontraron una lucrativa fuente de ingresos en este mercado: venta de DVD, Blu-ray, CD que contenían la banda sonora, *merchandising*, conciertos, videojuegos, libros, etc. (Fundación SGAE, 1999a, 1999b, 2009). En suma, se ha creído conveniente realizar un análisis en torno al proceso traductor de estas producciones musicales para comprobar así los factores que influyeron en su traducción y distribución (Desblache, 2019a, 2019b, 2021; Fundación SGAE, 2019).

2. El proceso traductor en TAV

En este estudio se entiende el proceso traductor como aquel que se refiere a «los actantes que intervienen (es decir, los diferentes sujetos que participan en el acto traductor: emisor del original, receptor de la traducción, etc.) o las operaciones que se realizan (análisis, síntesis), sin entrar en el detalle del funcionamiento de los procesos mentales» (Hurtado Albir, 2017: 311-312).

En el ámbito de la traducción audiovisual (TAV), desde que se crea una película original hasta que se emite su versión en la lengua del TT, son numerosos los agentes especializados intervinientes y las acciones que se llevan a cabo hasta que los receptores visionan el producto final (Castro, 2001; Chaume, 2004: 61-90, 2012: 22-45; Díaz Cintas & Remael, 2007: 29-44). Aquí, se conciben dos procesos diferenciados. Por un lado, se distingue el proceso original, que engloba desde la creación de la película hasta la adquisición de esta para ser traducida. Por otro lado, se encuentra el proceso traductor, que comienza «[c]uando una empresa (una cadena de TV, por ejemplo) manda comprar el texto audiovisual con la intención de exhibirlo en otra lengua, y acaba cuando dicho texto se emite en la lengua meta para los receptores de la cultura meta» (Chaume, 2004: 61).

Consecuentemente, a las empresas que adquieren el producto audiovisual se las consideran las «verdaderas iniciadoras del proceso» (Chaume, 2004: 62) y, por tanto, funcionan como emisores en este. Los receptores finales, por su parte, son aquellos que adquieren el producto traducido.

Para entender el proceso traductor en su totalidad, es necesario tener en cuenta las diferentes fases que lo componen. Para ello, a continuación, se presentan las diferentes fases tanto del doblaje como del subtítulo en España.

Si bien es cierto que el proceso traductor puede presentar diferencias dependiendo de que el encargo sea para cine, televisión o DVD/Blu-ray, lo cierto es que para el presente trabajo de investigación se ha tenido en cuenta el proceso traductor general más habitual llevado a cabo en los últimos años del siglo XX y primeras dos décadas del siglo XXI, debido a que las producciones estudiadas pertenecen a esa franja temporal, donde:

The mercurial nature of the entertainment mediascape is best reflected in the exhilarating irruption in the mid-1990s of, at the time, the novel DVD, followed by the Blu-ray in the mid-2000s, both of which in the space of 20 years have gradually declined in importance, overtaken by new distribution and exhibition models like streaming (Díaz Cintas & Remael, 2021: 33).

No obstante, hay que destacar que las fases del proceso traductor aquí abajo indicadas se centran en el doblaje y subtítulo habitual sobre todo para cine y televisión, ya que la mayoría de los agentes participantes involucrados en las películas analizadas del corpus recibieron encargos para estos formatos y, desafortunadamente y como se verá más adelante, no se ha podido confirmar totalmente si sus traducciones finalmente también fueron utilizadas para la distribución en DVD y Blu-ray de las películas analizadas.

2.1. El proceso traductor en el doblaje en España

Pese a que no hay un consenso generalizado en la nomenclatura y no todos los especialistas distinguen el mismo número de fases (Chaume, 2004: 62, 2017: 25-36), en el presente estudio se concibe el proceso traductor en el doblaje en cinco fases principales:

- a. Fase I. Adquisición: la empresa compra un producto audiovisual con el objetivo de emitirlo en otra lengua. La importancia de la producción adquirida y, por tanto, los beneficios que se esperen alcanzar con ella son los que normalmente determinan que la traducción esté más o menos cuidada (Chaume, 2004: 64-65, 2017: 28). Por tanto, «[e]sto confirma que en el doblaje priman los beneficios económicos rápidos sobre la calidad artística del producto final» (2004: 66).
- b. Fase II. Producción: la empresa, normalmente,¹ le encarga a un estudio de doblaje la traducción, ajuste y doblaje de las voces (Chaume, 2017: 29). Por ello, en esta fase el estudio se encarga de decidir «quién va a traducir el encargo, quién va a dirigir el doblaje y, con la ayuda del director de escena, qué actores van a doblar el texto» (Chaume, 2004: 65).
- c. Fase III. Traducción y ajuste: el estudio de doblaje contacta con el traductor y le envía el encargo de traducción y, en ocasiones, el de ajuste o adaptación del texto audiovisual (Chaume, 2017: 28). Como agente especializado en el proceso, el traductor es el encargado de «realizar la transferencia lingüística y [...] preparar el producto para el ejercicio artístico de sus compañeros» (Chaume, 2004: 67). A este respecto, el traductor actúa tanto como emisor como receptor en el proceso traductor (ibíd: 67-68). El encargo de traducción generalmente consiste en una traducción literal que refleja los aspectos culturales y textuales de la lengua del TT, conocida como *rough translation* o borrador de traducción (Chaume, 2004: 69, 2012: 29, 2017: 28). Por su parte, el dialoguista, también conocido como adaptador o ajustador (que en ocasiones es también el propio traductor), ajusta el texto con la imagen (Chaume, 2004: 72-75, 2012: 29, 2017: 29). Sin embargo, el trabajo del traductor no es el definitivo, ya que normalmente el TT es manipulado por el resto de los agentes implicados en el proceso: «los traductores solo ofrecen una propuesta al cliente, quien en cualquier momento podrá [...] cambiar, anular, sustituir [...] lo que desee, tanto de texto como de tiempo [...]» normalmente en cine (2004: 71). En los últimos años, con las traducciones para nuevos soportes como DVD y televisión a la carta, no obstante, se ha ido creando un nuevo perfil de traductor audiovisual: «El traductor audiovisual deberá darle a su perfil multidisciplinar, que mantendrá si quiere ser competitivo,

una vertiente transmediática. El traductor de transmedia trabajará para el disfrute de un receptor fan y experto en el producto» (Ferrer, 2017: 117).

- d. Fase iv. Doblaje de voces: por un lado, intervienen los actores de doblaje, que encarnan las voces de los personajes y, por otro, el director de doblaje, que es «el encargado de la dirección artística» (Chaume, 2004: 75) y que «puede modificar sobre la marcha la intención original del traductor y del adaptador [...]. El trabajo en equipo se torna, pues, indispensable. El papel del director resulta necesario porque es él quien cuenta la historia» (ibíd: 75-76).
- e. Fase v. Fase de mezclas: el técnico de sonido «records the target dialogues on a blank track of the original copy of the film, which will be ultimately mixed with the original tracks...» (Chaume, 2012: 30). Finalmente, el estudio de doblaje envía al cliente la película traducida (2004: 79-80, 2012: 30).

2.2. El proceso traductor en el subtulado en España

En el subtulado el proceso traductor resulta menos complejo que en el doblaje, debido a que intervienen menos agentes especializados y, consecuentemente, «se suele respetar el texto del traductor» (Chaume, 2004: 80). Además, «[l]as etapas en la cadena de trabajo [...] son numerosas y la forma de trabajar puede variar de un estudio a otro» (Cerezo, 2019: 24). En el presente estudio se concibe el proceso traductor en el subtulado en cuatro fases principales:

- a. Fase i. Adquisición: al igual que en el doblaje, la empresa adquiere el producto para su subtulado (Chaume, 2004: 80).
- b. Fase ii. Producción: la empresa encarga el subtulado a un estudio y este, a su vez, se hace cargo de la producción de la película (prepara el material, elabora los presupuestos, busca al traductor, etc.) (Cerezo, 2019: 24; Chaume, 2004: 80; Díaz Cintas & Remael, 2007: 30). Además, «since the advent of digitalization at the turn of the 21st century and the spread of multilingual distribution via DVDs, Blu-rays and, more recently, streaming, the task is usually performed by technicians conversant in the SL [source language] only» (Díaz-Cintas & Remael, 2021: 34).
- c. Fase iii. Pautado y traducción: el estudio contacta con el traductor para que realice el encargo (Cerezo, 2019: 25; Díaz-Cintas & Remael, 2021: 34). El traductor puede recibir el guion pautado, con el TO (texto original) dividido en fragmentos «que luego darán lugar a los subtítulos en lengua meta, tarea conocida con el término anglófono *spotting*» (Chaume, 2004: 83), o sin pautar; en este último caso, el traductor tendrá que pautarlo antes de comenzar su traducción. A día de hoy, «con el desarrollo de los programas de subtulación, que facilitan la tarea del pautado, y la mayor formación específica de los traductores de textos audiovisuales, es habitual que las empresas encarguen al traductor tanto la traducción como el pautado» (Cerezo, 2019: 25).
- d. Fase iv. Sincronización y edición de los subtítulos: una vez que el traductor envía los subtítulos traducidos, el técnico sincroniza y edita los subtítulos y los inserta en la película. En ocasiones, sin embargo, el mismo traductor es el encargado de realizar esta tarea, aun-

que esta práctica es más común cuando se traduce para DVD que cuando se traduce para cine o TV (Chaume, 2004: 81; Díaz Cintas y Remael, 2007: 32).

3. Metodología

A continuación, se presentarán tanto la constitución del corpus de investigación utilizado en el presente trabajo como los agentes especializados involucrados en el proceso de traducción, así como el diseño de las entrevistas y encuestas realizadas.

3.1. Constitución del corpus de investigación y búsqueda de agentes especializados

El corpus de investigación analizado se compone de 32 películas (como se detalla más adelante en la Tabla 1), fruto de una búsqueda, revisión y delimitación que atiende a los siguientes parámetros.

Para la obtención del corpus de trabajo, se han escogido películas² estadounidenses musicales fechadas entre el 2001 y el 2019. Para acotar el corpus, se llevó a cabo una búsqueda por descriptores generales (temática, género, año, etc.) y que contuvieran el indicador *música*, aunque no estuvieran marcadas específicamente como *películas musicales*. Se consideró como película objeto de estudio si en al menos una de las fuentes usadas (<https://www.eldoblaje.com>; <https://www.filmaffinity.com/es/main.html>; <https://www.imdb.com/>) se la hubiera clasificado como *musical* o si hubiera utilizado el indicador *música* como descriptor en su ficha. La elección de las películas escogidas en el presente corpus de investigación se ha realizado teniendo en cuenta únicamente películas lanzadas en DVD y Blu-ray como principal medio de consumo en España, creyendo conveniente para este estudio en concreto delimitar una franja temporal (2001-2019) en la que todavía las plataformas digitales y la televisión a la carta no eran una realidad en la mayoría de los hogares españoles (Díaz Cintas, 2004: 155-156; Fundación Sgae, 2009: 4, 2010: 26, 2011: 8, 2012: 14, 2013: 6, 2014: 13, 2015: 6, 2016: 6, 2017: 6, 2018: 5, 2019: 5). En consecuencia, no se ha considerado incluir en este análisis ningún lanzamiento posterior a las fechas mencionadas para poder estudiar la muestra en base a los mismos parámetros en todas las producciones.

En segundo lugar, se han seleccionado películas protagonizadas por adolescentes preuniversitarios (de 12 a 18 años aproximadamente). Así, se ha podido acotar el corpus a un número abaricable de producciones y se ha podido analizar su contexto cultural desde dos ángulos: los adolescentes como destinatarios finales y, a la vez, como protagonistas de las escenas de las películas estudiadas.

Además de ello, se han contrastado las producciones con un sistema de tres pasos. Primero, se han seleccionado la temática y género descritos en la web *FilmAffinity España* (<https://www.filmaffinity.com/es/main.html>), por considerarse una de las bases de datos fílmicas más relevantes de cine en español disponibles en Internet. Se ha continuado la búsqueda en la web *IMDb* (<https://www.imdb.com>), debido a su carácter internacional. Por último, se ha contrastado toda la información de cada producción con la web *Eldoblaje.com* (<https://www.eldoblaje.com/home>), ya que es la base de datos sobre doblaje de productos audiovisuales en España

más conocida a nivel profesional, y en webs de compra en línea, tales como *Amazon* (<https://www.amazon.es>) o *CeX* (<https://es.webuy.com>), así como en videotecas nacionales.

Tabla 1. Información del corpus y de los especialistas involucrados en la traducción de películas juveniles musicales en España en el siglo XXI

Año de estreno	Distribuidora en España	Traductor versión doblada	Traductor versión subtitulada	Director doblaje	Estudio doblaje
DVD1 <i>Casi famosos [Almost Famous]</i>					
2001	Columbia Tristar Home Entertainment	Justine Brehm	Desconocido	Camilo García	International Soundstudio (Barcelona)
DVD2 <i>Espera al último baile [Save the Last Dance]</i>					
2001	Paramount Home Entertainment (Spain)	Darryl Clark	Desconocido	Luis Posada	Soundtrack (Barcelona)
DVD3 <i>Crossroads: hasta el final [Crossroads]</i>					
2002	Twentieth Century Fox Home Entertainment España S.A.	Darryl Clark	Desconocido	Rosa Sánchez	EXA (Madrid)
DVD4 <i>Un paseo para recordar [A Walk to Remember]</i>					
2003	Filmmax Home Video	Anna Bellosta	Desconocido	Miguel Rey	Digit Sound (Barcelona)
DVD5 <i>Chicas Guepardo: todo por un sueño [The Cheetah Girls]</i>					
2003	Buena Vista Home Entertainment (TWDCI, S.L.)	Javier Alonso	Desconocido	María Jesús Nieto Riva	Sintonía (Madrid)
DVD6 <i>Lizzie Superstar [The Lizzie McGuire Movie]</i>					
2003	Buena Vista Home Entertainment (TWDCI, S.L.)	Verónica O'Shea	Desconocido	César Martínez	Deluxe 103 (Madrid, Barcelona)
DVD7 <i>Dirty Dancing 2 [Dirty Dancing: Havana Nights]</i>					
2004	Savor Ediciones, S.A.	María José Aguirre de Cárcer	Desconocido	Lorenzo Beteta	EXA (Madrid)
DVD8 <i>Quiero ser superfamosa [Confessions of a Teenage Drama Queen]</i>					
2004	Buena Vista Home Entertainment (TWDCI, S.L.)	María José Aguirre de Cárcer	Desconocido	Rosa Sánchez	EXA (Madrid)
DVD9 <i>The Cheetah Girls 2 [The Cheetah Girls 2]</i>					
2006	Buena Vista Home Entertainment (TWDCI, S.L.)	Sandra Pérez	Desconocido	María Jesús Nieto Riva	Desconocido
DVD10 <i>High School Musical [High School Musical]</i>					
2006	Buena Vista Home Entertainment (TWDCI, S.L.)	María José Aguirre de Cárcer	Desconocido	Roberto Cuenca Rodríguez	Abaira (Madrid)
DVD11 <i>Bailando (Step up) [Step Up]</i>					
2006	Buena Vista Home Entertainment (TWDCI, S.L.)	Gustavo Troncoso	Desconocido	Rosa Sánchez	Cinearte (Madrid)
DVD12 <i>Escucha mi voz [Raise Your Voice]</i>					
2007	Universal Pictures Iberia, S.L.	Desconocido	Desconocido	Lola Oría	Deluxe 103 (Madrid, Barcelona)
DVD13 <i>High School Musical 2 [High School Musical 2]</i>					
2007	Walt Disney Home Entertainment (TWDCI, S.L.)	María José Aguirre de Cárcer	Desconocido	Roberto Cuenca Rodríguez	Soundub (Madrid, Barcelona, Santiago)
DVD14 <i>Hairspray [Hairspray]</i>					
2007	TriPictures (Madrid)/Laser Film	Darryl Clark	Desconocido	Antonio Lara	Deluxe 103 (Madrid, Barcelona)
DVD15 <i>Una cenicienta moderna 2 [Another Cinderella Story]</i>					
2008	Warner Bros. Entertainment España S.L.	Belén Moser-Rothschild	Desconocido	Alfredo Cernuda	Tecnison S.A. (Madrid, Barcelona)
DVD16 <i>Camp Rock [Camp Rock]</i>					
2008	Walt Disney Home Entertainment (TWDCI, S.L.)	María José Aguirre de Cárcer	Desconocido	Roberto Cuenca Rodríguez	Soundub (Madrid, Barcelona, Santiago)
DVD17 <i>The Cheetah Girls: un mundo [The Cheetah Girls: One World]</i>					
2008	Walt Disney Home Entertainment (TWDCI, S.L.)	Sandra Pérez	Desconocido	María Jesús Nieto Riva	Soundub (Madrid, Barcelona, Santiago)
DVD18 <i>High School Musical 3: fin de curso [High School Musical 3: Senior Year]</i>					
2008	Walt Disney Home Entertainment (TWDCI, S.L.)	María José Aguirre de Cárcer	Desconocido	Roberto Cuenca Rodríguez	Soundub (Madrid, Barcelona, Santiago)
DVD19 <i>School Rock Band (Bandslam) [Bandslam]</i>					
2009	AURUM PRODUCCIONES S.A.	Desconocido	Desconocido	Manuel García Guevara	Sonoblok (Barcelona)
DVD20 <i>Fama [Fame]</i>					
2009	Warner Bros. Entertainment España S.L.	Fabían Sierra	Desconocido	Manuel García Guevara	Tatudec (Barcelona)
DVD21 <i>Hannah Montana: la película [Hannah Montana: The Movie]</i>					
2009	Walt Disney Home Entertainment (TWDCI, S.L.)	Sandra Pérez	Desconocido	Pilar Santigosa	Soundub (Madrid, Barcelona, Santiago)
DVD22 <i>Camp Rock 2: The Final Jam [Camp Rock 2: The Final Jam]</i>					
2010	Walt Disney Home Entertainment (TWDCI, S.L.)	María José Aguirre de Cárcer	Desconocido	Roberto Cuenca Rodríguez	Soundub (Madrid, Barcelona, Santiago)
DVD23 <i>Starstruck: mi novio es una súper estrella [Starstruck]</i>					
2010	Walt Disney Home Entertainment (TWDCI, S.L.)	Iria Domingo Recondo	Iria Domingo Recondo	Laura Palacios	Soundub (Madrid, Barcelona, Santiago)
DVD24 <i>Una cenicienta moderna 3: érase una vez una canción [A Cinderella Story: Once Upon a Song]</i>					
2011	Warner Bros. Entertainment España S.L.	Desconocido	Desconocido	Miguel Ángel Garzón	Tecnison S.A. (Madrid, Barcelona)
DVD25 <i>Lemonade Mouth [Lemonade Mouth]</i>					
2011	Walt Disney Home Entertainment (TWDCI, S.L.)	Francisco (Paco) Vara Ramos	Francisco (Paco) Vara Ramos	Alejandro Martínez	Soundub (Madrid, Barcelona, Santiago)
DVD26 <i>Radio Rebelde [Radio Rebel]</i>					
2012	Tema Distribuciones S.L.	Iria Domingo Recondo	Iria Domingo Recondo	Pablo Sevilla	Soundub (Madrid, Barcelona, Santiago)
DVD27 <i>Si decido quedarme [If I Stay]</i>					
2014	Twentieth Century Fox Home Entertainment España S.A.	Josep Lurba Naval	Joan Gutiérrez	Xavier de Llorens	Deluxe 103 (Madrid, Barcelona)
DVD28 <i>Los descendientes [Descendants]</i>					
2015	The Walt Disney Company Iberia, S.L. (TWDCI, S.L.)	María José Aguirre de Cárcer	Desconocido	Mayte Torres	SDI Media (Madrid, Barcelona, Santiago)
DVD29 <i>Jem y los hologramas [Jem and the Holograms]</i>					
2016	Sony Pictures Home Entertainment	Álvaro Méndez Orozco	Desconocido	Lucía Esteban	SDI Media (Madrid, Barcelona, Santiago)
DVD30 <i>Una cenicienta moderna: el papel de su vida [A Cinderella Story: If the Shoe Fits]</i>					
2016	Twentieth Century Fox Home Entertainment España S.A.	Desconocido	Desconocido	Desconocido	Desconocido
DVD31 <i>Los descendientes 2 [Descendants 2]</i>					
2017	The Walt Disney Company Iberia, S.L. (TWDCI, S.L.)	María José Aguirre de Cárcer	Desconocido	Mayte Torres	SDI Media (Madrid, Barcelona, Santiago)
DVD32 <i>Los descendientes 3 [Descendants 3]</i>					
2019	The Walt Disney Company Iberia, S.L. (TWDCI, S.L.)	María José Aguirre de Cárcer	Desconocido	Mayte Torres	SDI Media (Madrid, Barcelona, Santiago)

Por su parte, los agentes especializados participantes en el presente estudio han sido el resultado final de una exhaustiva búsqueda. Se ha comenzado por recopilar los datos sobre los agentes especializados involucrados en el proceso traductor que aparecen en los DVD y Blu-ray de las películas que conforman el corpus de investigación y se ha contrastado la información con la web *Eldoblaje.com* (<https://www.eldoblaje.com/home/>). Estos datos se han ampliado con los datos de contacto e información extraídos de asociaciones profesionales, como la Asociación de Traducción y Adaptación Audiovisual de España (<https://atrae.org/>), redes sociales, como *LinkedIn* (<https://www.linkedin.com/>) y páginas webs profesionales, en-

tre otros. En tercer lugar, se ha contrastado la información además con los agentes especializados contactados, ya que en ocasiones la información encontrada en las fuentes mencionadas difería de la realidad. Además, estos agentes con quienes se contactó previamente han ayudado a contactar con más agentes pertenecientes al sector, lo que ha contribuido enormemente a la investigación.

3.2. Diseño de entrevistas y encuestas

Los agentes seleccionados como objeto de análisis en el presente estudio han sido aquellos que han intervenido en el proceso traductor del corpus de las producciones audiovisuales tanto de forma directa (traductores, directores de doblaje y estudios de doblaje) como indirecta (distribuidoras).

La entrevista y las encuestas realizadas se han diseñado partiendo de dos apartados principales: el encargo de traducción en las producciones musicales audiovisuales que conforman el corpus de investigación y la percepción general, la tendencia y la evolución en torno a la traducción de canciones dentro de las producciones musicales audiovisuales. En el Anexo 1 se encuentra el modelo de encuesta que tuvieron que realizar cada uno de los agentes participantes y sobre el que se basó también la única entrevista que se llevó finalmente a cabo. Pese a que se diseñaron dos tipos de encuestas dependiendo de los agentes contactados (directos e indirectos), finalmente solo se hizo uso del cuestionario para los agentes directos, ya que fueron los únicos agentes contactados que participaron en el presente estudio y, por tanto, es el cuestionario que se anexa aquí.

En el presente estudio se ha optado por proporcionar a los agentes implicados la opción que mejor se adecuara a sus circunstancias personales, ofreciéndoles la oportunidad de poder optar por cumplimentar un cuestionario y/o realizar una entrevista. Junto con la información de la investigación, se envió a todos los agentes contactados un documento de consentimiento informado con el objetivo de que pudiesen expresar su consentimiento libremente para el posterior tratamiento de los datos facilitados con respecto a la información aportada, grabación en audio y/o vídeo, etc. Por un lado, la entrevista se ha realizado mediante voz por protocolo de Internet (*VoIP*), concretamente Skype (Microsoft, 2021). En lo que respecta a las encuestas, se han diseñado para ser cumplimentadas por escrito de forma asíncrona en cuestionarios elaborados en Google Forms (Google, s.f.). Sin embargo, la naturaleza de las preguntas y el contenido sobre el que tanto encuestas y entrevistas versaban eran el mismo. Como se ha indicado previamente, la única entrevista que se realizó se llevó a cabo basándose en las preguntas planteadas en el cuestionario (ver Anexo 1). Todo lo que se habló fuera de esas preguntas, se trató como comentarios finales que fueron tratados de la misma forma que se trató la última pregunta del cuestionario, es decir, la pregunta 40 (ver Anexo 1), una pregunta abierta diseñada para recoger comentarios finales, información adicional y sugerencias que ayudaran a ampliar la información aportada en la encuesta por los agentes participantes.

Finalmente, cabe indicar que en total han participado en el presente estudio 9 participantes, donde el 100 % de la participación ha sido de agentes especializados directos (traductores y especialistas de estudios de doblaje), como se indica más abajo en la Tabla 3.

4. Clasificación de las películas del corpus

La clasificación de las producciones audiovisuales estudiadas atiende principalmente al género al que pertenecen que, según lo expuesto por Agost (1999: 27-31), se incluirían dentro de los géneros dramáticos. Estos textos audiovisuales cuentan con un foco contextual dominante narrativo y un foco secundario expresivo. Los textos audiovisuales del presente corpus se analizan partiendo de tres aproximaciones de género: los géneros cinematográficos y televisivos, las producciones audiovisuales juveniles como género independiente y el musical como género independiente (Cruz-Durán, 2022: 175).

En lo que respecta a los géneros cinematográficos y televisivos (Altman, 2000; Creeber, 2001, 2015; Schatz, 1981), se tratan de películas y series «cuya trama gira en torno a una temática específica, como el drama (de acción, romántico, de época, de aventuras, de fantasía, de ciencia-ficción, policíaco, etc.), la comedia (de situación o sitcoms, romántica, estudiantil, etc.), el documental o el musical» (Cruz-Durán, 2022: 175).

En lo referente a las producciones audiovisuales juveniles como género independiente (Fedele y García-Muñoz, 2010; García-Muñoz y Fedele, 2011; Guarinos, 2011; Moseley, 2001: 41-43, 2015: 38-43), cabe destacar que a finales del siglo xx se empezó a dar forma a lo que se ha considerado como un género independiente dirigido a un público determinado, los adolescentes. Estas «producciones audiovisuales de ficción están protagonizadas por personajes adolescentes y dirigidos en concreto al público juvenil» (Cruz-Durán, 2022: 176). Engloban dos subgéneros diferenciados: «películas para adolescentes (*teen movies* y *teen TV movies*) y series para adolescentes (*teen series*)» (ibíd.: 176). Según Altman (2000: 45), «los géneros residen en un tema y una estructura determinados o en un corpus de películas que comparten un tema y una estructura específicos». La temática de estas producciones adolescentes versa principalmente sobre temas atractivos para el destinatario adolescente, que desea consumir productos en los que se sienta reflejado y comprendido, como problemas de identidad, amor, sexo, relaciones sociales en el instituto o relaciones con la familia (Moseley, 2015: 40).

En tercer lugar, se presenta el musical como género independiente (Altman, 1989, 2000: 56-60; Olarte, 2005: 101-115, 2009: 495-520). De acuerdo con Altman (1989: 12): «the musical [...] is a film with music, that is, with music that emanates from what I will call the diegesis, the fictional world created by the film (as opposed to Hollywood's typical background music, which comes instead out of nowhere)».

Por tanto, la diferencia básica para calificar a un producto audiovisual de musical reside principalmente en que aparezca música diegética importante para el transcurso de la trama de manera independiente a la música extradiegética como banda sonora de fondo, que puede aparecer para crear ambiente o dar emoción a la escena (Cruz-Durán, 2022: 175; De Lucas, 2017; Desblache, 2019: 234; Franzon, 2005: 271). Cruz-Durán (2022: 175) se basa en los trabajos de Altman (1989: 126-128) y Olarte (2009: 495-220) para presentar cuatro subgéneros dentro del musical clásico: el cuento de hadas, el musical dentro del musical, el musical populista y el musical de hoy en día, como se desarrolla en la Tabla 2.

Tabla 2. Subgéneros del musical clásico (Cruz-Durán, 2022: 175-176)

Subgéneros del musical clásico	Características
El cuento de hadas (<i>fairy tale musical</i>)	Gran expresividad, finales felices: los protagonistas viven en una utopía para huir de la realidad
El musical dentro del musical (<i>show musical</i>)	Siempre canciones diegéticas, se pone en relieve principalmente la ilusión que transmite la representación (<i>the stage illusion</i>)
El musical populista (<i>folk musical</i>)	Temas cercanos al destinatario: gente corriente con vidas corrientes. Sirven de base para crear cualquier tipo de película (comedia, drama, etc.)
El musical de hoy en día (<i>nowadays musical</i>)	Más protagonistas femeninas, temática adolescente

Por todo ello, el presente trabajo propone una clasificación de las películas que conforman el corpus de investigación partiendo tanto del formato como del contenido musical en el que se engloban (Cruz-Durán, 2021, 2022).

En primer lugar, las películas se han clasificado en dos grupos según su formato (Cruz-Durán, 2022):

- a. Película de cine con contenido musical para adolescentes (*teen music movies*): películas con contenido musical destinadas al público juvenil creadas para ser emitidas originalmente en los cines y/o, en ocasiones, en formato vídeo. Estas conforman 18 de las 32 películas analizadas (56,3 %).
- b. Película de TV con contenido musical para adolescentes (*teen music TV movies*): películas con contenido musical destinadas al público juvenil creadas para ser principalmente emitidas en TV. Estas conforman 14 de las 32 películas analizadas (43,7 %).

En segundo lugar, se ha creído conveniente proponer una diferenciación entre las películas con contenido musical basado en el musical clásico de Hollywood como género independiente en contraposición a las que no siguen esta misma estructura, por creerlo interesante de cara al estudio de las respuestas y análisis de los resultados:

- c. Películas con contenido musical de tipo clásico: son producciones donde la mayoría de las canciones aparecen en forma de diálogo o monólogo cantado entre diálogo y diálogo hablado, de manera que las palabras de los personajes se introducen en forma de canción: «Such numbers more or less depend on physical acting to make an impact, as actors represent “characters who think they are talking.”» (Franzon, 2005: 273). Franzon (2005: 268-273), basándose en Osolsobě (1992), considera que estas son canciones narrativas (*narrative level*) y escénicas (*staging level*). Normalmente, las canciones cantadas por los personajes son creadas específicamente para estas producciones. El 43,7 % de las películas analizadas pertenecen a este grupo.
- d. Películas con contenido musical de tipo no clásico: son producciones donde la mayoría de las canciones aparecen de forma diegética, pero no en forma de diálogo cantado entre los personajes. Según Franzon (2005) y Osolsobě (1992), estas se considerarían canciones presentacionales: «when the presentational level is dominant, singing is actually presented as singing» (Franzon, 2005: 273). Ejemplo de ello son las canciones cantadas por una banda en un concierto o escuchadas en la radio. Normalmente, las canciones que se

presentan son canciones populares que no suelen estar escritas específicamente para estas producciones. El 56,3 % de las películas analizadas pertenecen a este grupo.

5. Encuestas y entrevistas a los agentes del corpus

Una vez definido el corpus de investigación e identificados los agentes correspondientes, seguidamente se procedió a clasificarlos según su función y a tratar de contactarlos para proceder a las encuestas y/o entrevistas.

5.1. Clasificación de los agentes especializados

Las encuestas y entrevistas se han diseñado de acuerdo con la responsabilidad del participante en el proceso traductor.

Teniendo presentes a los responsables del proceso traductor que están involucrados en la traducción para las versiones dobladas y las versiones subtituladas de las producciones audiovisuales que conforman el corpus, este trabajo ha considerado la distinción en dos grupos de agentes de acuerdo con su grado de implicación, proponiendo la división de dos grupos de agentes especializados diferenciados: agentes especializados directos y agentes especializados indirectos:

- a. Agentes especializados directos: especialistas que han trabajado en las etapas iniciales de la traducción de las producciones audiovisuales. Principalmente, traductores y agentes responsables de terminar el producto en los estudios de doblaje, como los directores de doblaje o los propios estudios de doblaje.
- b. Agentes especializados indirectos: especialistas que no han trabajado con la traducción de las producciones directamente, pero son los encargados de la etapa final del proceso traductor, como las distribuidoras.

La información perteneciente a las producciones estudiadas, así como los especialistas que han trabajado en ellas, se encuentra en la Tabla 1 previamente mostrada.

5.2. Agentes contactados, no contactados y participantes

Los resultados extraídos del proceso traductor han sido posibles gracias a la implicación de agentes especializados que han decidido voluntariamente participar en el estudio. Sin embargo, esta representación de agentes especializados es una pequeña parte de todos aquellos agentes que originalmente trabajaron directa e indirectamente en las producciones audiovisuales de la presente investigación, como se muestra en la Tabla 1.

En la Tabla 3 se detallan el número de agentes especializados contactados, no contactados y participantes finales del estudio. En primer lugar, se entiende por agentes contactados todos aquellos agentes a los que se les ha podido hacer llegar el cuestionario, no implicando necesariamente alguna respuesta por su parte. En segundo lugar, se entiende por agentes no contactados todos aquellos agentes de los cuales no se han obtenido ningún dato de contacto para hacerles llegar el cuestionario o, pese a haber encontrado alguna información de contacto, esta ha resultado finalmente infructuosa para su localización (por ejemplo, correos electrónicos inactivos). Finalmente, se entiende por participantes todos aquellos agentes contactados que

han decidido voluntariamente participar en el estudio. En el presente análisis, se han considerado tanto participantes con identidad confidencial (aquellos que han indicado expresamente que sus datos deben ser tratados con carácter confidencial) como participantes con identidad declarada (aquellos que han indicado expresamente que la autora del estudio puede hacer uso de su nombre a la hora de presentar los datos recopilados).

De los especialistas involucrados en el proceso traductor de las producciones audiovisuales estudiadas (Tabla 1), se ha podido contactar con el 36 %, con una participación final del 10 %. Como se ha mencionado anteriormente, han participado en el presente estudio 9 participantes, donde el 100 % de la participación ha sido de agentes especializados directos (traductores y especialistas de estudios de doblaje), como se indica en la Tabla 3.

Tabla 3. Agentes especializados de las producciones audiovisuales: contactados, no contactados y participantes

Agentes especializados	Contactados	No contactados	Participantes finales	
			Identidad declarada	Identidad confidencial
Directos				
Traductores	8 (6 doblaje + 2 doblaje y subtítulo)	39 (10 doblaje + 29 subtítulo)	5	1
Directores de doblaje	11	10	2	0
Estudios de doblaje	9	6	0	1
Indirectos				
Distribuidoras en España	6	5	0	0
Total	34	60	7	2

A continuación, se detallan los agentes especializados que finalmente han participado en el presente estudio:

- Álvaro Méndez Orozco: traductor para la versión doblada de *Jem y los hologramas* (Chu, 2016).
- Francisco (Paco) Vara Ramos: traductor para la versión doblada y subtitulada de *Lemonade Mouth* (Riggen, 2011).
- Iria Domingo Recondo: traductora para las versiones dobladas y subtituladas de *Radio Rebelde* (Howitt, 2021) y *Starstruck: mi novio es una super estrella* (Grossman, 2010).
- Josep Llurba Naval: traductor para la versión doblada de *Si decido quedarme* (Cutler, 2014).
- María Jesús Nieto Riva: directora de doblaje de *Chicas Guepardo: todo por un sueño* (Scott, 2003), *The Cheetah Girls 2* (Ortega, 2006a) y *The Cheetah Girls: un mundo* (Hoen, 2008).
- María José Aguirre de Cárcer: traductora para las versiones dobladas de *Dirty Dancing 2* (Ferland, 2004), *Quiero ser superfamosa* (Sugarman, 2004), *High School Musical* (Ortega, 2006b), *High School Musical 2* (Ortega, 2007), *High School Musical 3: fin de curso* (Ortega, 2008), *Camp Rock* (Diamond, 2008), *Camp Rock 2: The Final Jam* (Hoen,

2010), *Los descendientes* (Ortega, 2015), *Los descendientes 2* (Ortega, 2017) y *Los descendientes 3* (Ortega, 2019).

- g. Roberto Cuenca Rodríguez: director de doblaje de *High School Musical* (Ortega, 2006b), *High School Musical 2* (Ortega, 2007), *High School Musical 3: fin de curso* (Ortega, 2008), *Camp Rock* (Diamond, 2008) y *Camp Rock 2: The Final Jam* (Hoen, 2010).
- h. Confidencial 1: traductor para la versión doblada de una de las producciones del corpus.
- i. Confidencial 2: agente especializado de un estudio de doblaje involucrado en varias producciones del corpus.

6. Resultados de la entrevista y de las encuestas realizadas

Todos los agentes especializados fueron encuestados a excepción de María José Aguirre de Cárcer, que prefirió participar en el estudio mediante una entrevista. A continuación, se presenta una síntesis de los resultados obtenidos.

6.1. El encargo de traducción en las producciones musicales audiovisuales

- a. Instrucciones del encargo de traducción: el 100 % de los participantes afirma que no hubo cambios en las instrucciones del encargo de traducción en lo que respecta a su labor. La mayoría de los traductores desconoce si hubo cambios o no en su propuesta de traducción original, aunque la traductora María José Aguirre de Cárcer apunta que no suele haber muchos cambios debido a que las canciones de las producciones para doblaje en las que ella ha trabajado solían estar pensadas para ser subtituladas desde un principio, por lo que se utilizaría seguramente su traducción.
- b. Formato para el que se realizó la traducción: la mayoría de los participantes afirman que sus traducciones se realizaron para cine y/o TV, aunque no todos pueden confirmar por completo que finalmente así fuera. Algunos participantes también confirman que sus traducciones se utilizaron además en DVD y Blu-ray, así como en plataformas digitales. Sin embargo, traductores como María José Aguirre de Cárcer aseguran que no se puede saber exactamente si las traducciones que están en DVD y/o Blu-ray son o no las suyas, ya que afirma que, en ocasiones y aunque siga apareciendo en los créditos como traductora, se ha encontrado que esto no siempre es cierto. Por sorprendente que parezca, la única forma fiable de comprobarlo es accediendo a la información que puedan aportar los agentes indirectos, que son los que distribuyen finalmente los productos traducidos. Desafortunadamente, ningún agente indirecto se ha prestado a participar en este estudio y, por tanto, no se pueden aportar más datos al respecto.
- c. Estrategias de traducción en la traducción de canciones:³ el 55 % de los participantes afirma que trabajaron en producciones con traducción parcial donde las canciones no estaban traducidas, frente al 44 % participantes, todos ellos traductores, que afirman que les fue encargada tanto la traducción de los diálogos como la de las canciones, realizando en la mayoría de los casos traducciones literales del inglés al español y, por tanto, utilizando como estrategia de traducción una traducción completa mixta: diálogos doblados y canciones subtuladas. Ninguno de los participantes puede corroborar por completo que su traducción fuera utilizada posteriormente con un fin distinto al que se les encargó. Por

ejemplo, no descartan que su traducción también pudiera haber servido para doblar las canciones en vez de subtitarlas, aunque no tuvieran contacto con letristas ni tradujeran ellos las canciones específicamente para ser dobladas, es decir, cantadas por los personajes de las producciones audiovisuales. Además, el 100 % de los traductores que confirman que en las producciones que habían trabajado se habían traducido las canciones fueron los encargados de realizar las traducciones de dichas canciones. Sin embargo, según precisa el agente Confidencial 1, aunque se tradujeran las canciones porque así lo requería el encargo, más adelante son otros agentes diferentes los que las adaptan y normalmente está en manos de la distribuidora decidir lo que hacer con ellas. Por último, el 100 % de los agentes que afirman que las canciones de las producciones audiovisuales en las que trabajaron fueron traducidas confirma que se hizo una distinción entre las canciones diegéticas (los personajes en escena son conscientes de las canciones y de la letra que están escuchando) y extradiegéticas (solo el destinatario es consciente de la canción que aparece en escena). Únicamente se tradujeron las canciones diegéticas y solo aquellas que estaban ligadas a la trama, siempre bajo decisión del cliente y/o distribuidora en cuestión. La traductora María José Aguirre de Cárcer, además, apunta que las canciones que se suelen traducir son las que los actores cantan, por lo que, por norma general, si no se cantan, no se traducen. Además, la traductora señala que este fenómeno ocurre en mayor medida en TV, ya que en el cine la traducción de canciones debe estar muy justificada para evitar que la imagen se vea enturbiada por demasiado texto en pantalla. Según su experiencia, es en la carta creativa — documento que suele contener información relativa al argumento, los personajes, etc. (Morales, 2016: 11) — donde se indican las canciones que deben traducirse y las que no. La traductora señala que ella siempre indica si, a su criterio, es esencial que se traduzca una canción en concreto y suele explicar por qué es indispensable su traducción si en el encargo inicial no se hubiera tenido esto en cuenta.

- d. Tiempo destinado a la traducción de canciones: del 44 % de agentes que confirman haber traducido las canciones de las producciones, el 11% indica que se le dio entre 1 y 3 días, el 22 % reconoce que tuvieron menos de una semana para realizarlas y el 11 % declara que en función de la producción tuvo más o menos tiempo para realizarlas. Sin embargo, en general afirman que el que existan canciones susceptibles de traducirse, no es un elemento para alargar el tiempo de entrega de un encargo.
- e. Factores a la hora de traducir las canciones: Aunque no lo pueden afirmar con total seguridad, la mayoría de los participantes coinciden en que es un compendio de diferentes factores, especialmente de factores económicos, temporales, mediáticos, de distribución y de derechos de autor, destacando como factores principales los dos últimos.
- f. Normativas o directrices internas específicas con respecto a la traducción de canciones de la empresa y/o cliente que encarga la traducción: la mayoría de los participantes coinciden en que no hay normativas internas generales para la traducción de canciones, a excepción del 33 %, que afirma que existen, refiriéndose principalmente a las producciones encargadas por la factoría Disney.

6.2. Percepción general, tendencia y evolución en torno a la traducción de canciones dentro de las producciones musicales audiovisuales

- a. Estrategias de traducción de canciones más extendidas en la actualidad: el 55 % de los participantes afirma preferir el subtítulo interlingüístico, frente al 22 % que se decanta por el doblaje interlingüístico, quedando un 22 % de agentes que no creen que deba existir una sola norma. Por su parte, Roberto Cuenca Rodríguez afirma que es «partidario de subtítularlas cuando lo que cuentan tiene que ver con la trama o una escena de la película y dejarlas sin traducir [sin subtítular] ni doblar en el resto de los casos». El traductor Álvaro Méndez Orozco opina también a este respecto, declarando que se debe usar el subtítulo interlingüístico «siempre y cuando la canción tenga gran relevancia para la trama. Si no, es manchar la imagen y eso no se desea en la versión doblada. [Este doblaje] vale para cancioncillas, raps pequeños, etc., pero no es lo ideal en grandes canciones de imagen real, a excepción de los dibujos animados». A este respecto, el 67 % afirma que los subtítulos para ser leídos que no mantienen pautas rítmicas, silábicas o de rima similares al original son los más habituales. Sin embargo, según apunta el traductor Álvaro Méndez Orozco,

[1]o habitual y lo ideal no suele coincidir. Depende del gusto de cada cliente. Yo me decanto por una traducción fiel pero rimada. Sin embargo, muchos clientes prefieren una traducción literal [,] aunque quede feo. La razón es porque se escucha el original y no quieren que parezca que hemos inventado.

Por otro lado, el 100 % de los participantes afirma que la elección de las estrategias de traducción depende en general del cliente, productora o distribuidora en cada caso, además de factores mediáticos, económicos y de formato. A esto se añade que el 33 % confirma que las instrucciones incluidas en el encargo de traducción son puramente arbitrarias y dependen del encargo en cuestión más que de un patrón establecido a nivel general. Finalmente, el director de doblaje Roberto Cuenca Rodríguez declara que el 95 % de los clientes con los que ha trabajado nunca traduce las canciones y que el único cliente que lo hace es debido a factores mediáticos.

- b. Destinatarios y receptores finales: según Roberto Cuenca Rodríguez, la elección de una estrategia u otra de traducción no influye «en absoluto» en el receptor final, mientras que, aunque María Jesús Nieto Riva reconoce que la elección de un tipo de subtítulo u otro puede tener alguna repercusión, no cree que en general la elección de una u otra estrategia de traducción influya en los receptores finales. Alrededor del 50 % de los participantes afirman que la elección de una estrategia u otra de traducción puede dejar al receptor final del producto traducido en desventaja con respecto al receptor final del producto original, mientras que menos del 50 % de los agentes indican que las estrategias de traducción usadas se eligen para que tanto los receptores del producto original como los del producto traducido estén en igualdad de condiciones. Además, el traductor Álvaro Méndez Orozco apunta que:

Una persona que no habla inglés siempre oír la música inglesa [...] sin entenderla apenas [...]. Es lo normal y lo tenemos asumido. Otra cosa sería que se pierda información relevante para entender la trama. Por lo demás, la letra de una canción cualquiera no tiene la relevancia si el producto no es un musical. En el caso de *Jem [y los hologramas]*, no era un musical.

Por su parte, el traductor Josep Llurba Naval indica que para el público «más infantil se suelen adaptar las canciones para doblaje». En la misma línea, el agente especializado Confidencial 2 también aclara lo siguiente:

Habitualmente, para grupo[s] de espectadores de hasta 12 años, las canciones se suelen doblar, debido a que la mayoría de ellos no entienden el inglés y/o no tienen una lectura rápida de los subtítulos. Por ello, y para que no se pierdan con la trama, es conveniente doblarlas (véase series de animación de Disney Junior).

- c. Evolución y tendencia de la traducción de canciones: la mayoría de los agentes afirma que no ha sufrido ningún cambio en los últimos veinte años y el 55 % de ellos admite que no han notado ningún cambio ni como especialistas ni como receptores finales, frente al 33 % de participantes que confirman haber visto cambios en la traducción de canciones, especialmente en lo que respecta a su trabajo como agentes especializados. El traductor Álvaro Méndez Orozco añade: «[a]ntiguamente, hasta los años 70 [setenta] aproximadamente, se traducían y doblaban las canciones en musicales de imagen real. A partir de los 80 se dejó de hacer». Además, el 33 % cree que no evolucionará, frente al 22 % que indica que piensa que evolucionará positivamente y el 22 % que reconoce que la traducción o no de las canciones se realizará de manera arbitraria. Sin embargo, ninguno de los participantes ha considerado que la evolución pudiera ser de forma negativa. En relación con esto, el 22 % estima que para que evolucione de una manera u otra, se deben tener otros aspectos en cuenta para poder dar una valoración general de cara al futuro. El traductor Josep Llurba Naval señala que «[a]parte de todos los condicionantes que hay, también depende de si existe una demanda de que se traduzca y/o adapten más canciones». Por su parte, el director de doblaje Roberto Cuenca Rodríguez añade: «[y]o creo que eso dependerá de los modismos, gustos, apetencias y estilos que vaya adquiriendo el público con el paso del tiempo. Por lo general, es una industria que está muy pendiente de esos cambios y suele modificar sus productos en función de ellos».
- d. Opinión y comentarios finales acerca de la traducción del contenido musical según sus experiencias como agentes especializados: el 89 % de los participantes declara que no hay que traducir a la lengua del TT (en este caso, el español) todas las canciones que aparecen en la película, solo aquellas que de verdad tengan relación con la trama, frente al 11 % que afirma que solo hay que traducir las canciones diegéticas. En concreto, el traductor Álvaro Méndez Orozco especifica lo siguiente:

Hay que traducir a la lengua meta las canciones que aparezcan para revelar algo sobre la trama. Da igual que suene en la radio o la cante un personaje. A veces, está sonando en la radio una canción que está describiendo una escena y [,] entonces [,] es muy importante que se entienda y [,] por tanto [,] justifica un subtítulo [,] aunque afee la imagen. Por supuesto, siempre que haya derechos. Normalmente [,] no suele haber derechos para traducir canciones que no sean originales de la propia obra.

Según Iria Domingo Recondo:

Creo que, cada vez más, se recurre a la figura del adaptador de canciones cuando el producto se quiere cuidar y, sobre todo, cuando va doblado. En cuanto al subtítulo, es más confuso porque no hay unas directrices claras. Normalmente, a los traductores nos piden que nos peguemos lo más posible al original, pero, muchas veces, ni siquiera nos dicen si las canciones

van a subtitularse así, si debemos hacer un esfuerzo por buscar la musicalidad y/o rima... etc. Cuando van dobladas, se cuidan mucho. Cuando van subtituladas, bastante menos, salvo que sea un musical muy concreto.

Por su parte, María Jesús Nieto Riva confirma que «[l]a traducción de canciones es un asunto puramente económico. Se traducen en los productos Disney para generar más ingresos atrayendo a más público». María José Aguirre de Cárcer, además, indica que en las películas que ella ha hecho para el cine, hay una implicación del equipo de doblaje al completo y se dedica más tiempo en la supervisión del contenido. En cambio, en TV, ella manda el capítulo traducido y nadie se vuelve a poner en contacto con ella. Francisco (Paco) Vara Ramos además, concluye que «[l]a subtitulación o doblaje de las canciones relevantes es fundamental». Finalmente, Roberto Cuenca Rodríguez destaca lo siguiente:

Hay un aspecto que ha pasado desapercibido en la encuesta y es la necesidad de encontrar buenos intérpretes de las canciones cuando se doblan. No es una tarea fácil y, mucho menos, en productos de corte infantil/adolescente ya que la empresa/cliente busca intérpretes con la misma edad que la de los intérpretes de la película.

7. Conclusiones

Las producciones que conforman el corpus de investigación se caracterizan principalmente por ser películas en las que el contenido musical es relevante, ya sea directa o indirectamente, y funciona como hilo conductor de la trama. Los personajes de las producciones estudiadas deciden hacer uso de canciones para transmitir su mensaje. A veces, estas resultan en escenas coreografiadas e inorgánicas propias de los musicales clásicos, típicos del musical como género independiente, pero no siempre es así: más de la mitad de las producciones estudiadas forman parte de otra casuística. Las canciones que suenan en la radio, las canciones que describen lo que están viviendo los personajes en un momento determinado o, incluso, las canciones que aparecen de fondo casi de manera inapreciable cumplen también con funciones comunicativas elegidas estratégicamente para que aparezcan en un momento y en una forma determinados de la historia.

Según la información aportada por los participantes involucrados en el proceso traductor, todos ellos coinciden en que se suele distinguir entre canciones diegéticas y extradiegéticas, y admiten que lo ideal es que se traduzcan aquellas canciones diegéticas estrechamente ligadas a la trama especialmente en producciones con contenido musical de tipo clásico. No se han contemplado, por tanto, la traducción de prácticamente ninguna de las canciones extradiegéticas de las producciones estudiadas, a excepción de aquellas que formaran parte intrínseca de la banda sonora de las producciones en cuestión, como es el caso de sagas como *High School Musical* (Ortega, 2006b, 2007 y 2008) o *Los Descendientes* (Ortega, 2015, 2017 y 2019), entre otras.

Además, María José Aguirre de Cárcer hace hincapié en el hecho de que, si se traducen las canciones, normalmente se traducen las canciones que son interpretadas por los personajes en pantalla. Sin embargo, traductores como Álvaro Méndez Orozco opinan lo contrario al afirmar que «la letra de una canción cualquiera no tiene relevancia si el producto no es un musical», lo cual implica que, si no se trata de una película con contenido musical de tipo clásico, las canciones no tienen por qué traducirse. Ejemplo de ello es la película del corpus que tradujo

este traductor, *Jem y los Hologramas* (Chu, 2016), que pese a tener canciones interpretadas en pantalla por los personajes, no fueron traducidas por no considerarse un musical de tipo clásico y, aunque la decisión fue tomada por el cliente, el propio traductor afirma que él está completamente de acuerdo con la estrategia de traducción elegida.

Con respecto a los factores a la hora de traducir las canciones, los participantes concluyeron que los principales son los relacionados con la distribución y los derechos de autor intervinientes en las producciones analizadas. Además, solo aquellos participantes que han trabajado con producciones encargadas por la factoría Disney afirman que existen directrices internas, en contraposición al resto de clientes, cuyas decisiones dependen más de cada encargo a nivel individual que de una norma general.

En lo que respecta a las estrategias de traducción de canciones más extendida en la actualidad, la traducción completa mixta es la estrategia por la que se decantan personalmente más del 50 % de los participantes encuestados, con subtítulos creados para ser leídos más que subtítulos cantables. No obstante, todos los participantes coinciden en que la elección de una u otra estrategia de traducción en general depende del cliente, productora o distribuidora final en cada caso. Además, la mayoría también indica que la traducción de canciones cobra verdadera importancia en el caso de películas con contenido musical de tipo clásico de gran interés mediático.

En relación con los datos extraídos respecto al tipo de películas atendiendo a su formato, y pese a contar con las versiones en DVD y/o Blu-ray, más de la mitad de las películas que conforman el corpus fueron creadas para ser emitidas originalmente en cine, frente al resto de películas creadas para ser emitidas en TV. Atendiendo a los datos aportados por los agentes especializados participantes, es pertinente hacer referencia al desconocimiento general sobre el formato en el que finalmente aparecen las producciones en las que trabajan. Si bien es cierto que en las fases iniciales del proceso se suele informar del formato original para el que en un principio se usarán sus traducciones, pasados los años, les es difícil asegurar si sus traducciones solo han sido las que aparecen en cine y/o TV o si también han usado sus traducciones para las ediciones en DVD y/o Blu-ray, plataformas digitales, etc. Sin embargo, cabe destacar aquí un dato que apunta María José Aguirre de Cárcer en su entrevista, donde señala que los encargos de traducción de películas para TV suelen contemplar más la traducción de las canciones que los encargos de películas para cine, donde dicha traducción debe de estar muy justificada de cara al cliente o, de lo contrario, se puede ver como un elemento de distracción en pantalla más que como un elemento necesario.

En lo concerniente al proceso traductor de las producciones audiovisuales, en el doblaje intervienen más agentes especializados que en el subtítulo, lo que conlleva que exista más pérdida de información entre cada una de las fases que lo conforman. Además, existe un desconocimiento generalizado en torno al trabajo realizado por los diferentes agentes implicados: «A multiple of different and valuable perspectives have been accumulated, but contributors have also often operated without much knowledge of one another, leading to a typical lack of interconnectivity between works and thus a certain lack of common momentum» (Greenall et al., 2021: 19). Los datos analizados en el presente trabajo confirman que la traducción o no de canciones en las versiones estudiadas es consecuencia directa de estas pérdidas de información entre cada uno de los agentes especializados, tanto directos como indirectos. Si bien

el traductor es el encargado de recoger el encargo inicial y hacer una propuesta, su traducción se transforma en las fases posteriores, sin poder controlar ni revisar qué se publica finalmente bajo su nombre (en el caso de que su autoría se haga pública).

En cuanto a los destinatarios y receptores finales, cabe destacar a este respecto la información aportada en concreto por agentes especializados no traductores, que en general no creen que la elección de traducir o no las canciones influya positiva o negativamente en los receptores finales. Sin embargo, contradictoriamente, cuando se les pregunta sobre el destinatario final, la totalidad de los participantes reconocen que, en la mayoría de las ocasiones, la traducción de canciones debería ir ligada al destinatario final, especialmente en lo que se refiere a las películas pensadas para destinatarios infantiles. Como se ha comentado anteriormente, clientes como Disney suelen priorizar la traducción de canciones en todas sus producciones musicales, ya sea mediante doblaje (en películas infantiles) o subtítulo (en películas creadas para otro tipo de destinatarios).

Sobre la evolución y tendencia de traducción de contenido musical, por su parte, la mayoría de los agentes coinciden en que la traducción de canciones no ha sufrido ningún cambio en los últimos veinte años. En cuanto a su evolución en los próximos años, no hay un consenso general de opiniones al respecto en cuanto a si evolucionará positivamente (es decir, si las canciones se traducirán más y, con ello, cobrarán más importancia en el análisis global en las traducciones de las producciones audiovisuales) o si no habrá cambios relevantes. Además, en torno al 90 % de los agentes participantes reafirman el hecho de que solo hay que traducir las canciones que tengan relación estrecha con la trama, que suelen ser en la mayoría de las ocasiones canciones diegéticas. En general, coinciden en que traducir las canciones relevantes es fundamental cuando tienen importancia en el argumento y/o cuando el foco está puesto en ellas, como en el caso de las películas con contenido musical de tipo clásico.

De todo ello, puede deducirse principalmente que las canciones se conciben como elementos independientes y no como parte del conjunto de las producciones audiovisuales. En un encargo de traducción, no se cuestionan qué diálogos se traducen y cuáles no. En general, no se cuestiona el porqué se traduce un diálogo, simplemente se traduce atendiendo a las normas previamente establecidas con el cliente. Da igual que el diálogo lo verbalicen los personajes en pantalla de forma diegética o aparezca de forma narrativa extradiegéticamente. Sin embargo:

Lyrics are seen as surrounded by various ontologically grounded [...] forms of situational information, spanning from the most immediate context, that is the musical contexts, via the functional contexts (as constituted by the purpose of translation), to various forms of socio-cultural context, encompassing ideologies, the temporal dimension, institutions, audiences, and so on (Greenall et al., 2021: 18).

La información expuesta en el presente trabajo y referida a los agentes consultados concluye que las canciones se conciben desde el inicio del encargo como elementos externos que acompañan a los diálogos y, por tanto, es el cliente quien decide en último caso si considerar las canciones como parte de esos diálogos o si, por el contrario, no hacer nada con respecto a ellas. En general, todos los agentes indican que hay que traducir las canciones siempre y cuando sean relevantes e importantes para la trama según su criterio, pero este criterio no deja de ser en la mayoría de las ocasiones subjetivo y puede diferir de un especialista a otro.

El análisis llevado a cabo en el presente estudio se ha centrado en las producciones audiovisuales musicales estadounidenses destinadas al público juvenil en el siglo XXI traducidas del inglés al español, pero las diferentes clasificaciones y propuestas aportadas pueden aplicarse al análisis de otros géneros, lenguas, líneas temporales, culturas y/o grupos de destinatarios, entre otros. Asimismo, los datos del corpus se han extraído de los formatos disponibles en DVD y/o Blu-ray, por lo que un estudio ampliado de los agentes implicados en la traducción de producciones audiovisuales en otros formatos (como diferentes plataformas digitales) arrojaría conclusiones más concretas a los datos aportados en el presente análisis, tanto a nivel estadístico como contextual, además de suministrar más información acerca de los aspectos técnicos que las rodean.

Aún queda mucho por explorar en lo que respecta a las relaciones existentes entre texto, imagen y música. Las reflexiones extraídas del presente trabajo pretenden seguir aportando datos reales a las teorías por las que cada vez más académicos se interesan; sin embargo, los datos se limitan a un grupo de destinatarios en concreto y a una tipología de producciones audiovisuales específica. Urge la necesidad de estudios de recepción más exhaustivos y globales que se adentren en la interpretación de las canciones en función de la edad, de la cultura, de otras lenguas, del escopo, de la enseñanza de traducción de canciones en la formación universitaria, etc., así como otros estudios que exploren otras modalidades de traducción audiovisual más allá de doblaje y subtítulo interlingüístico.

El campo de la traducción de canciones es relativamente nuevo, pero la multidisciplinariedad de los estudios elaborados ha promovido la existencia de más teorías al respecto a falta de datos empíricos que las refuten o las confronten: «The study of song translation needs empirical evidence, basic facts about how target texts have historically looked» (Franzon, 2021: 84).

Bibliografía

- Agost, R. (1999). *Traducción y doblaje: palabras, voces e imágenes*. Ariel Practicum.
- Agost, R. (2001). Los géneros de la traducción para el doblaje. En M. Duro (Ed.), *La traducción para el doblaje y la subtítulo* (pp. 229-250). Cátedra.
- Altman, R. (1989). *The American Film Musical*. Indiana University Press.
- Altman, R. (2000). *Los géneros cinematográficos*. Espasa Libros.
- Castro, X. (2001b). Reflexiones de un traductor audiovisual. En J. D. Sanderson (Ed.), *¿Doble o nada! Actas de las I y II Jornadas de doblaje y subtítulo de la Universidad de Alicante*. <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc4b308>
- Cerezo, B. (2019). La traducción para la subtítulo. En G. Torralba, A. Tamayo, L. Mejías-Climent, J. Martínez, J. Martí, X. Granell, J. De los Reyes, I. De Higes, F. Chaume & B. Cerezo (Eds.), *La traducción para la subtítulo en España. Mapa de convenciones* (pp. 19-38). Universitat Jaume I.
- Chaume, F. (2004). *Cine y Traducción*. Cátedra.
- Chaume, F. (2012a). *Audiovisual Translation: Dubbing. (Translation Practices Explained)*. St. Jerome Publishing.
- Creeber, G. (2001). *The television genre book*. British Film Institute.
- Creeber, G. (2015). *The television genre book*. 3a ed., Palgrave.
- Cruz-Durán, B. (2021). Propuesta de clasificación de canciones en las producciones audiovisuales con contenido musical. *Futhark. Revista de investigación y cultura*, 16, 33-48. <https://doi.org/10.12795/futhark.2021.i16.03>

- Cruz-Durán, B. (2022). Películas musicales para adolescentes: características y estrategias de traducción. *Estudios de traducción*, 16, 173-184. <https://dx.doi.org/10.5209/estr.77635>
- De Lucas, J. F. (24 de enero de 2017). Música diegética y extradiegética en el cine. Blog CPA online. <https://www.cpaonline.es/blog/cine-y-tv/musica-diegetica-y-extradiegetica-en-el-cine/>
- Desblache, L. (2019a). *Music and Translation: new mediations in the digital age*. Palgrave Macmillan.
- Desblache, L. (2019b). Music and translation. En K. Washbourne y B. Van Wyke (Eds.), *The Routledge Handbook of Literary Translation* (pp. 282-297). Routledge.
- Desblache, L. (2021). Live music and translation: The case of performances involving singing. *JoS-Trans*, 35, 45-68. https://jostrans.org/issue35/art_desblache.pdf
- Díaz Cintas, J. (2004). El subtítulado y los avances tecnológicos. En R. Merino, J. M. Santamaría y E. Pajares (Eds.), *Trasvases Culturales: Literatura, Cine, Traducción* (Vol. 4, pp. 155-175). Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. <http://hdl.handle.net/10810/10541>
- Díaz Cintas, J. & Remael, A. (2007). *Audiovisual Translation: Subtitling. Translation Practices Explained* (Vol. 2). St. Jerome Publishing. <https://doi.org/10.1075/target.22.2.16gam>
- Díaz Cintas, J. & Remael, A. (2021). *Subtitling: Concepts and Practices*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315674278>
- Fedele, M., & García-Muñoz, N. (2010). El consumo adolescente de la ficción seriada. *Vivat Academia*, 111, 47-64. <https://doi.org/10.15178/va.2010.111.47-64>
- Ferrer, M. (2017). La gestión de proyectos de traducción audiovisual en España: seis estudios de caso. En J. Martínez (Ed.), *Fotografía de la investigación doctoral en traducción audiovisual* (Vol. 2) (pp. 91-117). Punto Didot.
- Franzon, J. (2005). Musical Comedy Translation: Fidelity and Format in the Scandinavian My Fair Lady. En D. L. Gorrée (Ed.), *Song and Significance. Virtues and Vices of Vocal Translation* (pp. 263-297). Rodopi.
- Franzon, J. (2008). Choices in song translation. Singability in Print, Subtitles and Sung Performance. *The Translator*, 14(2), 373-399. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13556509.2008.10799263>
- Franzon, J. (2015). Three dimensions of singability. An approach to subtitled and sung translations. En T. Proto, P. Canettieri y G. Valenti (Eds.), *Text and Tune. On the Association of Music and Lyrics in Sung Verse* (pp. 333-346). Peter Lang.
- Franzon, J. (2021). The liberal mores of pop song translation: Slicing the source text relation six ways. En J. Franzon, A. K. Greenall, S. Kvam y A. Parianou (Eds.), *Song Translation: Lyrics in Contexts* (pp. 83-121). Frank & Timme.
- Fundación SGAE. (1999a). *Anuario SGAE 1999 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*. <http://www.anuariosSGAE.com/1999/home.html>
- Fundación SGAE. (1999b). *Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural*. <http://www.anuariosSGAE.com/informe/home.html>
- Fundación SGAE. (2009). *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales. 2007-2009*. <http://www.anuariosSGAE.com/anuario2007-2009/index.html>
- Fundación SGAE. (2010). *Anuario SGAE 2010 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*. <http://www.anuariosSGAE.com/anuario2010/home.html>
- Fundación SGAE. (2011). *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales. 2011*. <http://www.anuariosSGAE.com/anuario2011/home.html>
- Fundación SGAE. (2012). *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales. 2012*. <http://www.anuariosSGAE.com/anuario2012/home.html>
- Fundación SGAE. (2013). *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales. 2013*. <http://www.anuariosSGAE.com/anuario2013/home.html>
- Fundación SGAE. (2014). *Anuario SGAE 2014 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*. <http://www.anuariosSGAE.com/anuario2014/home.html>
- Fundación SGAE. (2015). *Anuario SGAE 2015 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*. <http://www.anuariosSGAE.com/anuario2015/home.html>

- Fundación SGAE. (2016). *Anuario SGAE 2016 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*. <http://www.anuariosSGAE.com/anuario2016/frames.html>
- Fundación SGAE. (2017a). Vídeo. En Fundación SGAE (Ed.), *Anuario SGAE 2017 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*. http://www.anuariosSGAE.com/anuario2017/anuariopdfs/06_VIDEO.pdf
- Fundación SGAE. (2017b). Televisión. En Fundación SGAE (Ed.), *Anuario SGAE 2017 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*. http://www.anuariosSGAE.com/anuario2017/anuariopdfs/07_TV.pdf
- Fundación SGAE. (2018). *Anuario SGAE 2018 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*. <http://www.anuariosSGAE.com/anuario2018/home.html>
- Fundación SGAE. (2019). *Anuario SGAE 2019 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*. <http://www.anuariosSGAE.com/anuario2019/home.html>
- García-Muñoz, N., & Fedele, M. (2011). Las series televisivas juveniles: tramas y conflictos en una “teen series”. *Comunicar*, 19(37), 133-140. <https://doi.org/10.3916/C37-2011-03-05>
- Greenall, A., Franzon, J., Kvam, S. & Parianou, A. (2021). Making a case for a descriptive-explanatory approach to song translation research: Concepts, trends and models. En J. Franzon, A. K. Greenall, S. Kvam y A. Parianou (Eds.), *Song Translation: Lyrics in Contexts* (pp. 13-48). Frank & Timme.
- Guarinos, V. (2009). Fenómenos televisivos ‘teenagers’: Prototipias adolescentes en series vistas en España. *Comunicar*, XVII(33), 203-211. <http://hdl.handle.net/11162/86820>
- Guarinos, V. (2011). La edad adolescente de la mujer. Estereotipos y prototipos audiovisuales femeninos adolescentes en la propuesta de Disney Channel. *Comunicación y Medios*, 23(2011): Comunicación y edades de vida (II), 37-46. <https://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/26339>
- Hurtado Albir, A. (2017). *Traducción y Traductología* (9ª ed.). Cátedra.
- Low, P. (2003a). Singable translations of songs. *Perspectives: Studies in Translatology*, 11(2), 87-103. <https://doi.org/10.1080/0907676X.2003.9961466>
- Low, P. (2003b). Translating poetic songs: An attempt at a functional account of strategies. *Target*, 15(1), 91-110. <https://doi.org/10.1075/target.15.1.05low>
- Low, P. (2005). The Pentathlon Approach to Translating Songs. En D. L. Gorlée (Ed.), *Song and Significance. Virtues and Vices of Vocal Translation* (pp. 185-212). Rodopi.
- Low, P. (2008). Translating Songs that Rhyme. *Perspectives: Studies in Translatology*, 16(1-2), 1-20. <https://doi.org/10.1080/13670050802364437>
- Low, P. (2013). When Songs Cross Language Borders: Translations, Adaptations and ‘Replacement Texts’. *The Translator*, 19(2), 229-244. <https://doi.org/10.1080/13556509.2013.10799543>
- Martínez Acebo, E. y Rodríguez Martínez, M. C. (2021). *La traducción de canciones en películas: análisis contrastivo de géneros cinematográficos*. *Estudios de Traducción*, 11, 137-145.
- Morales, N. (2016). La adaptación de letras de canciones: una propuesta de traducción para el doblaje [Trabajo final de Máster]. Universidad de las Palmas de Gran Canarias. <http://hdl.handle.net/10553/68259>
- Moseley, R. (2001). The Teen Series. En G. Creeber (Ed.), *The television genre book* (1ª ed., pp. 41-43). British Film Institute Publishing.
- Moseley, R. (2015). Teen Drama. En G. Creeber (Ed.), *The television genre book* (3ª ed., pp. 41-43). British Film Institute Publishing.
- Neale, S. (2007). Teenpics. En P. Cook (Ed.), *The cinema book* (pp. 367-369). British Film Institute Publishing.
- Nord, C. (2009). El funcionalismo en la enseñanza de traducción. *Mutatits Mutandis*, 2(2), 209-243.
- Olarte, M. (2005). El género del musical y la utilización de sus melodías con fines expresivos. En *La música en los medios audiovisuales* (pp. 101-118). Plaza Universitaria Ediciones.

- Olarte, M. (2009). La inserción del número musical como elemento recurrente en las películas: ¿una nueva tipología nowadays musical? En *Reflexiones en torno a la música y la imagen desde la Musicología española* (pp. 495-520). Plaza Universitaria Ediciones.
- Osolsobě, I. (1992). On the Three Frontiers of Theatrical Freedom: The Liberated Theatre of Voskovec & Werich in Prague. En H. Schmid y J. Striedter (Eds.), *Dramatische und theatralische Kommunikation: Forum modernes Theater Schriftenreihe*, 8(pp. 238-252). Gunter Narr Verlag.
- Rodríguez, M. A. (2008). *La traducción de las canciones en el cine* [Trabajo final de Máster]. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. <http://hdl.handle.net/10553/2154>
- Saldanha, G. & O'Brien, S. (2013). *Research Methodologies in Translation Studies*. Routledge.
- Schatz, T. (1981). *Hollywood Genres*. McGraw-Hill.
- Sørenssen, I. (2018). Disney's High School Musical and the construction of the tween audience. *Global Studies of Childhood*, 8(3), 213-224. <https://doi.org/10.1177%2F2043610618796722>
- Vermeer, H. (2012). Skopos and Commission in Translational Action. En L. Venuti (Ed.), *The Translation Studies Reader* (3a ed., pp. 191-202). Routledge.

Recursos electrónicos consultados

- Chu, J. (Director). (2016). *Jem y los hologramas* [Película; DVD]. Sony Pictures Home Entertainment.
- Cutler, R. (Director). (2014). *Si decido quedarme* [Película; Blu-ray]. Twentieth Century Fox Home Entertainment España.
- Diamond, M. (Director). (2008). *Camp Rock* [Película; DVD]. Walt Disney Home Entertainment.
- Ferland, G. (Director). (2004). *Dirty Dancing 2* [Película; Blu-ray]. Savor Ediciones.
- Google. (s.f.). *Formularios*. Google Apps. <https://www.google.com/forms/about/>
- Hoer, P. (Director). (2008). *The Cheetah Girls: un mundo* [Película; DVD]. Walt Disney Home Entertainment.
- Hoer, P. (Director). (2010). *Camp Rock 2: The Final Jam* [Película; Blu-ray]. Walt Disney Home Entertainment.
- Microsoft. (2021). *Skype*. Microsoft Aplicaciones. <https://www.skype.com/es/>
- Ministerio de Cultura y Deporte (s.f.). *Direcciones y tarifas de las entidades de gestión de derechos de propiedad intelectual*. Gobierno de España. <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/propiedad-intelectual/gestion-colectiva/direcciones-y-tarifas.html>
- Ortega, K. (Director). (2006a). *The Cheetah Girls 2* [Película; DVD]. Buena Vista Home Entertainment.
- Ortega, K. (Director). (2006b). *High School Musical* [Película; DVD]. Buena Vista Home Entertainment.
- Ortega, K. (Director). (2007). *High School Musical 2* [Película; DVD]. Walt Disney Home Entertainment.
- Ortega, K. (Director). (2008). *High School Musical 3: fin de curso* [Película; DVD]. Walt Disney Home Entertainment.
- Ortega, K. (Director). (2015). *Los descendientes*. [Película; DVD]. The Walt Disney Company Iberia.
- Ortega, K. (Director). (2017). *Los descendientes 2* [Película; DVD]. The Walt Disney Company Iberia.
- Ortega, K. (Director). (2019). *Los descendientes 3* [Película; DVD]. The Walt Disney Company Iberia.
- Radio Rebelde* (Howitt, 2021) y *Starstruck: mi novio es una super estrella* (Grossman, 2010).
- Riggen, P. (Director). (2011). *Lemonade Mouth* [Película; DVD]. Walt Disney Home Entertainment
- Scott, O. (Director). (2003). *Chicas Guepardo: todo por un sueño* [Película; DVD]. Buena Vista Home Entertainment.
- Sugarman, S. (Directora). (2004). *Quiero ser superfamosa* [Película; DVD]. Buena Vista Home Entertainment.

Notas

1. Sin embargo, «en ocasiones, las empresas [...] disponen de estudios de doblaje propios y no necesitan efectuar el encargo» (Chaume, 2004: 62).
2. El presente estudio solo ha tenido en cuenta películas (largometrajes no animados completos) en las que las canciones sirven de hilo conductor de la trama y son consistentes a lo largo de cada producción. Quedan excluidas, por tanto, las producciones audiovisuales que no entran dentro de esta descripción (por ejemplo, series, conciertos, documentales, cortos, vídeos promocionales, etc.)
3. Nótese que el presente trabajo entiende estas variantes en la traducción de canciones como estrategias a nivel macrotectual (Greenall et al., 2021: 29-33) y para su análisis se basa en la distinción de estrategias de Cruz-Durán, que diferencia entre traducción parcial, donde «los diálogos están doblados del inglés al español, pero que todas (o la mayoría de las canciones) están en versión original y no cuentan con traducción al español»(2022: 180) y traducción completa, donde tanto «los diálogos como la mayoría de la canciones están traducidas al español [...] y en las que se ha aplicado una traducción mixta (diálogos doblados y canciones subtituladas), las canciones están subtituladas interlingüísticamente del inglés al español» (ibíd:180).

Anexos

Anexo 1: Modelo de encuesta a los agentes directos participantes

1. Email address *

2. Nombre y apellidos *

3. Producciones audiovisuales por la que se le ha contactado *

4. Versión de traducción *

Check all that apply.

Versión doblada

Versión subtitulada

Other: _____

Preguntas sobre las producciones traducidas

5. ¿Qué tipo de estrategia se encargó en la traducción de las canciones de la producción (o producciones) que tradujo? (Puede elegir más de una opción)

Check all that apply.

Subtitulado interlingüístico (por ejemplo, Inglés-Español)

Subtitulado intralingüístico (por ejemplo, Inglés-Inglés)

Doblaje interlingüístico (por ejemplo, Inglés-Español)

Doblaje intralingüístico (por ejemplo, Inglés-Inglés)

Canciones sin traducción

Other: _____

6. ¿Se mantuvieron las mismas instrucciones del encargo inicial durante todo el proceso?

Mark only one oval.

- Sí
 No
 Other: _____

7. ¿Fue usted el encargado de traducir las canciones?

Mark only one oval.

- Sí
 No
 Other: _____

8. Si no fue el encargado de traducir las canciones, ¿pudo tener contacto con la persona encargada?

Mark only one oval.

- Sí
 No
 Other: _____

9. ¿Cuánto tiempo se dispuso para la traducción de las canciones?

Mark only one oval.

- Entre 1-3 días
 Menos de una semana
 Menos de 15 días
 Entre 15-30 días
 Más de 30 días
 Other: _____

10. ¿Dispone de las traducciones de las canciones que realizó? Si su respuesta es afirmativa, me pondré en contacto con usted por email por si pudiera facilitármelas.

Mark only one oval.

- Sí
 No
 Other: _____

11. ¿Para qué medio se realizó la traducción? (Puede elegir más de una opción)

Check all that apply.

- Televisión
 DVD/Blu-ray
 Cine
 Plataformas digitales
Other: _____

-
12. ¿Se hizo finalmente alguna distinción entre la traducción de las canciones diegéticas y las canciones extradiegéticas?

Mark only one oval.

- Sí
 No
 Other: _____

13. Si hubo distinción, ¿cuál fue? (Puede elegir más de una opción)

Check all that apply.

- Se tradujeron solo las canciones diegéticas
 Se tradujeron solo las canciones extradiegéticas
 Se tradujeron todas las canciones (diegéticas y extradiegéticas)
 Se tradujeron solo las canciones que estaban ligadas a la trama, a decisión del traductor
 Se tradujeron solo las canciones que estaban ligadas a la trama, a decisión del cliente/distribuidora/productora
 Se tradujeron solo las canciones que estaban ligadas a la trama; decisión consensuada entre el traductor y el cliente/distribuidora/productora
 No se tradujo ninguna de las canciones
Other: _____

14. ¿A qué factores se debió la elección de traducir o no las canciones de esta producción? (Puede elegir más de una opción)

Check all that apply.

- Factores económicos
 Factores temporales (por ejemplo, tiempo estipulado para realizar el encargo)
 Factores de distribución (televisión, cine, DVD, etc.)
 Factores de derechos de autor
 NS/NC

Other: _____

15. Si tradujo las canciones para subtítulos, ¿qué clase de subtítulos eran? (Puede elegir más de una opción)

Check all that apply.

- Subtítulos cantables (mantenían pautas rítmicas, silábicas y de rima similares al original)
 Subtítulos para ser leídos (subtítulos literales)

Other: _____

16. ¿La empresa/cliente para el que se realizó el encargo de traducción disponía de una normativa o directrices de traducción internas con respecto a la traducción de canciones?

Mark only one oval.

Sí

No

Other: _____

17. ¿Cuáles fueron los materiales facilitados para realizar la traducción de canciones? (Puede elegir más de una opción)

Check all that apply.

- Audio e imagen completa
- Audio e imagen parcial
- Diálogos originales
- Información adicional para comprender el diálogo original
- Letra original de las canciones
- Información adicional de las canciones
- Partitura musical de las canciones
- Traducción literal de las canciones

Other: _____

18. ¿Qué hubiera necesitado además de los materiales que se le envió? (Puede elegir más de una opción)

Check all that apply.

- Nada, me facilitaron todos los materiales necesarios
- Audio e imagen completa
- Audio e imagen parcial
- Diálogos originales
- Información adicional para comprender el diálogo original
- Letra original de las canciones
- Información adicional de las canciones
- Partitura musical de las canciones
- Traducción literal de las canciones

Other: _____

19. ¿Cree que esto pudo afectar a la traducción de canciones directa o indirectamente?

Mark only one oval.

- Sí, positivamente
- Sí, negativamente
- No
- Other: _____

20. En el caso en el que la producción formase parte de una saga ¿contaba con una base de datos terminológica interna que pudiera consultar para que su traducción fuera coherente con las traducciones previas?

Mark only one oval.

- Sí
 No
 Other: _____

21. ¿Hubo algún cambio entre su propuesta de traducción de canciones y la traducción final?

Mark only one oval.

- Sí
 No
 Other: _____

-
22. Si su respuesta es afirmativa, ¿por qué se realizó dicho cambio?

Preguntas generales sobre la traducción de canciones

23. Si tuviera que elegir la estrategia de traducción de canciones más extendida a día de hoy, ¿cuál sería?

Mark only one oval.

- Subtitulado interlingüístico (por ejemplo, Inglés-Español)
 Subtitulado intralingüístico (por ejemplo, Inglés-Inglés)
 Doblaje interlingüístico (por ejemplo, Inglés-Español)
 Doblaje intralingüístico (por ejemplo, Inglés-Inglés)
 Canciones sin traducir
 Other: _____

24. En el caso de subtítular las canciones interlingüísticamente, ¿qué es lo más habitual?

Mark only one oval.

- Subtítulos cantables (manteniendo pautas rítmicas, silábicas y de rima similares al original)
- Subtítulos para ser leídos (subtítulos literales, sin mantener pautas rítmicas, silábicas o de rima similares al original)
- Other: _____

25. ¿Cree que la elección de un subtítulo u otro influye en el receptor final?

Mark only one oval.

- Sí
- No
- Tal vez
- Other: _____

26. ¿Cree que la estrategia de traducción elegida (subtitulado, doblaje, sin traducción, etc.) en la traducción de canciones finalmente influye en la concepción del producto audiovisual traducido con respecto al original?

Mark only one oval.

- Sí
- No
- Other: _____

27. ¿En qué influye? (Puede elegir más de una opción)

Check all that apply.

- Esto deja al receptor del producto traducido en desventaja con respecto al receptor del producto original
- Esto beneficia al receptor del producto traducido en desventaja con respecto al receptor del producto original
- Ambos receptores (producto original y traducido) están en igualdad de condiciones

Other: _____

-
28. ¿De qué depende en general la elección de una estrategia u otra en la traducción de canciones en producciones audiovisuales (especialmente en películas y series)?

Mark only one oval.

- Depende del cliente/productora/distribuidora
- Depende del traductor
- Depende tanto del cliente/productora/distribuidora como del traductor
- Other: _____

29. ¿Cree que, en general, la importancia de traducir las canciones en películas y series pasa a un segundo plano cuando las producciones no son estrictamente consideradas como musicales "de Broadway" o musicales de "clase A" con gran impacto mediático?

Mark only one oval.

- Sí
- No
- Other: _____

30. ¿A qué factores cree que se debe la elección de las estrategias con respecto a la traducción de las canciones en producciones audiovisuales como películas y series? (Puede elegir más de una opción)

Check all that apply.

- Factores de distribución (TV, cine, DVD, plataformas digitales...)
- Factores temporales (tiempo disponible para realizar el encargo)
- Importancia mediática de la producción audiovisual
- Factores económicos
- Género de la producción audiovisual (películas, series)
- Las instrucciones incluidas en el encargo de traducción son puramente arbitrarias y dependen del encargo en cuestión más que de un patrón establecido a nivel general
- Other: _____

31. ¿Cree que la traducción de canciones ha sufrido algún cambio en los últimos 20 años?

Mark only one oval.

- Sí
- No
- Other: _____

32. ¿Ha notado algún cambio tanto como traductor como espectador?

Mark only one oval.

- Sí, como traductor
- Sí, como espectador
- Sí, tanto como traductor como espectador
- No
- Other: _____

33. ¿Cuál es su opinión personal respecto a la traducción de canciones en producciones audiovisuales?

Mark only one oval.

- Hay que traducir todas las canciones que aparecen en la película, independientemente de que sean diégéticas o extradiegéticas subtitulándolas al español
- Hay que traducir a la lengua meta (español) todas las canciones que aparecen en la película, independientemente de que sean diégéticas o extradiegéticas doblándolas al español
- Hay que traducir a la lengua meta (español) todas las canciones que aparecen en la película, independientemente de que sean diégéticas o extradiegéticas, subtitulándolas o doblándolas al español indistintamente
- Hay que traducir a la lengua meta (español) solo las canciones extradiegéticas
- Hay que traducir a la lengua meta (español) solo las canciones diégéticas
- No hay que traducir a la lengua meta (español) todas las canciones que aparecen en la película, solo aquellas que de verdad tengan relación con la trama
- No hay que traducir a la lengua meta (español) las canciones que aparecen en la película
- Other: _____

34. ¿Coincide su opinión con la realidad?

Mark only one oval.

- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| Nada | <input type="radio"/> | Totalmente |

35. ¿Cree que la traducción de canciones también va ligada al destinatario potencial del producto audiovisual?

Mark only one oval.

- Sí
- No
- Other: _____

36. En concreto, con respecto a los grupos de edad de la etapa adolescente (de 12 a 19 años): ¿piensa que la traducción de canciones a día de hoy se adapta a este grupo de edad?

Mark only one oval.

- Sí
- No
- Other: _____

37. Y con respecto a otros grupos de edad, ¿cree que existe alguna diferencia a día de hoy a la hora de traducir canciones en producciones audiovisuales destinadas al público infantil (hasta 12 años) con respecto al público más adultos (a partir de 20 años)?

Mark only one oval.

- Sí, pero solo con el grupo de edad infantil (de hasta 12 años)
- Sí, pero solo con el grupo de edad adulta
- Sí, para ambos grupos
- No
- NS/NC
- Other: _____

-
38. Si la respuesta es afirmativa, ¿qué diferencias cree que existen con la traducción de canciones en producciones dirigidas a estos grupos de edad?

39. ¿Cómo cree que la tendencia con respecto a la traducción de canciones evolucionará en los próximos años?

Mark only one oval.

- Positivamente
- Negativamente
- No evolucionará
- La traducción o no de canciones se realizará de manera arbitraria
- Other: _____

40. Comentarios finales que crea que puedan ayudarme en mi investigación. Se agradecerá toda la información que pueda aportarme y que no haya podido darme previamente a lo largo de este cuestionario
