



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Laboratorio de Tecnologías de la Información
y Nuevos Análisis de Comunicación Social
España

Palencia Villa, Rosa María

El doblaje cinematográfico: factores de eficacia desde la recepción

Revista Latina de Comunicación Social, vol. 3, núm. 25, enero, 2000, p. 0

Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81932504>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Revista Latina de Comunicación Social

La Laguna (Tenerife) - enero de 2000 - número 25

D. L. : TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 – 5820 (año 3°)

<http://www.ull.es/publicaciones/latina>

El doblaje cinematográfico: factores de eficacia desde la recepción

Lic. Rosa María Palencia Villa ©

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat

Universitat Autònoma de Barcelona

1. INTRODUCCIÓN

La globalización del mercado audiovisual ha provocado que la transferencia lingüística en sus productos sea cada vez mayor. Se produce mediante dos métodos mayoritarios: la subtitulación y el doblaje. Mientras el primero históricamente se instaló para conseguir un mercado audiovisual más reducido, el doblaje lo hizo principalmente en aquellos países cuya lengua alcanza mayor presencia histórica. Las razones históricas han motivado que las audiencias respectivas sigan prefiriendo reiteradamente uno u otro procedimiento (Yvane: 1999). La proliferación de transferencia lingüística a las lenguas europeas más minoritarias se practica como subtitulación o como doblaje, dependiendo de la tradición.

Existe un consenso al aceptar las razones económicas como fundamentales a la hora de elegir el método de transferencia lingüística. Sin embargo, desde el punto de vista histórico, algunos autores (Danan: 1991, Ballester: 1995) defienden que la opción del doblaje responde a razones económicas, al contexto histórico-político; al relevante papel del cine como manifestación de la cultura propia en los países como Alemania o España, en los que, coincidentemente, la lengua se constituye como símbolo histórico de identidad nacional. Aunque en España un país con una importante industria dobladora y, de su público, una audiencia acostumbrada al doblaje. En este contexto aparece la demanda explícita por algunos sectores de un mayor número de doblajes cinematográficos al catalán. Este hecho ocurre en un país donde dos lenguas -el castellano y el catalán- coexisten como oficiales. La realización de nuestra investigación coincide con el nuevo decreto de la Generalitat de Catalunya que tiene como objetivo despegar la más reciente Llei de Política Lingüística. El debate sobre su aplicación continúa en el momento de escribir la presente comunicación.

A diferencia del fenómeno de la subtitulación, que ha merecido el interés de la investigación académica, principalmente de los últimos años, de la larga tradición del doblaje en España, no existían investigaciones precedentes a la nuestra que nos revelasen cuáles son los factores de gratificación del consumo de los productos audiovisuales doblados. Para justificar su mayoritario desprecio hacia el doblaje cinematográfico han aducido múltiples razones: desde la "mutilación" de los actores al ser privados de una herramienta de interpretación, a la mala reputación que la historia del doblaje ha soportado como herramienta de censura moral o política bajo regímenes autoritarios, hasta la traducción fiel a los contenidos semánticos y culturales. Sin embargo, creemos que todas estas razones no justifican la escasa atención al fenómeno comunicativo mayoritario en nuestro país. Desde el punto de vista científico, desconocíamos los factores que hacen eficaz desde la recepción. La identificación de estos factores constituyó el objetivo principal de nuestro trabajo.

2. METODOLOGÍA

La presente comunicación es el resultado de una investigación cualitativa que mediante entrevistas en profundidad llevada a cabo desde 1998, nos ha permitido estudiar los factores conscientes de gratificación del doblaje cinematográfico para 16 sujetos con residencia en Barcelona y su área metropolitana (1.508.805 hab.). Nuestra muestra, compuesta por 8 varones y 8 mujeres que declararon haber visitado salas de exhibición de 2 a 3 veces al mes y que prefieren el doblaje como método de transferencia lingüística audiovisual, fue buscada con proporcionalidad respecto a la franja que el E.G.M. acumulado de enero a abril de 1998 señala como la más representativa de Barcelona. La mitad de la muestra declaró el castellano como lengua primera o preferente y la otra mitad el catalán.

todas aquellas vivencias, más emocionales que intelectuales, que el receptor percibe y que, paradójicamente, confieren ve... Desde esta perspectiva intentamos identificar los factores que contribuyen a la eficacia comunicativa del doblaje.

3.3 Factores de eficacia del doblaje

Entendemos, de esta manera, que los factores de eficacia del doblaje serán todos aquellos que, referidos a este proceso d... el proceso de la experiencia diegética en el espectador o que no lo obstaculizan. O para emplear el término de Chion (1990

4. PUNTO DE PARTIDA

La obra cinematográfica constituye un producto demasiado complejo como para atender solamente a sus aspectos formale... cómo lo dice y, más allá, la forma como el receptor percibe el mensaje, determinada por sus propias características como s... considerar las categorías aportadas por Metz (1968) quien propone dos funciones comunicativas de la película: a) la denot... contenido y b) las connotativas que implican los propósitos simbólicos, el aspecto estético de la película.

Junto con Fodor (1979) consideramos que las categorías de Metz resultan funcionales para iluminar el fenómeno del dobla... contenido (de la película) tiene una expresión, moral, estética, que está anclada, articulada, fijada, en un entorno social y é... personajes específicos con características individuales; todos estos rasgos o características están determinados por la leng... pertenecen a la función connotativa del film y son puestos en dilema a través del doblaje." (Fodor 1979:13. *Cursivas del au*

4.1 Sincronía: piedra de toque del doblaje

István Fodor (1976) en su obra sobre el doblaje de películas aborda tanto los aspectos fonéticos como semióticos, estético... justamente en lo que la mayoría de estudiosos consideran la piedra de toque del doblaje: la sincronía. Según la definición d... sincronía la coincidencia exacta en el tiempo de dos estímulos distintos que el receptor percibe perfectamente diferenciado... percibidos por el mismo sentido (oído: sincronía entre distintos instrumentos musicales) o por dos sentidos distintos (vista y

En el terreno del lenguaje audiovisual, esta coincidencia entre estímulos visuales y auditivos alcanza su punto culminante e... síncreis: "la soldadura irresistible y espontánea que se produce entre un fenómeno sonoro y un fenómeno visual momenta... momento independientemente de toda lógica racional". Es justamente el momento de síncreis el que en el doblaje permite... denomina la sincronía fonética, especialmente referida a la sincronía articulatoria y gestual entre las nuevas voces y el mov... de los actores en pantalla.

Fodor fundamenta su análisis a través del establecimiento de tres tipos de categorías referidas, todas ellas, a la sincronía,

- a. Sincronía fonética: cuando se consigue la unidad entre los movimientos articulatorios que se ven y los sonidos que se
- b. Sincronía de personaje: cuando se consigue la armonía entre el sonido de la voz dobladora, su acústica (timbre, inter... movimientos exteriores del actor/actriz.
- c) Sincronía de contenido: la congruencia entre el texto de la nueva versión y la trama de acción de la película... ineficacia de cada una de ellas se producirá una respectiva percepción de asincronía.

4.2 Audiovisión

Más allá de la escucha, más allá de ver y oír, el espectador de cine experimenta una audiovisión. Por eso, Chion propone c... lenguaje audiovisual, el sonido y la imagen se influyen mutuamente gracias al valor añadido recíproco. Chion (1990b:16) d... expresivo e informativo con el que un sonido enriquece una imagen dada, hasta hacer creer, en la impresión inmediata que... conserva, que esta información o esta expresión se desprende de modo 'natural' de lo que se ve, y está ya contenida en la... especialmente en el marco del sincronismo sonido/imagen y de manera recíproca. Es decir, gracias a esta conjunción soni... distinta que la percepción auditiva y visual de ese mismo sonido o esa misma imagen separadamente. O como bien dice C... modo diferente a lo que esta imagen muestra sin él, la imagen, por su parte, hace oír el sonido de modo distinto a como és... (1990b:31)

4.3 La expresión fonoestésica

5. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

A partir de los conceptos apuntados y de un pretest aplicado a 50 consumidores frecuentes de doblaje, nos planteamos los siguientes aspectos de la recepción del doblaje: Comodidad; inteligibilidad lingüística, identificación cultural; rapidez en la descodificación de la imagen; sincronía; adecuación entre la expresión fonoestésica de la voz dobladora y su referente visual; conocimiento de la eficacia de la experiencia diegética. Estos interrogantes guiaron el devenir de las entrevistas en profundidad.

6. CONCLUSIONES

La preferencia del doblaje como método de transferencia lingüística en el cine narrativo aparece fuertemente vinculada a la experiencia de los consumidores que identifican como alentadoras de un mayor abandono por la audiencia a la experiencia diegética que el cine en lengua original. Los consumidores de doblaje valoran prioritariamente esta mayor posibilidad de inmersión en la experiencia diegética que con la lectura de la subtitulación.

- La casi simultaneidad entre hablar y oír, la mayor rapidez en la descodificación de los contenidos verbales mediante la lectura de los subtítulos es un factor altamente gratificante para los consumidores de cine doblado.
- Este factor es valorado por cuanto favorece la percepción más íntegra y reposada de las imágenes en pantalla que la lectura de los subtítulos.
- Las voces dobladoras se comportan como verdaderos entes acústicos al identificar los receptores su causa en los actores.
- La asignación invariable de una misma voz dobladora a cada actor/actriz es un factor decisivo de eficacia en la recepción.
- Los principales factores de ineficacia del doblaje desde la recepción están referidos a:
 - la ruptura del binomio ideal: una voz – un actor y
 - a la identificación de una voz con su referente real que no se corresponde con la imagen en pantalla.
 - la inteligibilidad por el receptor de la lengua fuente de manera semejante a la lengua destino.

No obstante, estos factores son subordinados por el receptor a su prioritaria motivación de fruir de la experiencia diegética.

- Los consumidores de doblaje perciben en términos generales una satisfactoria sincronía entre el referente visual y la voz.
- Asimismo, asumen como verdadera la primera voz dobladora que perciben en cada actor/actriz.
- El conocimiento de la lengua destino del doblaje no es sólo su razón de ser, sino que es un factor determinante en la preferencia por el doblaje.
- La inteligibilidad de los contenidos verbales doblados estructura la visión de la interpretación de los actores en pantalla.
- En poblaciones bilingües, la preferencia de doblaje en la lengua primera está subordinada al aprendizaje adquirido mediante el consumo de filmes doblados en determinada lengua consumidos en el tiempo. Nuestra hipótesis según la cual "los receptores de la lengua destino" queda parcialmente demostrada. Creemos que podrá ser validada en condiciones futuras en el tiempo o distintas en las que cumplan los dos requisitos de bilingüismo y equidad en la oferta de doblaje en ambas lenguas.
- El consumo mayoritario y casi exclusivo de películas norteamericanas potencia un aprendizaje que permite a sus receptores percibir el lenguaje gestual de manera solidaria con la lengua del doblaje, de modo que los receptores no perciben asincronía entre la imagen y la voz.
- La prioritaria motivación de la audiencia de fruir o gozar de la experiencia diegética a través de los mecanismos de proyección narrativa les ofrece, así como el aprendizaje adquirido mediante el consumo reiterado y exclusivo de doblaje, subordinado al procedimiento de transferencia lingüística audiovisual, sus límites e incluso los que hemos identificado como factores de ineficacia. La asunción del doblaje como una convención cinematográfica más.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO DE LATINA EN BIBLIOGRAFÍAS:

Nombre de la autora, 2000; título del texto, en Revista Latina de Comunicación Social, número 25, de enero de 2000, en la siguiente dirección electrónica (URL):

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000yene/141vapalencia.html>