



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

Grado en Traducción e Interpretación

TRABAJO FIN DE GRADO

**Traducción audiovisual: Análisis de la traducción
del humor en la serie *The Office* (Daniels, 2005-
2013)**

Presentado por Adrián Marinero García

Tutelado por Verónica Arnáiz Uzquiza

Soria, 2019

ÍNDICE

1. RESUMEN Y ABSTRACT	4
1.1. Resumen	4
1.2. Abstract	4
2. INTRODUCCIÓN	5
2.1. Justificación	5
2.2. Objetivos.....	5
2.3. Metodología y plan de trabajo	6
3. LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL	9
3.1. La traducción audiovisual y sus modalidades.....	9
3.2 El texto audiovisual.....	9
3.2.1. Características del texto audiovisual	10
3.2.2. Géneros audiovisuales.....	11
3.2.2.1. La comedia de situación	13
3.2.2.2. El falso documental	15
3.2. El humor	17
3.4. La traducción del humor en textos audiovisuales.....	17
4. ANÁLISIS DE LA TRADUCCIÓN DEL HUMOR EN <i>THE OFFICE</i> (DANIELS, 2005-2013).....	20
4.1. Categorías de chiste o fragmento humorístico.....	20
4.2. Fragmentos humorísticos en el TO. Casos totales	22
4.2.1. Resultados generales	22
4.2.1.1. Resultados del <i>chiste internacional y binacional</i>	22
4.2.1.2. Resultados del <i>chiste paralingüístico</i>	23
4.2.1.3. Resultados del <i>chiste cultural-institucional</i>	23
4.2.1.4. Resultados del <i>chiste lingüístico-formal</i>	23
4.2.1.5. Resultados del <i>chiste nacional</i>	24
4.2.1.6. Resultados del <i>chiste no verbal</i>	24
4.2.1.7. Resultados del <i>chiste complejo</i>	25
4.3. Traslado de categorías humorísticas del TO al TM	27
4.3.1. Cambios de categoría del TO al TM.....	28
4.3.1.1. Cambio de categoría del <i>chiste cultural-institucional</i>	28
4.3.1.2. Cambio de categoría del <i>chiste nacional</i>	29
4.3.1.3. Cambio de categoría del <i>chiste lingüístico-formal</i>	29
4.3.2.4. Cambio de categoría del <i>chiste no verbal</i>	30

4.3.1.5. Cambio de categoría del <i>chiste complejo</i>	30
4.3.2. Fallos de traslado de categoría del TO al TM	31
4.4. Fragmentos humorísticos en el TM. Casos totales	32
5. CONCLUSIONES	34
6. BIBLIOGRAFÍA.....	36
7. ANEXOS	
Anexo 1. Transcripción del episodio 1 (inglés).	
Anexo 2. Transcripción del episodio 2 (inglés).	
Anexo 3. Transcripción del episodio 3 (inglés).	
Anexo 4. Transcripción del episodio 4 (inglés).	
Anexo 5. Transcripción del episodio 5 (inglés).	
Anexo 6. Transcripción del episodio 6 (inglés).	
Anexo 7. Transcripción del episodio 1 (español).	
Anexo 8. Transcripción del episodio 2 (español).	
Anexo 9. Transcripción del episodio 3 (español).	
Anexo 10. Transcripción del episodio 4 (español).	
Anexo 11. Transcripción del episodio 5 (español).	
Anexo 12. Transcripción del episodio 6 (español).	
Anexo 13. Listado de fragmentos humorísticos etiquetados.	

1.RESUMEN Y ABSTRACT

1.1. Resumen

Con el auge de los productos audiovisuales durante estas dos últimas décadas debido a la aparición de nuevos medios de difusión, como las plataformas de vídeo en línea (*Netflix, HBO, Prime Video*), consideramos que es necesario analizar el grado en el que la traducción audiovisual se realiza con éxito, trasladando toda la información del texto original al texto meta. Entre los elementos susceptibles de generar dificultades de traducción, tenemos aquellos que dependen de referencias culturales como puede ser el humor. Ya que son muchos los productos audiovisuales de carácter cómico exportados de forma internacional, en este trabajo, queremos analizar el humor en el doblaje al español de la serie de televisión estadounidense *The Office* (Daniels, 2005-2013), una comedia de situación con formato de falso documental. En dicho análisis, pretendemos categorizar los tipos de chistes que encontremos a lo largo de su primera temporada en función de las dificultades que plantea su traducción y observar en qué grado se consigue adaptar o conservar el efecto cómico generado en el texto origen al traducirlo al español.

Palabras clave: traducción audiovisual, humor, doblaje, *The Office* (Daniels, 2005-2013), chistes

1.2. Abstract

In the last two decades, the importance of audiovisual products has peaked, partially ought to new, emerging broadcasting media such as video streaming platforms (*Netflix, HBO, Prime Video*). Due to this situation, we find the need to analyse how often audiovisual translations are successfully delivered –transferring every bit of information from source texts to target texts. Humour, which usually depends on cultural references, is one of the most frequent text elements that pose huge translation difficulties. Since comedy is a large part of internationally exported audiovisual products, the aim of this paper is to analyse the humour of the Spanish dubbed version of the American TV show *The Office* (Daniels, 2005-2013), a mockumentary sitcom. The aim of said analysis is to classify the jokes identified throughout the first season of the show based on the translation difficulties they pose and to analyse how often the comedic effect produced is transferred from the source text to its Spanish translation.

Key words: audiovisual translation, humour, dubbing, *The Office* (Daniels, 2005-2013), jokes

2. INTRODUCCIÓN

2.1. Justificación

Estamos a punto de poner el punto final al último de los cuatro años que componen el Grado en Traducción e Interpretación, pero antes de cerrar nuestros estudios en el Campus Duques de Soria de la Universidad de Valladolid, es necesario elaborar un Trabajo Final de Grado (al que llamaremos TFG) para poner en práctica los conocimientos obtenidos a lo largo de nuestra formación.

La elección del objeto del trabajo surge a raíz del gran interés que hemos tenido desde la adolescencia por las series de comedia estadounidenses y por el ámbito audiovisual, en general.

Este trabajo, *Traducción audiovisual: Análisis de la traducción del humor en la serie The Office (Daniels, 2005-2013)*, tiene como objetivo principal realizar un análisis contrastivo de los fragmentos humorísticos de carácter textual o textual-visual (es decir, que como mínimo haya algo de texto en la escena, aunque este no tenga incidencia en el humor generado por la escena) de la traducción audiovisual al castellano realizada en la modalidad de doblaje de la primera temporada de la serie estadounidense *The Office* (Daniels, 2005-2013). Elegimos esta serie por tratarse de un gran fenómeno fan en todo el mundo, traducida a multitud de idiomas diferentes y, específicamente, al castellano para España: país en el que instauró una amplia base de aficionados, de forma que fue capaz incluso de aparecer en reportajes de periódico como despedida tras su última temporada (Marcos, 2013).

Para elaborar el presente trabajo hemos hecho uso de algunas de las competencias que hemos obtenido a lo largo del Grado en Traducción e Interpretación, pues ahora tenemos la capacidad de extraer información de textos y representarla gráficamente, hemos sido capaces de aplicar los conocimientos obtenidos sobre el área de la Traducción y las Humanidades en este trabajo de investigación, de encontrar fuentes documentales fiables para su elaboración y, además, hemos sabido reconocer el valor de la traducción como difusora de la cultura.

2.2. Objetivos

Con la realización de este trabajo pretendemos responder a unas preguntas concretas: ¿se ha trasladado el humor textual y textual-visual de forma satisfactoria al TM?, ¿en qué casos no ha sido posible y cómo se ha abordado el fallo de traslado?, ¿qué categorías predominan en el TO? ¿Y en el TM? Para responder a estas preguntas, hemos establecido unos objetivos que pretendemos cumplir al final del análisis de fragmentos

humorísticos de los seis episodios que conforman la primera temporada de la serie *The Office* (Daniels, 2005-2013):

- **Objetivo principal:** etiquetar todos los fragmentos humorísticos de carácter textual o textual-visual que identificamos a lo largo de la primera temporada de la serie objeto del estudio según una clasificación (Zabalbeascoa, 2001b) de tipos de chiste según las dificultades que estos plantean para su traducción audiovisual. Observar y analizar el número de casos por categoría y anotar qué chistes predominan en el texto origen del producto audiovisual.
- **Objetivos secundarios:**
 - o En primer lugar, queremos analizar en cuántos de estos casos se realiza un traslado de la categoría humorística del texto origen al texto meta de forma satisfactoria, en cuántos esta categoría cambia de un texto a otro y en cuántos no se consigue trasladar, perdiendo la carga humorística del original.
 - o En segundo lugar, queremos analizar el número de casos de cada categoría en el texto meta para comprobar si la predominancia de cada categoría es la misma en el TM.
 - o En tercer lugar, queremos comparar los casos del TO y del TM para comprobar si se dan diferencias humorísticas de ambas versiones.

2.3. Metodología y plan de trabajo

Para comenzar nuestro trabajo, buscamos un objeto de estudio para el trabajo. *The Office* (Daniels, 2005-2013), la serie elegida, se trata de una adaptación de la serie británica homónima de la *BBC*, *The Office* (Gervais, 2001-2003), de la que se acabó desligando. La versión británica, de la que solo se produjeron dos temporadas por su baja audiencia, tiene un argumento muy similar al de la estadounidense, con la excepción de situarse en una oficina de una empresa de papel de Inglaterra y no de EE. UU, y utilizar recursos humorísticos propios del humor inglés. A pesar de no tener mucha audiencia durante su emisión, hoy es una de las comedias británicas más exportadas de la historia y tiene una gran importancia en la evolución del género de *comedia de situación* que veremos más adelante.

La serie escogida para el trabajo, *The Office* (Daniels, 2005-2013), trata las experiencias de los trabajadores de una oficina de una empresa de papel estadounidense ficticia, quienes viven situaciones cómicas y a veces disparatadas a partir de situaciones cotidianas. El formato de grabación de documental viene justificado porque, según el argumento de la serie, en el primer episodio se comienza a rodar un documental acerca de la oficina y sus trabajadores, su actividad y sus vidas personales. Está protagonizada por Steve Carrell, Rainn Wilson, John Krasinski, Jenna Fischer, y B. J. Novak y a partir de la tercera temporada Ed Helms se une al elenco principal.

La serie está compuesta por 9 temporadas que recogen un total de 188 episodios con una duración media de 22 minutos por episodio, con la excepción de algunos que, a partir de la segunda temporada, alcanzan la hora de duración. Mientras que la primera temporada está compuesta por tan solo 6 episodios, siguiendo el modelo de la versión británica, el resto tienen entre 19 y 25 episodios cada una. El último episodio de la serie se emitió en 2013 en la cadena estadounidense *NBC*, finalizando así su emisión en televisión en EE. UU. En España, tan solo estuvo disponible en televisión a través del canal de pago *TNT*¹ y desde que finalizó su emisión en televisión no ha vuelto a estar disponible (si omitimos los DVDs a la venta) hasta 2018, cuando *Amazon Prime* la incluyó en su catálogo de series en *streaming*. Incluimos esta serie dentro del género de *falso documental* y *comedia de situación* o *sitcom*, géneros en los que ahondaremos más adelante en el marco teórico del trabajo.

Hemos decidido trabajar únicamente con la primera temporada por su similitud con su homónima británica y debido a que muchas de sus características (número de episodios, caracterización de algunos personajes, uso de extras) varían respecto al resto de temporadas, que mantienen unas características más establecidas. Tras tener una idea aproximada acerca de cómo nos interesaba abordar el objeto de estudio de este trabajo, organizamos la carga de trabajo en cuatro fases diferentes.

La primera fase consistió en obtener el texto original de los seis episodios que conforman la temporada, para lo que utilizamos una página web dedicada a la transcripción de todo tipo de series, *Forever Dreaming Transcripts (s.f.)*, donde pudimos encontrar las transcripciones con las que más tarde trabajaríamos. Tras comprobar la calidad de las transcripciones comparándolas con el vídeo original y ver que el texto coincidía con el diálogo de los episodios, corregimos los errores ortográficos que pudieran tener y eliminamos la censura aplicada sobre ciertas palabras consideradas tabú.

La segunda fase, ya que elegimos el doblaje como modalidad con la que trabajar, consistió en transcribir de forma manual la versión española del doblaje de los episodios con los que pretendíamos trabajar desde la plataforma de películas y series en *streaming Amazon Prime*, de forma que visionamos cada episodio y realizamos una escucha y escritura simultánea de su audio hasta obtener las transcripciones completas del doblaje al castellano de los seis episodios.

La tercera fase consistió en la búsqueda y análisis de contenidos teóricos para redactar nuestro bloque teórico, el cual necesitaremos para elaborar el presente trabajo. Este consiste en una contextualización acerca del texto audiovisual, los géneros

¹ Emitida en España del 1 de mayo de 2007 a 2016. (Mundoplus.tv, 2007; Morillo, 2018)

audiovisuales y aquellos con los que trabajaremos: la *sitcom* y el *falso documental*, así como lo que entendemos por humor (chiste, fragmentos humorísticos) y la elaboración de una clasificación con la que realizaremos el análisis en el que se basa el trabajo. Por supuesto, toda la documentación utilizada para la elaboración del trabajo la referenciamos debidamente según la normativa APA en la bibliografía, al final del trabajo.

La cuarta fase, una vez conseguimos el material necesario del texto origen y del texto meta, consistió en realizar la identificación y clasificación de los fragmentos humorísticos de carácter textual o textual-visual en el texto origen (Zabalbeascoa, 2001b) y su equivalencia en el texto meta. Dicha identificación y clasificación se preparó en una sola tabla de Excel. A partir de esta, observamos y anotamos el número de casos en los que se mantiene, se pierde o se modifica cada uno de los tipos de chiste y, en el caso de la modificación, cuál es el nuevo tipo de chiste resultante. Los resultados obtenidos a partir de este análisis están explicados y analizados adecuadamente y vienen acompañados por gráficas y tablas a lo largo del presente trabajo para facilitar su comprensión.

Tras finalizar el estudio, redactamos las conclusiones obtenidas acerca del trabajo, en las que consideramos si las hipótesis planteadas al principio se cumplen o no y si hemos logrado nuestros objetivos y, finalmente, elaboramos un resumen del trabajo.

3. La traducción audiovisual

Ya que el objeto de nuestro trabajo se trata de un producto audiovisual y vamos a hacer un estudio de su traducción, antes de adentrarnos en otros temas, conviene explicar en qué consiste la traducción audiovisual.

3.1. La traducción audiovisual y sus modalidades

La traducción audiovisual es la especialidad que se ocupa de la traducción de textos audiovisuales. Dentro de la traducción audiovisual, existen diferentes modalidades de traducción y se utilizan unas u otras en función del país y la audiencia para la que se realiza dicha traducción y, en ocasiones, del género del producto audiovisual, punto que veremos más adelante.

Las modalidades principales de traducción audiovisual, según Mayoral (1998) y explicadas por Orrego (2013) y Chaume (2003) son el doblaje, que consiste en la sustitución de los diálogos y voces originales por otros traducidos al lenguaje de llegada y que añade la dificultad de la sincronización labial (proceso del que no se encarga el traductor); el subtulado, modalidad en la que se transporta el texto original a uno mostrado en pantalla (limitado a una o dos líneas por el ritmo de los diálogos); las voces superpuestas, modalidad en la que se superpone el audio traducido sobre el original, que se mantiene con un volumen reducido; la narración, que consiste en la mera lectura, sin interpretación, del texto traducido, similar a las voces superpuestas y la interpretación simultánea, que consiste en la traducción a la vista del guion o de unos subtítulos, generalmente usada durante la proyección de películas.

3.2 El texto audiovisual

Tras hablar de la traducción audiovisual en sí, debemos explicar en qué consiste el objeto de dicha traducción. El texto audiovisual se caracteriza por el uso combinado de dos códigos de signos de forma simultánea, el verbal y el no verbal, pero también hace uso de dos canales de comunicación, el acústico y el visual (de ahí *audiovisual*) (Zabalbeascoa, 2001a). De esta manera, al contar con dos códigos de signos diferentes, a la hora de traducir este tipo de textos es necesario tener en cuenta unos elementos propios de este género, como la concordancia entre texto e imagen, que no encontramos en la traducción de otro tipo de textos de carácter únicamente verbal. Algunos de estos elementos establecen una relación entre texto e imagen de forma que se crea una dependencia entre códigos y limita las posibles soluciones que se puedan aportar a una dificultad de traducción, ya que no es lo mismo traducir un texto independiente que uno condicionado por otro código de signos. Por ejemplo, una situación en la que en el texto origen se haga un juego de palabras con la palabra *naranja* mientras dicho elemento se muestra en pantalla, pero dicho juego de

palabras no tenga correspondencia directa en el texto meta, añade una dificultad a su traducción.

3.2.1. Características del texto audiovisual

Aunque existe una gran variedad de tipos de texto audiovisual, cada uno con sus propias características, queremos centrarnos en las características que comparten todos los textos audiovisuales. Agost (1999, pp.24-26), clasifica las características comunes del texto audiovisual utilizando tres puntos de vista diferentes:

- Desde un punto de vista pragmático, el texto audiovisual se caracteriza por los participantes del acto comunicativo, las situaciones de comunicación y la intención comunicativa del texto. Los participantes del acto comunicativo se dividen en receptores, que serían los posibles espectadores o telespectadores y que al final se trata de un público heterogéneo, indefinido; y en emisores entre los que podemos encontrar presentadores de TV, reporteros, artistas, etc., pero en realidad el emisor primario es un director, productor de TV o una cadena de televisión, quienes condicionan el mensaje. Respecto a la situación comunicativa, en el caso de los productos audiovisuales casi siempre se regula por criterios económicos, ya que tanto el cine como la televisión son medios que pretenden generar unos beneficios económicos y con el tiempo se han convertido en grandes industrias. Hoy en día, además del cine y la televisión, también contamos con las plataformas de vídeo en línea, que se han convertido en importantes medios de difusión de productos audiovisuales, la publicidad en paneles digitales, las secuencias de vídeo propias de algunos videojuegos, etc. Por último, Agost comenta que la intención comunicativa depende mucho de cada texto, pero la misión principal de estos productos suele ser distraer, informar, convencer o entretener al receptor llegando incluso a tratar de modificar el pensamiento y la conducta del público. La autora habla de cómo estos tres elementos pragmáticos nos hacen pensar en las funciones del lenguaje y establece que, en definitiva, los textos audiovisuales se caracterizan de forma general por tener una intencionalidad diversa en la que predomina la exposición, y dentro de esta, señala Agost, predominan la narración (por ejemplo, en las películas) y la instrucción (en los anuncios).
- Desde un punto de vista de la situación comunicativa, el texto audiovisual está caracterizado por las variedades de uso y de usuario. Respecto a las variedades de uso, este tipo de textos se caracteriza por el modo audiovisual, por englobar todos los niveles del lenguaje y por incluir todo tipo de temas. Por ello, la autora afirma que el texto audiovisual puede incluir todos los registros y dialectos; es

decir, que podemos tener lenguajes especializados en los documentales; lenguajes coloquiales y argots en películas, y utilizar, en cambio, un lenguaje estándar en los informativos.

- Desde un punto de vista semiótico, la característica principal del texto audiovisual es el género, el elemento fundamental de esta dimensión. Sin embargo, el discurso también es un elemento de gran importancia en los textos audiovisuales y podemos apreciarlo a diario en los informativos documentales, reportajes y otros formatos audiovisuales, en los que nos encontramos con discursos de diversas ideologías bastante marcadas. Esto se debe a que los medios de comunicación audiovisual no solo se mueven por motivos económicos, sino que también tienen unas razones ideológicas. A pesar de la importancia del discurso, el género sigue constituyendo el elemento más importante del texto por su relación con otros tipos de textos (periodísticos, literarios, publicitarios, etc.).

Con la información extraída desde estos tres puntos de vista, concluimos que el texto audiovisual es un texto que incluye todos los niveles del lenguaje y puede usar cualquier registro y tratar cualquier tema; que su objetivo es distraer, convencer, entretener e incluso modificar la conducta del público, el cual es amplio e indefinido, y que lo hace a través del medio audiovisual. Además, la intencionalidad dominante de este tipo de texto es la exposición.

Como ya mencionamos al comienzo de este apartado, debemos indicar cuáles son los géneros audiovisuales antes de adentrarnos en uno concreto, ya que hemos visto que se trata de un elemento de gran importancia.

3.2.2. Géneros audiovisuales

En 1999, Agost (1999, p.31) realiza una clasificación de los géneros audiovisuales de la época teniendo en cuenta criterios semióticos, pragmáticos y comunicativos, a partir de los cuales decide que una buena manera de establecer una tipología de géneros es realizando una diferenciación entre géneros dramáticos, informativos, publicitarios y de entretenimiento. Así, la autora nos ofrece una tabla en la que se clasifican los géneros audiovisuales en las cuatro categorías mencionadas anteriormente:

Géneros dramáticos	
<i>narrativo</i>	películas (del oeste, ciencia ficción, policíacas, comedias, dramas, etc.), series, telenovelas, telefilmes, dibujos animados, etc.
<i>narrativo + descriptivo</i>	películas (documentales, filosóficas)
<i>narrativo + expresivo</i>	teatro filmado, películas (musicales, literarias), ópera filmada, canciones
Géneros informativos	
<i>Narrativo</i>	documentales, informativos, reportajes, <i>reality-shows</i> , <i>docudramas</i> , <i>programas de sociedad</i> , etc.
<i>narrativo + descriptivo</i>	documentales, reportajes
<i>narrativo + argumentativo</i>	docudramas, reportajes (ideológicos)
<i>Expositivo</i>	programas divulgativos, culturales
<i>expositivo + instructivo</i>	programas destinados al consumidor, al ciudadano, programas sobre cocina, bricolaje, jardinería, etc.
<i>argumentativo</i>	reportajes
<i>conversacional</i>	entrevista
<i>argumentativo + conversacional</i>	debates, tertulia
<i>Predictivo</i>	previsión meteorológica
Géneros publicitarios	
<i>Instructivo</i>	anuncios
<i>instructivo + conversacional</i>	anuncios dialogados
<i>instructivo + expositivo</i>	campañas institucionales de información y prevención, publirreportaje, venta por televisión, propaganda electoral
Géneros entretenimiento	
<i>narrativo</i>	crónica social
<i>instructivo</i>	programas de gimnasia
<i>conversacional</i>	concursos, magazines
<i>representativo</i>	retransmisiones deportivas
<i>expresivo</i>	programas de humor
<i>predictivo</i>	horóscopo

Tabla 1. Cuadro general de los géneros audiovisuales (Agost, 1999: p.31)

Aunque este cuadro resulte obsoleto por haber sido elaborado en 1999, nos sirve de base para acercarnos al ámbito que nos interesa: el de las series de televisión. Para acompañar los datos aportados por Agost, aportamos una nueva clasificación más reciente de *hipergéneros*² únicamente televisivos, (ya que nuestro objeto de análisis es una serie de televisión) que señalan los géneros tradicionales y las nuevas incorporaciones de estos últimos años, elaborada según Gordillo (2009, pp.39-41):

² Según Gordillo (2009), son las categorías primarias, que engloban el resto de los géneros.

Hipergénero ficcional	
tradicionales: <i>teleafilmes, teleteatro, teleseries, teledramas (telenovelas), series de acción, cine, dibujos animados y otros productos infantiles.</i>	nuevas tendencias de series ficcionales televisivas, difíciles de clasificar por su hibridación de fórmulas y géneros
Hipergénero informativo	
tradicionales: <i>noticiarios, documentales, reportajes, entrevistas, debates, informativos temáticos</i>	nuevas modalidades: infoshow, infohumor, otros formatos híbridos no consolidados
Hipergénero docudramático	
tradicionales: <i>reality-shows de convivencia, de supervivencia o de superación, talk shows, docuseries, coaching show, celebrity show.</i>	nuevas modalidades no consolidadas nacidas de mezclas de dentro de este hipergénero provenientes de la hibridación de dos macrogéneros tradicionales: <i>dramático, informativo</i> (Agost, 1999)
Hipergénero publicitario	
tradicionales: <i>spots tradicionales, promociones televisivas, publicidad de servicios públicos e institucionales</i>	nuevos formatos: <i>televanta, brand placement o product placement, bartering, merchandising y patrocinio</i>
Hipergénero de variedades y entretenimiento	
tradicionales: <i>modalidades musicales, variedades, concursos, magazines, programas religiosos, conciertos, retransmisiones deportivas, taurinas</i>	modelos recientes: <i>infoentertainment, late shows</i>

Tabla 2. Cuadro general de los Hipergénero televisivos (Gordillo, 2009: pp. 39-41). Elaboración propia.

En esta nueva clasificación, observamos que en el *hipergénero docudramático* se sitúan modalidades no consolidadas, mezcla de los *macrogéneros dramático e informativo*, provenientes de la teoría de Agost (1999), pero también en el *hipergénero ficcional* se habla de series ficcionales híbridas en cuanto a fórmulas y géneros. Por ello, situaríamos *The Office* (Daniels, 2005-2013), la serie objeto de nuestro estudio entre ambos hipergéneros, tratándose de un producto ficcional-docudramático por tratarse de una *comedia de situación* (una teleserie cómica, híbrido de los géneros dramático y narrativo) con formato de *falso documental* (que combina los géneros dramático e informativo). Para entender el porqué de esta clasificación, profundizaremos acerca de estos dos géneros.

3.2.2.1. La comedia de situación

Entre los géneros que plantea Agost (1999) encontramos el género dramático-narrativo y dentro de este la serie de televisión. Dentro de las series de televisión, los géneros principales son la comedia y el drama, pero no debemos separarlos como algo aislado ya que de forma muy habitual se conjuntan entre ellos añadiendo drama a la comedia y viceversa (Padilla y Requeijo, 2010). Según Padilla y Requeijo (2010), dentro de la serie de televisión, uno de los géneros que más éxito tiene es la comedia de situación.

La comedia de situación nació en los años 50 en Estados Unidos, donde se la denomina *sitcom*, un nombre generado por la contracción de *situation comedy*. Es un género con gran importancia entre el público estadounidense y también en Reino Unido, donde la

BBC lo define como: «Comedia en serie de televisión que presenta el mismo conjunto de personajes en cada episodio, en situaciones divertidas que son similares a las de la vida cotidiana» (López, 2008: p.17, en Padilla y Requeijo, 2010).

Según Bonaut y Grandío (2009), la comedia de situación clásica (aprox. 1950-2000) se caracteriza por:

- Un sistema de producción estandarizado. Tiene argumentos cerrados en cada capítulo y una duración no superior a los 22 minutos, se rueda en interiores con un público en directo utilizando un decorado único dividido en *sets*, de forma que los escenarios utilizados son los mismos en todos los episodios. Además, en ocasiones se utilizan *risas enlatadas* para realzar los momentos de humor.
- Una estructura narrativa y realización fotográfica convencional. Respeta la estructura de tres actos, aunque su guion está condicionado por los cortes publicitarios, por lo que se utilizan *cliffhangers*³ antes de la pausa publicitaria. Según los autores, lo más característico de la estructura narrativa es el uso de un prólogo, un epílogo y las risas enlatadas. El prólogo es un fragmento corto cuyo objetivo es captar la atención de la audiencia y asegurar que seguirán viendo la serie aun después del corte publicitario, mientras que el epílogo es una especie de chiste final presentado durante los créditos. Está formada por pocas escenas de larga duración y se usan varias cámaras con apenas movimiento para su grabación.
- Un humor logrado por medio de chistes, *gags* visuales y sonoros. En este género los personajes hablan más que actúan, por lo que la comicidad recae sobre los diálogos. El método más habitual para conseguir humor verbal es el chiste y, según ciertos manuales un buen diálogo de *sitcom* utiliza algún comentario gracioso cada 10 o 15 segundos (como se cita en Bonaut y Grandío, 2009). El esquema habitual consiste en un personaje preparando una situación y otro rematándola con un chiste. También es muy habitual el uso de chistes recurrentes.
- Una temática tradicional con personajes basados en estereotipos. Las *sitcom* eran en general comedias de situación domésticas protagonizadas por una familia nuclear, pero poco a poco se incorporan otras temáticas como las profesionales. Según los autores, las *sitcoms* han ido reflejando las evoluciones temáticas de la sociedad.

³ «Recurso de guion habitual en el drama para la creación de suspense y que consiste en mantener una trama central de la serie abierta, inacabada, para fomentar la fidelización entre los espectadores» (Bonaut y Grandío, 2009).

Con la finalización de las sitcoms clásicas y referenciales *Frasier* (Angell, 1993-2004) y *Friends* (Kauffman, 1994-2004) se marca el final de una etapa. Surgen series que rompen los esquemas de las sitcom tradicionales como es el caso de *The Office* (Gervais, 2001-2003) que mezcla estilos dentro del género de comedia de situación utilizando el falso documental (del que hablaremos en el próximo apartado) y el *docusoap*⁴ con fines humorísticos. Se dan bastantes cambios en las características de la sitcom clásica nacida en los años 50, en su realización y en la producción del humor, que documentan Bonaut y Grandío (2009):

- La duración de los episodios alcanza los 30 minutos; se da un aumento en el número de escenas de forma que mejora el ritmo de la narración; desaparecen las *risas enlatadas*; hay mayor presencia de un narrador; hay un incremento y variedad temática; se mezclan géneros audiovisuales y formatos (*reality-shows*, docudramas, dramedia, documental, *mockumentary*, etc.).
- Se abandonan los decorados de estudio y se graban más escenas de exterior; se utiliza la realización con una cámara y se abandona el estilo multicámara de estudio; se asimilan estrategias propias del documental y del docudrama, como el movimiento de cámara, los testimonios y entrevistas, la cámara en mano, etc.; los movimientos de cámara son más complejos influenciados por el cine; se utilizan cámaras digitales de alta definición para facilitar el movimiento y la producción.
- La ironía y el subtexto gana importancia, así como lo anecdótico y lo absurdo; existe una presencia activa del espectador ya que la cámara es visible y presente y se le introduce como agente humorístico; como consecuencia, el silencio se vuelve vital, siendo capaz de aumentar el absurdo y generar incomodidad al espectador (sustituye a la risa enlatada); el narrador tiene función de relator omnisciente pero juega con una función crítica creando la situación humorística y condicionándola, por influencia del *reality-show*.

3.2.2.2. El falso documental

Como ya hemos mencionado previamente, la serie escogida para este trabajo se enmarca, además de dentro del género de comedia de situación, en el de falso documental por el método de grabación y realización audiovisual utilizado en la serie.

Entre los géneros propuestos por Agost (1999), incluimos el falso documental en el género informativo-narrativo, junto a los docudramas a los que se asemeja. Según Gómez y

⁴ Serie de televisión con formato documental en la que se graba la vida de personas corrientes con la intención de presentarlo como entretenimiento o drama (Collins, 2019).

Casal (2015), «el documental hace tiempo que mostró su capacidad para persuadir acerca de la realidad situando ante la cámara meras reconstrucciones de esta». En cambio, el falso documental parte de la premisa de fingir, muy diferente a la del documental, y ejecute un simulacro de la realidad imitando las fórmulas del documental convencional (García, 2014: p.140, en Gómez y Casal, 2015). Gómez y Casal (2015) explican la diferencia entre un falso documental y un documental falso, recalcando que no se trata solo de un juego de palabras: el documental falso es aquel que pretende dar una versión sesgada de la realidad, manipulando y ocultando pruebas para dar a la audiencia un argumento sugerente, con o sin fines propagandísticos, pero sin aclarar nunca su intención, que permanece oculta. El falso documental, manipula y especula, pero acaba resolviendo la situación en favor de la verdad, cosa que el documental falso no hace, pues pretende demostrar lo indemostrable forzando la realidad.

Sextro (Sextro, 2009: p.9) nos recuerda que el falso documental se trata de una obra audiovisual con forma documental y fondo de ficción. Esto lo diferencia de las películas o series: tienen forma de ficción sobre contenido de ficción; de los documentales puros: tienen forma y contenido documentales; y de los docudramas: con forma de ficción (reconstrucciones con actores) para un fondo documental (describen un hecho real) (Gómez y Casal, 2015).

Como pionero del género, destacamos el programa de radio *La guerra de los mundos* (Welles, 1938), en el que se recuerda al espectador de forma constante que se trata de una ficción a pesar de su forma documental. Según Gómez y Casal (2015), el falso documental es una hipótesis fantástica que inventa un suceso no real que presenta como sucedido y que trata de llamar la atención a la audiencia por medio de recursos expresivos propios de los documentales reales completados con elementos nuevos para variar su significado original. El falso documental imita la forma, pero de forma diferente, y trata de realizar una escalada progresiva de golpes de efecto continuos hacia lo inverosímil. En última instancia, el falso documental desvela el artificio y lleva al espectador a una reflexión. En resumen, los autores destacan entre sus características fundamentales las siguientes:

- Se trata de una obra de ficción con fondo documental.
- Propone como verdad una realidad inventada.
- Usa la manipulación para su demostración.
- Incrementa la inverosimilitud de cada nueva prueba en su testimonio.
- Al final, desvela el artificio de la obra.

Ya que el producto objeto de nuestro estudio se trata una comedia de situación con formato de falso documental, precisamos hablar sobre lo que es el humor, los chistes y los fragmentos humorísticos.

3.2. El humor

Según Jáuregui y Fernández (2009), el humor tiene muchas acepciones e incluso dentro del mundo académico no existe un acuerdo acerca de su definición. Ellos lo definen como «cualquier estímulo potencial de la risa: juegos, bromas, chistes, viñetas, situaciones embarazosas, incongruencias, inocentadas, cosquillas...». Afirman que, en el idioma ordinario, esa también es la acepción más común, y citan tipos de humor como el *humor negro, verde, absurdo, gráfico*, etc., pero también consideran humor a «casos de humor no intencional, como los despistes, las “meteduras de pata” o las torpezas» (Jáuregui y Fernández, 2009). Asimismo, incluyen en la categoría de humor algunos estímulos de la risa que pueden resultar obscenos, crueles, blasfemos... En definitiva, no existe una teoría general aceptada que explique de qué manera se provoca la risa, pero consideran que «si alguien se ríe, es que “algo” ha puesto en funcionamiento el mecanismo de la hilaridad, y a ese “algo” lo llamamos humor» (Jáuregui y Fernández, 2009).

Respecto al chiste, o lo que denominaremos a lo largo del trabajo como fragmentos humorísticos, Sigmund Freud (1905) cede la carga humorística del chiste a un tercero y plantea que, a la hora de narrar un chiste, ha de haber siempre un receptor al que se le invita a «la agresión común -compartida- y a la regresión común». En el chiste, para Freud, existen dos tipos de motivaciones, el chiste inocente, con el único objetivo de hacer una gala de ingenio y el chiste tendencioso, con una intención hostil u obscena. En este último caso incluimos las afirmaciones satíricas, irónicas y ridiculizantes, que causarán un efecto cómico o placer en quien los crea o los escucha, pues suponen una transgresión de la norma ante temas y figuras concretos (Freud, 1905 en Sánchez, 2018).

Según Freud (1905), la risa es un medio de canalizar la tensión emocional pero también un desafío a lo represor. Mediante el chiste, dice el autor, es posible romper con la norma y los tabúes de una forma civilizada, superando la cohibición que sufre una persona o una sociedad. De ahí que existan temáticas tan diversas acerca de los chistes y que estos puedan generar un efecto cómico en un grupo de personas, pero no en otros, pues todo tiene que ver con el inconsciente de cada individuo (Freud, 1905 en Sánchez, 2018).

Una vez presentados los géneros audiovisuales en los que se enmarca nuestro objeto de estudio y explicadas las nociones básicas sobre el humor y los chistes, hablaremos de la traducción del humor en ese ámbito y la clasificación que utilizaremos en el análisis del humor, que es el tema que nos interesa abordar.

3.4. La traducción del humor en textos audiovisuales

Tras hablar un poco sobre lo que consiste la traducción audiovisual y sus diferentes modalidades, qué es el texto audiovisual y explicar las nociones básicas sobre el humor, nos

centraremos en la traducción del humor en textos audiovisuales. Como ya hemos explicado previamente, en el presente trabajo analizaremos una serie doblada al español, por lo que debemos tener en cuenta las características de esta modalidad a la hora de analizar la traducción.

Para poder abordar la traducción del humor en este tipo de textos, hemos recurrido a una propuesta de clasificación de chistes aportada por Zabalbeascoa (2001b), la cual utilizaremos para clasificar y analizar los fragmentos humorísticos del texto origen y del texto meta. En función del tipo de chiste con el que nos encontremos, la técnica de traducción será diferente, pero ya que nuestro objetivo no es proponer una nueva traducción, sino analizar una existente, nos centraremos solo en la tipología de chistes.

A continuación, explicamos la clasificación de chistes que nos propone Zabalbeascoa (2001b) según los problemas que suponen estos para la traducción audiovisual:

- El *chiste internacional* no depende de ningún juego de palabras o familiaridad con un contexto cultural específico. Esto no quiere decir que sea *universal*, sino que esta falta de restricción lingüística/cultural se entiende que es válida para grupos limitados de lenguas y culturas. Por otro lado, en la misma categoría, el autor cita que, al traductor en un encargo, le importa solamente que este sea un chiste *binacional*, es decir, que esa internacionalidad abarque los ámbitos del texto origen y del texto meta. Por último, señala que los *chistes internacionales* suelen ser conceptuales y situacionales.
- El *chiste cultural-institucional* es aquel tipo de chiste que requiere una solución en la que se adapten o cambien las referencias a instituciones o elementos culturales y nacionales para lograr el efecto humorístico en una audiencia objetivo no familiarizada o no identificada con ellos. Por ejemplo, se suelen sustituir las marcas comerciales o nombres de famosos por otros más familiares para el espectador.
- El *chiste nacional* está formado por estereotipos, temas (divorcio, emigración, educación) y géneros cómicos (farsa, parodia literaria, sátira política, etc.) propios de una coyuntura histórica o de la comunidad original, menos conocidos o populares en otras. Se incluye el aspecto llamado *sentido del humor nacional* de cada país o comunidad.
- El *chiste lingüístico-formal* depende de fenómenos lingüísticos (polisemia, homonimia, rima, referencias metalingüísticas, etc.) pero suele ser bastante internacional y podrían traducirse fácilmente si se cancelara la restricción lingüística, es decir, si se diera que la lengua del TM puede realizar el mismo tipo

de juego lingüístico. Esta categoría incluye aquellos chistes cuya única intención es mostrar relaciones entre signos lingüísticos y sus usos pragmáticos.

- El *chiste no verbal* es todo aquel chiste que no depende de ningún elemento verbal. Sus recursos humorísticos incluyen elementos visuales, sonoros y una combinación de ambos.
- El *chiste paralingüístico* es una combinación de elementos verbales y no verbales, lo que restringe la traducción de forma considerable por la importancia de la imagen. Algunos ejemplos de elementos no verbales pueden ser caídas, sonidos, actuaciones forzadas, etc., pero también se incluyen elementos que reflejen una unidad lingüística, como puede ser una palabra o una representación visual de un modismo o expresión.
- El *chiste complejo* es una combinación de dos o más de los tipos mencionados. Son difíciles de traducir porque plantean dificultades en varios niveles a la vez. Por ejemplo, si un personaje utilizara el nombre de una celebridad poco conocida fuera de la cultura origen para hacer un juego de palabras, haría un uso combinado del *chiste paralingüístico* y del *chiste cultural-institucional*. Al tratarse de un personaje poco conocido en la cultura meta, el traductor no solo tendría que adaptar el juego de palabras sino también el nombre de la persona referenciada.

Zabalbeascoa (2001b) también indica que «otro factor a tener en cuenta es el grado de integración del chiste con otros aspectos del texto como son el argumento, la caracterización de los personas, o el chiste como parte de una serie concatenada de chistes relacionada entre sí» (p.262). Por este motivo, ya que los chistes pueden estar interrelacionados entre sí, estar adaptados al personaje emisor o hacer referencia a un suceso anterior del episodio, la clasificación de los chistes no siempre resulta fácil.

4. Análisis de la traducción del humor en *The Office* (Daniels, 2005-2013)

Como ya mencionamos en la introducción, el objeto de nuestro estudio es la primera temporada de *The Office* (Daniels, 2005-2013) debido a sus características, diferentes a las del resto de temporadas, como ya explicamos. El objetivo principal de este trabajo, recordamos, es realizar un análisis de la traducción de los chistes o fragmentos humorísticos que detectamos en los seis episodios que conforman la primera temporada de la serie. Para ello, debemos identificar los fragmentos humorísticos de los seis episodios y clasificarlos, para lo que utilizaremos el modelo de clasificación de chistes de Zabalbeascoa (2001b), ya explicado anteriormente, para poder estudiar las variedades de chiste y ver su incidencia tanto en el TO como en el TM.

Tras identificarlos y categorizarlos, indicaremos el número de casos por categoría humorística y analizaremos el traslado de la carga humorística de dichos casos al TM. Además, observaremos si el número de casos de cada categoría es el mismo en el TM o no y compararemos su incidencia con la del TO.

4.1. Categorías de chiste o fragmento humorístico

Una vez recopiladas ambas transcripciones en inglés (TO) y en español (TM) hicimos una identificación exhaustiva de fragmentos humorísticos basándonos en nuestro propio criterio sobre el humor (pues debemos tener en cuenta que el humor es subjetivo), señalamos dichos fragmentos en el tiempo exacto en el que aparecen en el TO y los clasificamos basándonos en la teoría de Zabalbeascoa (2001b) sobre la categorización de los tipos de chiste en función de los problemas que plantean para la traducción audiovisual, ya explicada en el apartado 3.4. *La traducción del humor en textos audiovisuales*.

Queremos hacer un apunte importante acerca del *chiste binacional*: como ya hemos mencionado anteriormente, según Zabalbeascoa (2001b, p.258), para incluir un chiste en esta categoría es necesario que «su internacionalidad abarque por lo menos los ámbitos de texto de partida, así como los del texto meta». Por ello, basándonos en el humor que comparten las culturas estadounidense y española, hemos decidido considerar *chistes binacionales* a todos aquellos chistes que puedan incluirse en estos temas: chistes sexistas, racistas u homófobos (discriminatorios); chistes relacionados con la explotación laboral, el puesto de trabajo o el dinero; chistes sexuales o chistes verdes; chistes relacionados con festividades o con el ocio; chistes absurdos; chistes violentos u ofensivos (no discriminatorios) y chistes relacionados con el alcohol o las drogas. Los chistes de diferente temática los categorizamos, en cambio, como *internacionales* por tener un carácter

humorístico semiuniversal, es decir, porque su efecto humorístico no se ve condicionado por la temática del chiste en culturas diferentes (por ser demasiado ofensivos, por ejemplo).

En cuanto al *chiste complejo*, como ya hemos visto antes, Zabalbeascoa (2001b) lo define como: «una combinación de dos o más de los tipos mencionados» (p.261). Por ello, en la clasificación que hemos realizado más adelante, hemos indicado también qué categorías se han combinado en un mismo fragmento humorístico para que estas se consideren *chistes complejos*. De esta manera, hemos encontrado 8 combinaciones diferentes de categorías de chiste en los diferentes casos que hemos catalogado como *chistes complejos*.

Por último, a las 7 categorías originales propuestas por Zabalbeascoa (2001b) hemos decidido añadirle una categoría más denominada *ausencia de chiste*. Debido a que a veces el texto origen nos plantea unas dificultades de traducción muy elevadas, puede darse el caso en el que el traductor sea incapaz de siquiera cambiar la categoría del chiste utilizado (ej.: cambiar de *chiste cultural-institucional* a *chiste internacional*) y por lo tanto no pueda trasladar el efecto cómico que aporta el texto origen. Una vez lleguemos al apartado en el que hablaremos del grado de éxito en el traslado del humor al TM, utilizaremos la categoría *ausencia de chiste* para identificar aquellos fragmentos en los que se ha fallado al tratar de trasladar el humor del texto origen al texto meta.

Hemos etiquetado con un número cada tipo de chiste, incluyendo la *ausencia de chiste* que hemos añadido a las categorías propuestas por Zabalbeascoa (2001b), para que el proceso de clasificación de fragmentos sea más rápido. Para que el lector reconozca con rapidez dichas categorías, indicaremos cuáles son las etiquetas utilizadas para cada una:

Categorías de chiste	Etiqueta
Chiste internacional/chiste binacional	1A/1B
Chiste cultural-institucional	2
Chiste nacional	3
Chiste lingüístico-formal	4
Chiste no verbal	5
Chiste paralingüístico	6
Chiste complejo	7
Ausencia de chiste	0

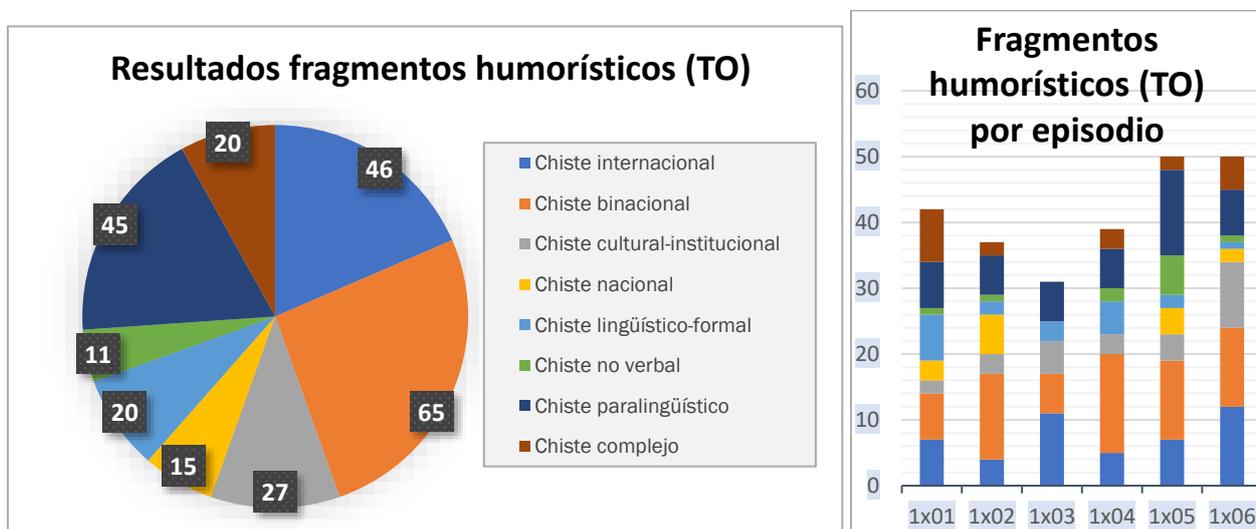
Tabla 3. Categorías de chiste según Zabalbeascoa (2001) y sus etiquetas correspondientes

4.2. Fragmentos humorísticos en el TO. Casos totales

Tras completar la identificación de fragmentos humorísticos y etiquetarlos con la categoría que le corresponde a cada uno, reunimos los resultados en una misma tabla de Excel para poder observar con facilidad el total de casos por categoría. En total, categorizamos 249 fragmentos humorísticos a lo largo de los seis episodios de 22 minutos cada uno que conforman la primera temporada.

4.2.1. Resultados generales

Tras categorizar todos los fragmentos humorísticos, obtuvimos los siguientes datos que hemos reunido en dos gráficas, una general y otra dividida por episodios para su fácil comprensión y distinción:



Gráfica 1. Número de resultados totales por categoría humorística en el TO (izquierda: general, derecha: por episodio)

Como se puede observar en la gráfica izquierda, la categoría predominante es el *chiste binacional* con 65 casos a lo largo de la temporada, mientras que la menos recurrente es el *chiste no verbal* con tan solo 11 casos. La explicación de esto último es sencilla, pues recordemos que hemos realizado este estudio teniendo en cuenta tan solo fragmentos humorísticos en los que había algo de texto (como se explica en la introducción). De esta manera, en el caso de los *chistes no verbales*, el carácter humorístico de dichos fragmentos provenía de la imagen o el sonido (código no verbal), pero se daba a la vez que el texto, aunque este no tenía una carga humorística como es en el caso de los *chistes paralingüísticos*.

4.2.1.1. Resultados del *chiste internacional* y *binacional*

Si tenemos en cuenta que el *chiste internacional* y el *binacional* en realidad entran en la misma categoría, aunque se traten de subcategorías, podemos observar una gran predominancia de chistes de carácter semiuniversal con un total de 111 entre los 249 con

los que hemos trabajado en este estudio, es decir, un 44,57 % de los chistes no dependen de juegos de palabras o un conocimiento previo de la cultura de origen, lo que facilita su traducción por no requerir una adaptación de referencias o la creación de nuevos juegos de palabras más afines a la cultura meta.

4.2.1.2. Resultados del *chiste paralingüístico*

En tercer lugar, justo detrás del *chiste internacional*, tenemos el *chiste paralingüístico* con 45 resultados. Se trata de un alto porcentaje de casos respecto al total, por lo que se demuestra que existe una alta regularidad en la que la imagen y el texto se complementan para generar un efecto cómico en el espectador en este tipo de producto audiovisual. A continuación, incluimos un fragmento que nos sirve para ilustrar este tipo de chiste:

Caso	Versión original	Categoría (TO)
93	Jim: Wait. What are you writing? Don't write Ebola or mad cow disease. Right? 'Cause I'm suffering from both.	6
	Traducción literal	
	Jim: Espera. ¿Qué estás escribiendo? No escribas ébola o la enfermedad de las vacas locas. ¿Verdad? Porque sufro de ambas.	

Tabla 4. Fragmento de chiste paralingüístico en el episodio 3, El seguro médico

Aunque en este fragmento parte del humor reside en el texto, «no escribas ébola o la enfermedad de las vacas locas», su efecto se ve intensificado por la acción que se da en pantalla a la vez que el texto cuando se ve que el personaje ha escrito ese mismo texto en la hoja que lleva en la mano. Se trata de un *chiste paralingüístico* porque el humor se genera tanto por el texto como por la imagen.

4.2.1.3. Resultados del *chiste cultural-institucional*

En el caso de la siguiente categoría con mayor número de casos (27), nos sorprende que el número de *chistes culturales-institucionales* sea tan reducido. Al abordar el análisis de la serie teníamos la impresión de que las referencias culturales serían mucho más abundantes, pero una vez finalizado el análisis hemos podido comprobar que su incidencia es mucho menor que la esperada.

4.2.1.4. Resultados del *chiste lingüístico-formal*

De los 249 casos, 20 corresponden al *chiste lingüístico-formal*, la quinta categoría con más resultados. Queremos ilustrar este tipo de chiste con un ejemplo, para lo que adjuntamos un fragmento:

Caso	Versión original	Categoría (TO)
128	Michael: [looking at birthday card] Meredith, bad breath. Meredith has bad breath.	4
	Traducción literal	
	Michael: [mirando la tarjeta de cumpleaños] Meredith, mal aliento. Meredith tiene mal aliento.	

Tabla 5. Fragmento de chiste lingüístico-formal en el episodio 4, El pacto

En el ejemplo aportado arriba, se hace una rima buscando un efecto humorístico (por su carácter ofensivo) entre las palabras *Meredith* y *bad breath* («Meredith» y «mal aliento»). Por este motivo, este fragmento se ha categorizado como *lingüístico-formal*.

4.2.1.5. Resultados del chiste nacional

Aunque la siguiente categoría con más resultados, al mismo nivel que el *chiste lingüístico-formal* es el *chiste complejo*, la dejaremos para el final para darle más profundidad y hablaremos de los resultados del *chiste nacional*, en sexto lugar. El *chiste nacional* cuenta con un total de 15 casos entre los seis episodios que conforman la temporada analizada. El siguiente fragmento es un buen ejemplo de lo que se considera un *chiste nacional*:

Caso	Versión original	Categoría (TO)
24	Michael: People I respect, heroes of mine, would be Bob Hope... Abraham Lincoln, definitely. Bono. And probably God would be the fourth one.	3
	Traducción literal	
	Michael: Personas a las que respeto, mis héroes, serían Bob Hope... Abraham Lincoln, sin duda. Bono. Y probablemente Dios sería el cuarto.	

Tabla 6. Fragmento de chiste nacional en el episodio 1, Piloto

Buena parte de la población estadounidense es cristiana y devota, y el hecho de que el personaje considere como uno de sus héroes a Dios, un ente todopoderoso, pero este se encuentre detrás de Bono, el vocalista del grupo musical U2 genera cierto efecto cómico: «Probablemente Dios sería el cuarto». Se trata de un chiste nacional por hacer referencia a la cultura cristiana que predomina en el país.

4.2.1.6. Resultados del chiste no verbal

La categoría con un menor número de resultados es el *chiste no verbal*, con tan solo 11 casos de un total de 249. Como ya hemos dicho, si hay tan pocos casos de este tipo de chiste es porque nuestro estudio se ha centrado en los casos humorísticos de humor textual o textual-visual, ya explicado previamente.

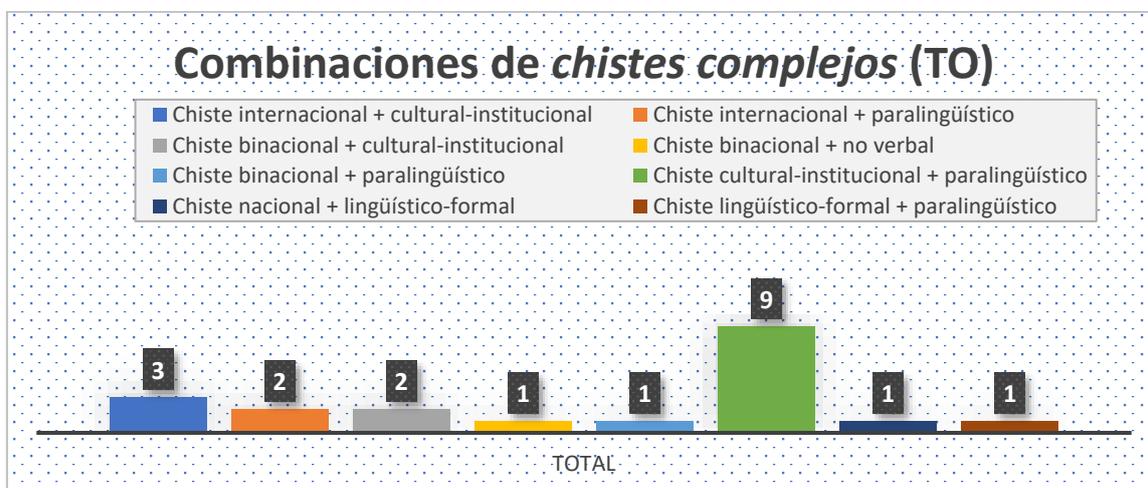
Caso	Versión original	Categoría (TO)
42	Jim: You know what, just come here.	5
	Traducción literal	
	Jim: Sabéis qué, venid aquí.	

Tabla 7. Fragmento de chiste no verbal en el episodio 1, Piloto

En este fragmento, el texto invita a prestar atención al personaje, pero no genera efecto cómico alguno. En la escena, Jim saca algo de su mesa y lo pone en el despacho de Michael. Cuando retira el trapo que cubre el objeto, podemos observar que ha metido su taza en gelatina, generando así el efecto cómico deseado. Se trata de un *chiste no verbal* porque el humor se ha generado únicamente por la imagen, sin influencia del texto.

4.2.1.7. Resultados del chiste complejo

Como hemos mencionado en el apartado 4.1. *Categorías de chiste o fragmento humorístico*, en la identificación hemos señalado de qué otras categorías en concreto estaban formados los *chistes complejos* con los que nos encontramos a lo largo del análisis. Hemos elaborado otra gráfica representativa de las diferentes combinaciones de categorías de chistes que conforman los *chistes complejos* encontrados en el análisis de estos seis episodios para presentar los datos obtenidos, que nos servirá como referencia visual y que acompañará a la explicación correspondiente de los resultados de esta categoría:



Gráfica 2. Número de resultados de las subcategorías del chiste complejo en el TO (1ª temporada, 6 episodios)

Dentro de la categoría de *chiste complejo*, con 20 casos en total, hemos extraído 8 combinaciones de categorías diferentes (ej.: un mismo fragmento compuesto por un *chiste internacional* y un *chiste paralingüístico*). Hemos ordenado la gráfica superior de forma que las combinaciones estén en orden numérico (1A, 1B, 2, 3, 4) según las etiquetas que indicamos en el apartado 4.1. *Categorías de chiste o fragmento humorístico*.

Hemos decidido no analizar cuál de las dos categorías de chiste componentes de cada *chiste complejo* tiene mayor carga cómica en cada una de las combinaciones (en

función del fragmento esta puede variar) ya que este es un estudio general y no buscamos centrar demasiado la atención en una categoría concreta de chiste, por lo que tan solo comentaremos su incidencia. Como podemos observar en la gráfica superior, la combinación más habitual es la del *chiste cultural-institucional* combinado con el *chiste paralingüístico* y son varias las combinaciones de las que solo tenemos un solo ejemplo, pero queremos hablar sobre el único ejemplo que incluye un *chiste no verbal* en su combinación.



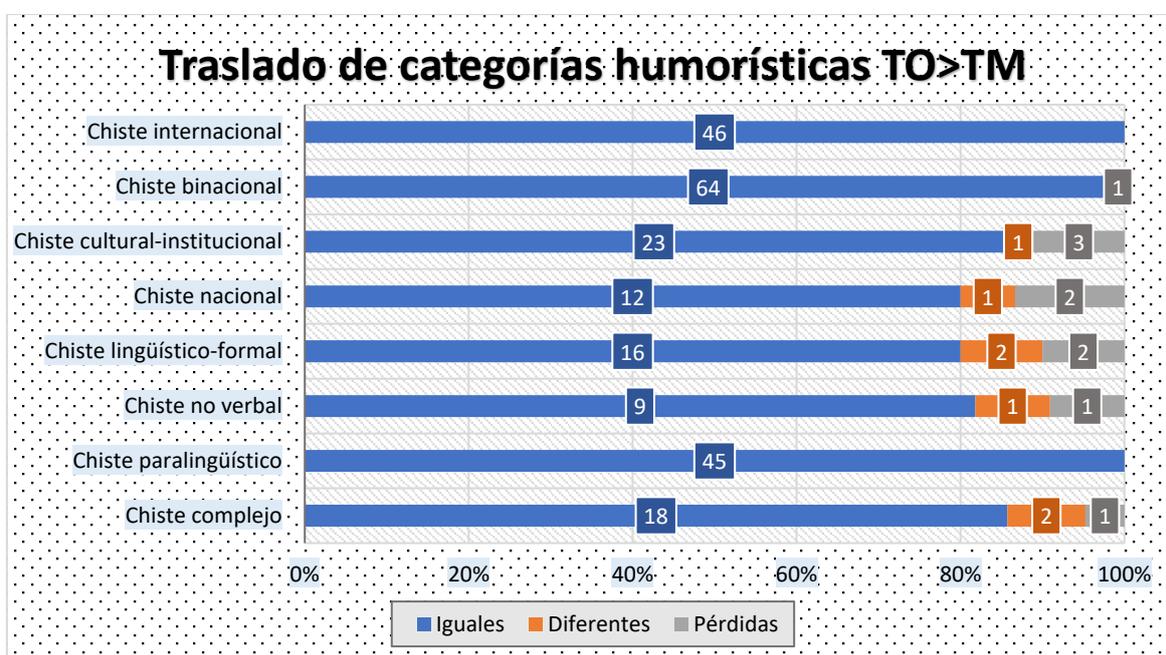
Figura 1. The Office 1x01 - Piloto - Minuto 2:35

En esta escena, Michael Scott habla sobre cómo la gente le considera el mejor jefe del mundo. Para confirmar dicha afirmación, decide mostrar ante la cámara la taza que vemos en la captura de pantalla más arriba, en la que se lee “WORLD’S BEST BOSS” («EL MEJOR JEFE DEL MUNDO»). Tras esto, añade que la compró en una tienda de regalos. En este fragmento, el humor se genera a partir tanto del medio visual (la taza) como del medio textual (el comentario acerca de haberla comprado él mismo) para generar un efecto cómico, pero hemos decidido no categorizarlo como *chiste paralingüístico* porque consideramos que la imagen tiene una carga humorística mucho mayor que el texto, aunque es cierto que el texto es el punto necesario, aunque nimio, para que la escena genere humor. Por eso mismo, en lugar de *chiste paralingüístico*, lo hemos etiquetado como un *chiste complejo* que mezcla el *chiste binacional* (se explica el criterio en el apartado 4.1. *Categorías de chiste o fragmento humorístico*) y el *no verbal*. Hemos seleccionado esta escena porque en la versión doblada al español el efecto cómico que pudiera generar el texto de la taza se pierde cuando el espectador no tiene la capacidad de entenderlo (por falta de conocimientos de la lengua origen), pero lo detallaremos un poco más en el siguiente apartado, en el que comparamos el TO y el TM.

Para finalizar este apunte acerca del *chiste complejo* en el TO, queremos señalar cómo el *chiste internacional/binacional* es uno de los más recurrentes una vez más, ya que forma parte de 9 de los 20 casos de *chistes complejos* identificados entre los 249 fragmentos totales.

4.3. Traslado de categorías humorísticas del TO al TM

Una vez realizado el análisis del predominio de cada categoría humorística en el TO, queremos utilizar también los datos obtenidos de nuestro estudio para señalar el grado en el que se ha conseguido mantener la misma categoría humorística al traducir cada fragmento al español, cuándo se ha modificado dicha categoría y en cuántos casos se ha perdido la carga humorística del texto origen.



Gráfica 3. Resultados del traslado de las categorías humorísticas del TO al TM

Como podemos observar en la gráfica, se ha logrado trasladar la categoría humorística prácticamente en todas las situaciones sin perder el humor característico de cada fragmento. En cinco categorías (*chiste cultural*, *nacional*, *lingüístico-formal*, *no verbal* y *complejo*) se han dado algunos cambios de categoría para evitar la pérdida del componente humorístico del texto y en seis categorías (las mismas que en el caso anterior, añadiendo el *chiste binacional*) se han dado algunos casos de *ausencia de chiste* o fallo en su traslado. Esto se debe a la dificultad que implica la traducción de algunas de estas categorías, dando lugar a modificaciones u omisiones del humor, en los casos de mayor dificultad.

A continuación, hablaremos de algunos fragmentos en los que no se ha logrado trasladar el humor del TO y de otros en los que la categoría del chiste ha cambiado en el TM.

4.3.1. Cambios de categoría del TO al TM

Consideramos que dentro de nuestro estudio es importante ver qué tipo de modificaciones se han dado entre categorías y cuántos casos corresponden a cada una de estas. La siguiente tabla nos ayudará a diferenciar los casos correspondientes a cada categoría de una forma más específica que en la *Gráfica 3*:

Categorías humorísticas TO	Cambios en el TM
2	1A (1 caso)
3	1B (1 caso)
4	1B (2 casos)
5	6 (1 caso)
7	6 (2 casos)

Tabla 8. Categorías humorísticas y su resultante en el TM tras su modificación

Como podemos observar en la tabla, tan solo se dan 7 casos en los que se ha modificado el tipo de chiste del texto origen al texto meta.

4.3.1.1. Cambio de categoría del *chiste cultural-institucional*

Caso	Versión original	Categoría (TO)	Doblaje	Categoría (TM)
220	Michael: I live by one rule. No office romances. No way. Very messy. Inappropriate. No. But, I live by another rule: Just do it. Nike.	2	Michael: Hay algo que tengo muy claro. Nada de amoríos de oficina. Ni en sueños. Trae problemas. Es impropio. No. Pero, hay otra cosa clara. Al ataque. Sin cuartel.	1A

Tabla 9. Fragmento de chiste cultural-institucional en el episodio 6, La chica sexy

En la traducción de este fragmento se pierde la referencia cultural, el eslogan de Nike *Just do it* («Tan solo hazlo»), ya que se ha sustituido por una frase con un sentido similar sin ninguna carga cultural o referencia alguna. Por ello, ya que el fragmento sigue generando humor, pasa de tratarse de un *chiste cultural-institucional* a un *chiste internacional*, ya que se ha universalizado su contenido, es decir, se mantiene el sentido de la frase original (animar al receptor a actuar) tras sustituir la referencia por un texto más general, carente de referencias.

4.3.1.2. Cambio de categoría del *chiste nacional*

Caso	Versión original	Categoría (TO)	Doblaje	Categoría (TM)
41	Michael: [...] It was a young Guatemalan guy. First job in the country, barely spoke English. He came to me, and said, "Mr. Scott, would you be the godfather of my child?" Wow. Wow. Didn't work out in the end. We had to let him go. He sucked.	3	Michael: [...] Era un chico guatemalteco. Le dimos su primer empleo en el país. Y vino y me dijo: «Señor Scott, ¿quiere ser el padrino de mi hijo?» Vaya, vaya... Vaya. Al final no salió bien. Tuvimos que despedirlo.	1B

Tabla 10. Fragmento de chiste nacional en el episodio 1, Piloto

Ya que este se trata de un fragmento extenso⁵, hemos omitido la primera parte, dejando solo aquella en la que se encuentra la frase que queremos estudiar y que representa la categoría del chiste. En este caso, en el texto origen se hace referencia al idioma hablado en Estados Unidos, el inglés: «Era un chico guatemalteco. [...] Apenas hablaba inglés». Si esa frase se mantuviera en el TM sin modificaciones, se rompería la inmersión del espectador porque en la versión española los personajes no hablan en inglés. Por otro lado, si se tradujera como «Apenas habla español» pero se mantuviera la nacionalidad del chico, se produciría un falso sentido en el TM, ya que en Guatemala se habla español. Por ello, se omite ese detalle, convirtiéndose en un chiste más general y, en este caso, *binacional*.

4.3.1.3. Cambio de categoría del *chiste lingüístico-formal*

Caso	Versión original	Categoría (TO)	Doblaje	Categoría (TM)
156	Michael: This is our warehouse. Or, as I like to call it, the whorehouse. But don't you call it that, I've earned the right.	4	Michael: Este es nuestro almacén, pero como está aquí abajo yo lo llamo la cloaca, pero tú no lo llames así. No les gusta.	1B

Tabla 11. Fragmento de chiste lingüístico-formal en el episodio 5, Baloncesto

En este caso, el tipo de chiste ha pasado de ser *lingüístico-formal* a *binacional*. En el texto origen se hace un juego de palabras con las palabras *warehouse* (almacén) y *whorehouse* (prostíbulo). En el caso del texto meta, el traductor ha optado por no hacer ningún juego de palabras, ya sea por imposibilidad o por considerar que no era apropiado y ha decidido utilizar simplemente una palabra con sentido ofensivo para conservar el carácter ofensivo del chiste original.

⁵ Es posible consultar el fragmento completo en los Anexos.

4.3.2.4. Cambio de categoría del *chiste no verbal*

Caso	Versión original	Categoría (TO)	Doblaje	Categoría (TM)
186	<p>Darryl: [scores] Here we go. Here we go. Here we go.</p> <p>Lonny: [dancing] Where you at? Where you at? You over there? I'm over there.</p> <p>Michael: That is cool. Is that like the Robot?</p>	7 (2 + 6)	<p>Darryl: [encesta] Ahí estamos. Muévelo. Muévelo. Dámelo.</p> <p>Lonny: [bailando] ¡Así se hace! Muévelo. Muévelo. Dámelo.</p> <p>Michael: Está chulo. ¿Eso era el Robot?</p>	7 (2 + 6)
187	<p>Michael: [Ryan scores] Nice! Come here! [gives Ryan a chest bump]</p> <p>Ryan: Can we just do one? That's cool, that's fine.</p>	5	<p>Michael: [Ryan encesta] ¡Bien! Mueve, mueve... [le da un golpe de pecho a Ryan]</p> <p>Ryan: Solo he tirado uno. ¿Vale? ¿De acuerdo?</p>	6

Tabla 12. Fragmentos de chiste no-verbal y de chiste complejo en el episodio 5, Baloncesto

En el fragmento n.º 187 se ha dado un cambio de categoría humorística debido a que en el texto meta se ha logrado obtener un efecto humorístico adicional por parte del texto. Mientras que el TO se trataba de un *chiste no verbal*, el TM ha pasado a ser un *chiste paralingüístico* ya que se ha logrado añadir un componente cómico al texto al hacer referencia a un fragmento anterior: «¡Bien! Mueve, mueve...», relacionado con «Muévelo. Muévelo». En el TO, en cambio, al no contar con dicha referencia («¡Bien! ¡Ven aquí!»), toda la carga humorística recae sobre el signo no verbal de los personajes del fragmento.

4.3.1.5. Cambio de categoría del *chiste complejo*

Caso	Versión original	Categoría (TO)	Doblaje	Categoría (TM)
30	<p>Dwight: Damn it! Jim!</p> <p>Michael: OK. Hold on, hold on. The judge is in session. What is the problem here?</p> <p>Dwight: He put my stuff in Jell-O again.</p>	7 (2 + 6)	<p>Dwight: ¡Mierda! ¡Mierda!</p> <p>Michael: Vale. Espera, espera. El juez está en la sala. ¿Cuál es el problema, señores?</p> <p>Dwight: Ha vuelto a meter mis cosas en gelatina.</p>	6

Tabla 13. Fragmento de chiste complejo en el episodio 1, Piloto

En esta ocasión, se ha vuelto a perder un *chiste cultural-institucional* ya que se ha optado por utilizar una generalización del elemento al que alude en el original (la gelatina). Como este fragmento humorístico se trata a su vez de un *chiste paralingüístico*, aunque deja de ser un *chiste complejo* tras perder una de las categorías que lo componen no hay ausencia de humor en el texto meta debido a que esta generalización no afecta a la carga humorística total generada entre el texto y la imagen.

4.3.2. Fallos de traslado de categoría del TO al TM

La categoría más afectada por los fallos de traslado del humor es el *chiste cultural-institucional*. Cuenta con 3 casos fallidos y en todos ellos se ha optado por omitir la referencia cultural en lugar de utilizar un equivalente en la cultura española, ya sea porque no existe o porque se considera innecesario (por tratarse de un tipo de humor que pueda no interesar al espectador español). A continuación, añadimos un ejemplo extraído del episodio 1, *Piloto*, para observar la estrategia utilizada:

Caso	Versión original	Categoría (TO)	Doblaje	Categoría (TM)
37	<p>Michael: Oh, hey do you like <i>The Jamie Kennedy Experiment</i>? <i>Punk'd</i> and all that kind of stuff?</p> <p>Ryan: Yeah.</p> <p>Michael: You are gonna be my accomplice. Just go along with it, OK?</p>	2	<p>Michael: Em, ¿a ti te gustan esos programas de cámara oculta? Los que montan escenas falsas.</p> <p>Ryan: Sí.</p> <p>Michael: Vale, tú vas a ser mi cómplice, ¿eh? Tú sígueme el rollo, ¿vale?</p>	0

Tabla 14. Fragmento de chiste cultural-institucional en el episodio 1, *Piloto*

En el ejemplo proporcionado vemos que se hace referencia a dos programas de cámara oculta estadounidenses llamados *The Jamie Kennedy Experiment* (2002) y *Punk'd* (2003), «¿Conoces *The Jamie Kennedy Experiment*? ¿*Punk'd*, y esas cosas?» En España, los programas con formato de cámara oculta de producción nacional no han tenido tanta fama como en Estados Unidos, aunque eso no quiere decir que no hayamos tenido programas de este estilo producidos en nuestro país⁶, aunque son programas emitidos hace tanto tiempo o tan puntualmente, que es posible que los espectadores no los reconozcan y, por ello, incluirlos en la traducción al español además rompería con la exotización del producto (pues utilizaríamos un producto nacional).

Caso	Versión original	Categoría (TO)	Doblaje	Categoría (TM)
5	<p>Michael: People say I am the best boss. They go, "God we've never worked in a place like this before. You're hilarious." "And you get the best out of us." [shows the camera his WORLD'S BEST BOSS mug] I think that pretty much sums it up. I found it at Spencer Gifts.</p>	7 (1B + 5)	<p>Michael: Muchos dicen que soy el mejor jefe. Dicen: «Dios, nunca había trabajado en un sitio como este. Eres la monda. Y haces que lo demos todo». [muestra su taza de EL MEJOR JEFE DEL MUNDO a cámara]</p> <p>⁷Creo que esto lo resume</p>	7 (1B + 0)

⁶ El primer programa con este formato en España fue *Objetivo Indiscreto* (TVE, 1965). Destacan también las Galas *Inocente, Inocente* (1995) (González, 2017).

⁷ Entre corchetes se incluye la traducción literal del fragmento resaltado.

			muy bien. Lo compré en Regalos Spencer.	
--	--	--	---	--

Tabla 15. Fragmento de chiste complejo en el episodio 1, Piloto

Retomando el ejemplo del que hablábamos en el apartado 4.2.1.7. *Resultados del chiste complejo*, hemos incluido el fragmento correspondiente a dicha escena. Como decíamos, en este fragmento se pierde parte del humor que compone el *chiste complejo* porque en la versión doblada al español no se acompaña la imagen “WORLD’S BEST BOSS” («EL MEJOR JEFE DEL MUNDO») con un subtítulo aclaratorio o una voz en *off* que traduzca el texto. Ya que este servicio no ofrece subtítulos en español, no podemos comprobar si la pérdida del *chiste no verbal* se palia en esa versión, pero creemos que es un aspecto a tener en cuenta a la hora de mantener la carga humorística proveniente de textos que podamos encontrar en la imagen. Este *chiste complejo* pierde uno de sus componentes, pero debemos recalcar que la carga humorística proveniente del medio visual aún puede tener efecto si el receptor tiene el conocimiento lingüístico necesario para captarla. De ahí que no hayamos marcado el texto meta como *chiste binacional* y que hayamos conservado su categoría original como *chiste complejo* a pesar de estar compuesto por una sola categoría.

4.4. Fragmentos humorísticos en el TM. Casos totales

Para concluir con el estudio de este trabajo, queremos indicar, igual que en el apartado 4.2 *Fragmentos humorísticos en el TO. Casos totales*, el número de casos correspondientes a cada categoría de chiste en el TM. Hemos elaborado una gráfica similar a la de dicho apartado para acompañar los datos obtenidos y que resulte más fácil comprenderlos:



Gráfica 4. Número de resultados totales por categoría humorística en el TM (izquierda: general, derecha: por episodio)

Como podemos observar en la gráfica, si la comparamos con la *Gráfica 1*, en la que hablamos de los casos en el TO, ha habido un incremento de casos en las categorías de *chiste internacional* (1 caso más), *chiste binacional* (2 casos más) y *chiste paralingüístico* (3 casos más). De hecho, en el TM el *chiste paralingüístico* alcanza el segundo puesto en cuanto a mayor número de casos, superando al *chiste internacional*, a diferencia del TO en el que estaba en tercer lugar. También debemos tener en cuenta los traslados del humor fallidos, puesto que tenemos 9 casos en los que se da una *ausencia de chiste* y esto ha causado un decremento en otras categorías, pero su orden se mantiene.

5. CONCLUSIONES

Como planteábamos en los objetivos, nuestra intención en el presente trabajo es realizar un análisis sobre un producto audiovisual para resolver unas hipótesis concretas. En este estudio hemos trabajado con la primera temporada de la serie de televisión *The Office* (Daniels, 2005-2013), una comedia de situación con formato de falso documental

Hemos realizado un análisis basándonos en su doblaje al español para comprobar si a lo largo de la serie se logró trasladar el humor al TM de forma satisfactoria, cuándo esto no ha sido posible y cómo se ha abordado esa situación de fallo de traslado. Además, queríamos observar cuáles son las categorías predominantes en el TO y en el TM.

Tras analizar el corpus de estudio, utilizando la clasificación de chistes aportada por Zabalbeascoa (2001b), hemos identificado 249 casos de situaciones humorísticas, de las que, en 239, se ha logrado trasladar el humor al TM, aunque de estos 239, se ha modificado la categoría humorística en 7 casos. Respecto a aquellas situaciones en las que se ha modificado el tipo de chiste, en todas ellas se ha optado por *universalizar* el chiste, es decir, se han omitido los juegos de palabras o las referencias culturales por no existir un equivalente en la cultura meta. En cuanto a los casos en los que no se ha trasladado el humor de forma efectiva, nos encontramos con situaciones en las que era necesario omitir la referencia del TO o no existía un equivalente cómico en el TM, por lo que se ha optado por la omisión del humor en dichos fragmentos.

Respecto a la predominancia de categorías en el TO y en el TM, concluimos que la categoría con mayor incidencia en ambos textos es la del *chiste internacional/binacional* (111 casos en el TO; 114 casos en el TM), y debemos añadir, además, aquellos casos en los que forma parte de un *chiste complejo* (9 casos tanto en el TO como en el TM). Su gran predominancia se debe a la *universalidad* de este tipo de chistes, considerados la categoría estándar por no depender de juegos de palabras o referencias y, por lo tanto, no plantear dificultades de traducción adicionales.

Por último, en cuanto a diferencias de predominancia de los tipos de chiste entre el TO y el TM, podemos observar que en el TM hay un aumento de casos en la categoría de *chistes internacionales/binacionales* (3 casos más) y en la de *chiste paralingüístico* (3 casos más). Si no hubiéramos estudiado las diferentes combinaciones que componen los *chistes complejos*, el aumento de casos de los *chistes paralingüísticos* podría sorprendernos, pero hemos observado que dos *chistes complejos* perdieron su complejidad al traducirlos al TM ya que no se logró trasladar su componente de *chiste lingüístico-formal*, pasando a considerarse solamente *chistes paralingüísticos*.

Teniendo en cuenta estos resultados podríamos concluir que se ha logrado mantener el humor prácticamente en su totalidad a lo largo de los seis episodios analizados y que, en aquellos casos en los que no es posible mantener el recurso utilizado en el TO, existen formas de evitar la pérdida de dicho humor.

En definitiva, al cumplir con los objetivos de este análisis hemos logrado responder a las hipótesis planteadas al comenzar el trabajo aportando datos específicos para cada situación.

6. BIBLIOGRAFÍA

Agost, R., (1999). Traducción y doblaje: palabras, voces e imágenes. Barcelona: Ariel.

Bonaut, I. J. y Grandío, P. M. M., (2009): Los nuevos horizontes de la comedia televisiva en el siglo XXI. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 64, pp. 753-765. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. [en línea] Recuperado el 7 de junio de 2019 de http://www.revistalatinacs.org/09/art/859_USJ/60_87_Bonaut_y_Grandio.html

Chaume, F., (2003). Doblaje i subtitulació per a la TV. Barcelona: Eumo.

Daniels, (2005-2013). *The Office, primera temporada*. [servicio de vídeo en streaming]. Recuperado el 3 de mayo de 2019 de: https://www.primevideo.com/detail/OH7JFOPK2QO9WVZ8D9D0J5ZRQN/ref=atv_hm_hom_c_8pZiqd_2_11

Docu-soap, (2019). *Collins Dictionary*. [en línea] Consultado el 10 de junio de 2019 en <https://www.collinsdictionary.com/es/diccionario/ingles/docu-soap>

Forever Dreaming Transcripts, (s. f.). *The Office Transcripts Index*. [en línea]. Recuperado el 3 de mayo de 2019 de: <https://transcripts.foreverdreaming.org/viewforum.php?f=574>

Freud, S., (1905). El chiste y su relación con lo inconsciente. Viena, Austria.

García, M. A., (2004). En las fronteras de la no-ficción. El falso documental (definición y mecanismos). En Latorre, Vara, Díaz (Coords.), *Ecología de la televisión: tecnologías, contenidos y desafíos empresariales* (pp. 135-144). Pamplona, España: Ediciones Eunate.

Gómez, M. P. J. y Casal, B. M., (2015). Falso documental y retórica: una exploración desde el contenido y sus efectos. *Opción*, 31 (1), pp. 324-337.

González, A., (13 de febrero de 2017). Objetivo indiscreto (Diversos). [Mensaje en un blog] La tele de la nostalgia. [en línea] Recuperado el 6 de junio de 2019 de: http://lateledelanostalgia.blogspot.com/2017/02/objetivo-indiscreto-diversos_13.html

Gordillo, I., (2009). La hipertelevisión: géneros y formatos. Quito, Ecuador: Quipus.

Jáuregui, N. E. y Fernández, S. J., (2009). Risa y aprendizaje: el papel del humor en la labor docente. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 66 (23,3), pp. 203-215.

López, N., (2008). Manual de guionista de comedias televisivas. Madrid: T&B Editores.

Marcos, N., (16 de mayo de 2013). Adiós, 'The Office'. *EL PAÍS*. [en línea] Recuperado el 8 de junio de 2019 de: https://elpais.com/cultura/2013/05/16/television/1368684060_136868.html

Mayoral, R., (1998). *Traducción audiovisual, traducción subordinada, traducción intercultural*. Sevilla: Facultad de Filología de la Universidad de Sevilla. [en línea] Recuperado el 12 de junio de 2019 de: http://www.ugr.es/~rasensio/docs/TAV_Sevilla.pdf

Morillo, V., (21 de febrero de 2018). Nunca es tarde para ver 'The Office'. *Fuera de Series*. [en línea] Recuperado el 8 de junio de 2019 de: <https://fuera deseries.com/nunca-es-tarde-para-ver-the-office-dd3513903126>

Mundoplus.tv, (abril de 2007). TNT estrena en mayo "La oficina", versión americana de la serie inglesa "The Office". [en línea] Recuperado el 8 de junio de 2019 de: <https://www.mundoplus.tv/noticias/?seccion=series&id=2258>

Orrego, C. D., (2013). Avance de la traducción audiovisual: desde los inicios hasta la era digital. *Mutatis Mutandis*, Volumen (6), pp. 297-320.

Padilla, C. G. y Requeijo, R. P., (2010). La sitcom o comedia de situación: orígenes, evolución y nuevas prácticas. *Fonseca: Journal of Communication*. Número (1), pp. 187-218.

Rannow, J., (2000): *Writing Television Comedy*. New York: Allworth Press.

Sánchez, E. (3 de octubre de 2018). El chiste para Freud. Salamanca, España: *La mente es maravillosa*. [en línea] Recuperado el 11 de junio de 2019 de: <https://lamenteesmaravillosa.com/el-chiste-para-freud/>

Sextro, M., (2009). *Mockumentaries und die Dekonstruktion des klassischen Dokumentarfilms*. Berlín, Alemania: Technische Universität Berlín

Zabalbeascoa, P., (2001a). El Texto Audiovisual. Factores Semióticos y Traducción. En J. D. Anderson (Ed.) *¡Doble o nada!* (pp. 113-126). Editorial Universitat d'Alacant.

Zabalbeascoa, P., (2001b). La traducción del humor en textos audiovisuales. En M. Duro (Coord.), *La traducción para el doblaje y la subtitulación* (pp 251-263.). Madrid, España: Cátedra, signo e imagen número 63.

Zabalbeascoa, P., (2005). Humor and translation - An interdiscipline. *Humor-international Journal of Humor Research*. Volumen (18), pp. 185-207. DOI: <http://doi.org/fbbng5>