

FACULTAT DE TRADUCCIÓ I D'INTERPRETACIÓ

GRAU DE TRADUCCIÓ I INTERPRETACIÓ

TREBALL DE FI DE GRAU

Curs 2024-2025

**Traduciendo la risa:  
Dificultades y estrategias en la traducción de *The Office***

Yvette Mesa Roura

1634593

TUTOR/A

MAIA SHARVASHIDZE STOLIARENKOV

Barcelona, 30/05/2025

**UAB**

**Universitat Autònoma  
de Barcelona**

## **Dades del TFG**

### **Títol**

Traduint el riure: dificultats i estratègies en la traducció de *The Office*

**Autor/a:** Yvette Mesa Roura

**Tutor/a:** Maia Sharvashidze Stoliarenkov

**Centre:** Universitat Autònoma de Barcelona

**Estudis:** Traducció i Interpretació

**Curs acadèmic:** 2024-2025

### **Paraules clau**

Traducció audiovisual, humor, subtítols, doblatge, referències culturals, *The Office*, traducció del sarcasme, jocs de paraules

### **Resum del TFG**

Aquest treball de fi de grau analitza la traducció de l'humor en la sèrie nord-americana *The Office*, amb un enfocament centrat en les diferències entre la versió doblada i la subtitulada en espanyol. S'estudien diverses estratègies de traducció per adaptar el sarcasme, els jocs de paraules i les referències culturals, tot tenint en compte diverses teories. El treball inclou escenes específiques de la sèrie, analitzades comparativament segons els recursos utilitzats en cada versió. A més, es complementa l'estudi amb una anàlisi de la recepció per part de l'audiència, mitjançant una enquesta distribuïda a espectadors hispanoparlants. Els resultats ofereixen una visió detallada de la complexitat que implica la traducció de l'humor audiovisual i mostren quines estratègies són més efectives per conservar el sentit humorístic original en contextos lingüístics i culturals diferents.

## **Datos del TFG**

### **Título**

Traduciendo la risa: dificultades y estrategias en la traducción de *The Office*

**Autor/a:** Yvette Mesa Roura

**Tutor/a:** Maia Sharvashidze Stoliarenkov

**Centro:** Universitat Autònoma de Barcelona

**Estudios:** Traducción e Interpretación

**Curo académico:** 2024-2025

### **Palabras clave**

Traducción audiovisual, humor, subtítulos, doblaje, referencias culturales, *The Office*, traducción del sarcasmo, juegos de palabras

### **Resumen del TFG**

Este trabajo de fin de grado analiza la traducción del humor en la serie estadounidense *The Office*, con un enfoque centrado en las diferencias entre la versión doblada y la subtitulada al español. Se estudian diversas estrategias de traducción para adaptar el sarcasmo, los juegos de palabras y las referencias culturales, tomando como base diversas teorías. El trabajo incluye escenas específicas de las primeras temporadas de la serie, analizadas comparativamente según los recursos empleados en cada versión. Además, el estudio se complementa con un análisis de la recepción por parte del público hispanohablante, mediante una encuesta. Los resultados ofrecen una visión detallada de la complejidad que implica la traducción del humor audiovisual y muestran qué estrategias resultan más efectivas para conservar el sentido humorístico original en contextos lingüísticos y culturales diferentes.

## Thesis Information

### Title:

Translating Laughter: Challenges and Strategies in the Translation of *The Office*

**Author:** Yvette Mesa Roura

**Supervisor:** Maia Sharvashidze Stoliarenkov

**Institution:** Universitat Autònoma de Barcelona

**Degree Programme:** Translation and Interpreting

**Academic Year:** 2024–2025

### Keywords:

Audiovisual translation, humour, subtitles, dubbing, cultural references, *The Office*, sarcasm translation, wordplay

### Abstract:

This undergraduate thesis analyses the translation of humour in the American TV series *The Office*, focusing on the differences between the dubbed and subtitled versions in Spanish. It examines various translation strategies used to adapt sarcasm, wordplay, and cultural references, drawing on several theoretical approaches. The study includes selected scenes from the early seasons of the series, analysed comparatively based on the strategies used in each version. Additionally, the research is complemented by an analysis of audience reception through a survey conducted with Spanish-speaking viewers. The results offer a detailed perspective on the complexity involved in translating audiovisual humour and identify which strategies are most effective in preserving the original comic effect across different linguistic and cultural contexts.

# Contenido

<b>1. Introducción .....</b>	<b>1</b>
1.1 Objetivo y relevancia del estudio .....	1
1.2 Justificación de la elección de The Office como objeto de estudio .....	1
1.3 Estructura del trabajo .....	2
<b>2. Contexto general de la serie .....</b>	<b>2</b>
2.1 Origen y características de The Office .....	2
2.2 El humor en The Office: caracterización y enfoque .....	3
2.3 Público objetivo y recepción de la serie .....	4
<b>3. Marco teórico: la traducción del humor y las referencias culturales .....</b>	<b>5</b>
3.1 Dificultades en la traducción del humor .....	5
3.2 Tipos de humor en The Office y sus implicaciones para la traducción .....	6
3.2.1 Juegos de palabras .....	6
3.2.2 Humor de situación y contexto cultural .....	7
3.2.3 Sarcasmo y tono irónico .....	7
3.3 Estrategias de traducción en humor y referencias culturales .....	7
3.3.1 Adaptación cultural .....	7
3.3.2 Traducción literal .....	8
3.3.3 Explicación implícita o paráfrasis .....	8
3.3.4 Compensación .....	8
3.3.5 Extranjerización y domesticación .....	9
<b>4. Análisis de ejemplos de traducción en <i>The Office</i> .....</b>	<b>9</b>
4.1 "I'm not superstitious, but I am a little 'stitious." .....	10
4.2 "Launch Party" vs. "Lunch Party" .....	11
4.3 "A Murder Mystery" - Michael y el acento sureño .....	12
4.4 "Prison Mike" .....	13
4.5 "Wendy's" .....	14
4.6 "Horse" .....	16
<b>5. Comparación entre doblaje y subtítulos en la traducción .....</b>	<b>17</b>
5.1 Análisis de las diferencias en el tratamiento del humor en doblaje y subtítulos .....	17
5.2 Patrones de adaptación del humor en doblaje y subtítulos .....	18
5.3 Valoración de la eficacia: doblaje vs. subtítulos .....	19
<b>6. Encuesta sobre preferencias de doblaje vs. subtítulos .....</b>	<b>19</b>
6.1 Diseño y objetivos de la encuesta .....	20
6.2 Participantes y criterios de inclusión .....	20
6.3 Estructura del cuestionario .....	20

6.4 Procedimiento de difusión y recogida .....	21
6.5 Resultados: perfil del espectador, preferencias de visionado y percepción del humor .....	22
6.6 Interpretación general y reflexión .....	24
6.7 Conclusión .....	25
<b>7. Discusión y reflexión sobre la traducción de <i>The Office</i> .....</b>	<b>25</b>
7.1 Implicaciones del análisis para la traducción de series de humor .....	25
7.2 ¿Hasta qué punto es posible mantener el humor original? .....	27
<b>8. Conclusiones .....</b>	<b>27</b>
8.1 Resumen de hallazgos principales .....	27
8.2 Reflexiones finales sobre la traducción de <i>The Office</i> y el humor .....	28
<b>9. Bibliografía obres citades .....</b>	<b>1</b>

# 1. Introducción

La traducción de obras audiovisuales trae consigo una serie de desafíos únicos, especialmente en géneros como la comedia, donde el humor es fundamental. Este TFG se adentra en los retos y estrategias que conlleva traducir *The Office* (USA), una comedia icónica famosa por su humor irónico, juegos de palabras, referencias culturales y situaciones incómodas. La serie es conocida a nivel mundial y se presenta como un caso de estudio perfecto para analizar los obstáculos que surgen al traducir este tipo de humor al español.

## 1.1 Objetivo y relevancia del estudio

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado es examinar las dificultades que surgen al traducir la serie *The Office* del inglés al español, centrándose en los retos que presenta la adaptación del humor y las referencias culturales. La traducción del humor, en particular, es un campo que demanda creatividad y un profundo entendimiento tanto lingüístico como cultural, ya que muchas veces los chistes, los juegos de palabras y las alusiones no tienen equivalentes directos en el idioma de destino.

Este estudio es importante porque el humor desempeña un papel fundamental en la identidad cultural de una obra audiovisual, y su traducción impacta directamente en la experiencia del público. En un contexto donde las plataformas de streaming han popularizado series de todo el mundo, la calidad de las traducciones audiovisuales es esencial para la globalización de productos culturales. A través del análisis de casos específicos en *The Office*, este trabajo busca no solo identificar las estrategias empleadas para superar las barreras lingüísticas y culturales, sino también reflexionar sobre su efectividad y las posibles limitaciones.

## 1.2 Justificación de la elección de *The Office* como objeto de estudio

*The Office* es una serie particularmente adecuada para estudiar la traducción del humor por varias razones. En primer lugar, su estilo cómico combina elementos lingüísticos, culturales y situacionales que representan desafíos únicos para los traductores. El uso frecuente de juegos de palabras, malentendidos y referencias culturales específicas del contexto estadounidense dificulta una adaptación que mantenga el impacto cómico original en español.

En segundo lugar, ha alcanzado un estatus de culto a nivel internacional, convirtiéndose en una de las series más vistas y admiradas de su género. Esta popularidad pone de relieve la importancia de su traducción, ya que el éxito de la serie en otros mercados depende, en gran medida, de cómo se adapte a diferentes públicos. Sin embargo, se ha observado que ciertos aspectos del

humor se pierden o cambian en el proceso de traducción, lo que plantea la pregunta central de este trabajo: ¿es posible traducir el humor de una manera que conserve su esencia y siga siendo eficaz en diferentes contextos culturales?

Finalmente, elegir *The Office* nos permite explorar un amplio abanico de estrategias de traducción, desde la literalidad hasta la adaptación creativa, y comparar cómo estas afectan la recepción de la serie en su versión doblada y subtitulada.

### ***1.3 Estructura del trabajo***

El trabajo comienza con una introducción general de la serie *The Office*, explorando su origen, el estilo humorístico y recepción por parte del público. A continuación, se presenta un marco teórico que se enfoca en los principales retos que enfrenta la traducción del humor y las referencias culturales, así como en las estrategias más efectivas para abordarlos desde una perspectiva traductológica.

Sobre esta base, se lleva a cabo un análisis detallado de varios fragmentos de la serie, comparando cómo se resuelve la traducción del humor tanto en su versión doblada como subtitulada. Esta comparación nos permite examinar la eficacia de distintas decisiones traductoras y su impacto en la preservación del efecto cómico.

Para enriquecer el análisis textual, se incluye un estudio empírico basado en una encuesta dirigida a espectadores hispanohablantes, cuyo objetivo es recoger sus preferencias entre doblaje y subtítulos, así como su percepción sobre la calidad del humor traducido. Los resultados permiten contrastar las estrategias analizadas con la experiencia real del público.

Finalmente, el trabajo concluye con una reflexión crítica sobre los hallazgos obtenidos, subrayando las implicaciones para la práctica profesional de la traducción audiovisual y ofreciendo algunas consideraciones sobre los límites y posibilidades de traducir el humor de manera efectiva.

## **2. Contexto general de la serie**

### ***2.1 Origen y características de The Office***

*The Office* es una serie de comedia creada por Greg Daniels, que se emitió originalmente entre 2005 y 2013. La serie es una adaptación de la producción británica del mismo nombre, creada por Ricky Gervais y Stephen Merchant. Aunque la versión británica fue pionera con su humor incómodo y formato innovador, la adaptación estadounidense logró forjar su propia identidad y se convirtió en un fenómeno cultural, con un total de nueve temporadas y 201 episodios.



La trama se centra en torno al día a día de los empleados de Dunder Mifflin, una empresa ficticia de suministros de oficina situada en Scranton, Pensilvania. Filmada en formato de falso documental (*mockumentary*), la serie utiliza una narrativa que incluye entrevistas directas a cámara, silencios incómodos y tomas de reacción que resaltan la naturalidad de las interacciones.

Uno de los aspectos más destacados es el elenco, encabezado por Steve Carell, quien da vida a Michael Scott, el excéntrico e inadecuado gerente regional. El humor de la serie se basa tanto en las absurdas dinámicas de poder dentro de la oficina como de las relaciones entre los personajes, que incluyen figuras como Jim Halpert (John Krasinski), Pam Beesly (Jenna Fischer), Dwight Schrute (Rainn Wilson), y Kelly Kapoor (Mindy Kaling), entre otros.

Además, la variedad de personajes, cada uno con un estilo de humor propio, desde la ironía de Jim hasta la literalidad de Dwight, enriquece el estudio, ya que permite analizar múltiples registros y tonos dentro de una misma serie.

La serie combina elementos de sátira social y humor cotidiano, explorando temas como la burocracia corporativa, las relaciones laborales y las aspiraciones personales. Este enfoque, junto con su tono auténtico y los profundos desarrollos de personajes, ha convertido a *The Office* en una obra emblemática que ha resistido el paso del tiempo.

## *2.2 El humor en The Office: caracterización y enfoque*

Como ya se ha mencionado, el humor en *The Office* es multifacético y se caracteriza por una mezcla de ironía, humor negro, sátira, absurdidad y esas situaciones incómodas que todos conocemos. Uno de los rasgos más característicos de la serie es su capacidad para encontrar lo cómico en lo cotidiano, retratando con gracia las dinámicas de una oficina promedio.

Entre las técnicas humorísticas más frecuentes se encuentran:

1. **Humor de situación:** La serie crea momentos cómicos a través de malentendidos, interacciones incómodas y eventos inesperados en un entorno aparentemente cotidiano. Por ejemplo, el comportamiento inapropiado de Michael Scott genera situaciones que oscilan entre lo cómico y lo desconcertante.

2. **Juegos de palabras y malentendidos lingüísticos:** Muchos de los chistes dependen de la capacidad del público para captar matices lingüísticos, como errores gramaticales intencionados, dobles sentidos y malentendidos culturales.

3. **Humor visual y de reacción:** Las expresiones faciales de los personajes, especialmente esas miradas directas a la cámara, son un recurso clave para el humor de la serie.

### 2.3 Público objetivo y recepción de la serie

*The Office* fue dirigida originalmente para un público estadounidense, especialmente para adultos jóvenes y trabajadores de oficina que pudieran verse reflejados en las situaciones cómicas y los personajes arquetípicos representados. Su humor cotidiano y las dinámicas laborales resonaron especialmente con una audiencia familiarizada con el entorno corporativo, lo que permitió que la serie capturara la esencia de la vida en una oficina típica estadounidense.

En términos de recepción, la serie arrancó su primera temporada con una audiencia baja, ya que enfrentó comparaciones constantes con su homólogo británico. Sin embargo, a partir de la segunda temporada logró encontrar su propio estilo y tono, lo que le permitió ganarse un lugar destacado en la cultura pop. El carisma de sus personajes y el desarrollo gradual de relaciones significativas contribuyeron a su éxito continuo.

Con el tiempo, la serie trascendió su audiencia original, convirtiéndose en un fenómeno global gracias a su disponibilidad en plataformas de *streaming* como Netflix o Peacock<sup>1</sup>. Esta nueva exposición atrajo a generaciones más jóvenes que encontraron en la serie una fuente de entretenimiento y escapismo, además de un humor que sigue siendo relevante por su enfoque en temas universales.

A nivel internacional, la serie tuvo una acogida variada. En algunos países, como España y México, logró construir una base de fans leales, mientras que en otros mercados la respuesta fue menos entusiasta debido a la naturaleza culturalmente específica de algunos chistes y referencias. Sin embargo, la traducción, tanto en doblaje como en subtítulos, fue fundamental para su difusión, ya que permitió que diferentes audiencias accedieran al contenido, aunque en algunos casos se perdieran matices del humor original.

En el ranking de episodios de *The Office* según IMDb (*The Office (TV Series 2005–2013) - Ratings - IMDb*, s. f.) se evidencian las puntuaciones otorgadas por los espectadores. En ella se refleja una recepción generalmente positiva de a lo largo de sus nueve temporadas. La calificación promedio más alta corresponde a la tercera temporada, con una media de 8.43, seguida muy de cerca por las temporadas cuatro (8.40) y cinco (8.34). Estos datos indican que el público consideró este período como la etapa más sólida de la serie, posiblemente debido al desarrollo de los personajes y los arcos narrativos consistentes.

El episodio mejor valorado de toda la serie es el episodio 22 de la temporada 7, titulado "*Goodbye, Michael*" que alcanzó una calificación excepcional de 9.8, capítulo en donde Michael deja

---

<sup>1</sup> Servicio de streaming estadounidense.

Dunder Mifflin, junto al episodio 23 de la novena temporada, último capítulo de la serie. En contraste, el episodio con la puntuación más baja es el episodio 19 de la octava temporada, "*Get the Girl*", con una calificación de 6.3, lo que coincide con la opinión general de que esta temporada, con un promedio de 7.40, es la más débil tras la salida de Steve Carell.

Estos datos resaltan cómo las variaciones en la calidad percibida de la serie, especialmente en temporadas tardías, impactaron su recepción por parte de la audiencia. Sin embargo, el hecho de que incluso las temporadas más criticadas mantengan un promedio superior a 7 destaca la conexión continua de los espectadores con la serie.

### 3. Marco teórico: la traducción del humor y las referencias culturales

#### 3.1 Dificultades en la traducción del humor

Cuando se trata de estudiar la traducción del humor en *The Office*, es fundamental basar el análisis en diversas corrientes traductológicas que, de manera complementaria, nos ayudan a entender tanto los retos como las posibles soluciones. En primer lugar, la teoría de la relevancia (Gutt, 1991) subraya que el traductor debe buscar un equilibrio entre el esfuerzo cognitivo del receptor y el impacto humorístico original. Además, es importante reconocer que ciertas implicaturas, como el famoso "That's what she said", no se pueden trasladar de forma literal entre culturas.

A esto se suma un enfoque multimodal, que considera no solo el componente verbal, sino también los elementos paraverbales (entonación, ritmo) y visuales (gestos, textos en pantalla) como ejes decisivos para el éxito del humor en doblaje o subtítulos.

Además, es útil situar estos marcos dentro de teorías más generales, como la equivalencia dinámica (Nida, 2003) o la teoría de escopos (Vermeer, 1970), que enfatizan, respectivamente, la respuesta del receptor y el propósito comunicativo de la traducción. Estas perspectivas combinadas permiten explicar por qué, en ocasiones, la adaptación cultural o la compensación resultan preferibles a la traducción literal, y cómo las estrategias de extranjerización o domesticación moldean la percepción final del humor y las referencias culturales presentes en *The Office*.

Como se ha mencionado anteriormente, traducir el humor es un verdadero reto, ya que está profundamente ligado a la cultura, el idioma y el contexto en el que se presenta. Mientras que algunos tipos de humor pueden trasladarse de un idioma a otro sin mucho problema, muchos chistes dependen de juegos de palabras, referencias culturales o estructuras lingüísticas que no tienen un equivalente directo en la lengua a la que se traducen.

Entre las principales dificultades que enfrenta la traducción del humor, se pueden destacar:

- **Pérdida de significado y efecto cómico:** A menudo, traducir un chiste de manera literal puede llevar a que se pierda el sentido o que el efecto humorístico se desvanezca. Esto es especialmente común en los juegos de palabras o en chistes que juegan con dobles sentidos.
- **Diferencias culturales:** Algunos chistes hacen alusión a personajes, acontecimientos o costumbres propias de una cultura específica. Si el público objetivo no está familiarizado con estos elementos, la broma puede perderse o volverse irrelevante.
- **Limitaciones del doblaje y subtitulación:** En la traducción audiovisual, el humor debe adaptarse no solo al idioma, sino también a las restricciones de tiempo y sincronización labial en el doblaje. En los subtítulos, la brevedad es fundamental, lo que puede complicar la tarea de trasladar los chistes con precisión. Asimismo, gestos sutiles o pausas cómicas perfectamente cronometradas suelen perder su efecto si no se acompañan de un doblaje o subtítulo que capte ese ritmo.
- **Tono y estilo del humor:** Algunas formas de humor, como la ironía y el sarcasmo, pueden ser difíciles de captar sin las claves contextuales adecuadas. Esto requiere que los traductores adapten el tono sin perder la intención original.

### *3.2 Tipos de humor en The Office y sus implicaciones para la traducción*

*The Office* es una serie que juega con diferentes tipos de humor, cada uno presentando sus propios desafíos cuando se trata de traducir. A continuación, se analizan los principales tipos de humor presentes en la serie y sus implicaciones para el proceso de traducción.

#### *3.2.1 Juegos de palabras*

Los juegos de palabras son uno de los mayores obstáculos en la traducción, ya que dependen de las particularidades fonéticas, morfológicas o semánticas del idioma original. En *The Office*, los personajes, especialmente Michael Scott, suelen recurrir a juegos de palabras y malentendidos lingüísticos para provocar risas.

#### **Ejemplo:**

En el episodio "Launch Party" (T4E3), se da un juego de palabras entre "lunch" (almuerzo) y "launch" (lanzamiento), lo que genera confusión en la organización de un evento. En español, esta broma es difícil de trasladar sin una adaptación creativa, ya que "almuerzo" y "lanzamiento" no tienen una similitud fonética clara.

### 3.2.2 Humor de situación y contexto cultural

El humor de situación se centra en las interacciones y lo absurdo de las circunstancias que enfrentan los personajes. En *The Office*, esto se mezcla con referencias culturales específicas de EE. UU., lo que puede hacer que el público extranjero tenga dificultades para entenderlo.

#### Ejemplo:

En el episodio "Product Recall" (T3E21), Jim imita a Dwight diciendo:  
"Bears. Beets. Battlestar Galactica."

Este chiste es una referencia tanto a la obsesión de Dwight con los osos y las remolachas como a la serie de televisión *Battlestar Galactica*. Para los espectadores que no están familiarizados con estas referencias, el humor puede perderse completamente en la traducción.

### 3.2.3 Sarcasmo y tono irónico

El sarcasmo y la ironía son elementos fundamentales en *The Office*, sobre todo en los comentarios de personajes como Jim, Pam y Stanley. Sin embargo, el sarcasmo a menudo depende del tono de voz o de la expresión facial del hablante, lo que puede ser complicado de captar en subtítulos o en el doblaje.

#### Ejemplo:

En el episodio "Diversity Day" (T1E2), Michael dice:  
"I regret my actions. I regret offending my coworkers. I pledge to bring diversity, equality, and humility to the workplace."

El tono de Michael al decir esto es evidentemente poco sincero, lo que añade una capa de ironía al discurso. En la traducción, el reto es conservar el tono burlón sin cambiar completamente el significado de la frase.

## 3.3 Estrategias de traducción en humor y referencias culturales

La traducción del humor y las referencias culturales en una serie como *The Office* necesita un enfoque flexible y una mezcla de estrategias que permitan trasladar los chistes y las alusiones culturales sin perder su efecto cómico. Hay varias estrategias de traducción que han sido estudiadas por diferentes teóricos y que se aplican en la traducción audiovisual.

### 3.3.1 Adaptación cultural

La adaptación cultural consiste en sustituir un elemento cultural del texto original por otro que tenga un equivalente en la cultura del público objetivo. Esto se hace para que la audiencia entienda mejor la referencia y para que el chiste mantenga su efectividad. Según Eugene Nida (2003), este tipo de

traducción busca la equivalencia dinámica, asegurando que el receptor tenga una experiencia similar a la del público original.

**Ejemplo:**

En el episodio donde Kevin le da a Michael el número de "una tal Wendy", que en realidad es el número del restaurante Wendy's, la broma funciona porque "Wendy" es un nombre común en inglés. En español, si la audiencia no está familiarizada con la cadena de restaurantes, podría adaptarse a otro establecimiento de comida rápida con un nombre de persona.

*3.3.2 Traducción literal*

La traducción literal puede ser bastante útil cuando se puede mantener la estructura del chiste sin perder su significado. Sin embargo, esta estrategia es limitada en el caso de juegos de palabras o referencias muy específicas. J. Darbelnet & Vinay, (1996) clasifican la traducción literal dentro de los procedimientos de "traducción directa", pero advierten que solo debe aplicarse cuando el significado no se vea alterado.

**Ejemplo:**

La frase icónica "That's what she said" suele traducirse como "Eso dijo ella" en español. En este caso, se mantiene la estructura, pero en algunos contextos pierde la espontaneidad del inglés, por lo que en el doblaje a veces se sustituye por expresiones más naturales como "Si tú lo dices".

*3.3.3 Explicación implícita o paráfrasis*

Cuando una referencia cultural o juego de palabras es intraducible, una estrategia viable es reformular el contenido para que el público meta lo entienda sin una traducción literal. Molina y Hurtado (2002) explican que la "amplificación" es una técnica que permite introducir información no explícita en el texto original para que el receptor comprenda mejor el mensaje.

**Ejemplo:**

En el episodio donde Jim juega "H-O-R-S-E" con sus compañeros y Phyllis se siente insultada cuando le dicen que tiene "H-O", la broma depende del doble sentido de "ho" (que suena como "whore", prostituta). En español, no existe una correspondencia exacta, por lo que se podría optar por una reformulación con otro juego de palabras.

*3.3.4 Compensación*

Cuando una broma o juego de palabras no puede traducirse de forma directa, se puede optar la compensación. Esto implica añadir un toque humorístico en otro momento del diálogo para compensar lo que se ha perdido.

**Ejemplo:**

En los episodios donde Michael hace un mal uso de palabras, si la broma no puede trasladarse de forma literal, el traductor puede incluir otro error lingüístico en una línea diferente para mantener el humor basado en su ignorancia verbal.

### 3.3.5 Extranjerización y domesticación

Lawrence Venuti, (2017) plantea dos estrategias fundamentales en la traducción:

Extranjerización: Mantener elementos culturales del idioma original para que el espectador se exponga a una realidad distinta.

Domesticación: Adaptar el contenido a la cultura del público meta para que sea más accesible.

#### **Ejemplo:**

Reciclando el ejemplo de "Launch Party", la confusión entre "launch" (lanzamiento) y "lunch" (almuerzo) es difícil de replicar en español. Una estrategia extranjerizante podría ser dejar el término en inglés con una breve aclaración, mientras que una estrategia domesticadora podría reformular la confusión con palabras similares en español.

En resumen, traducir el humor y las referencias culturales es un arte que requiere encontrar un balance entre ser fiel al contenido original y adaptarlo al público al que va dirigido. No hay una única forma correcta de hacerlo; el traductor debe analizar cada situación y elegir la mejor solución según el contexto. La mezcla de adaptación cultural, compensación, paráfrasis y domesticación/extranjerización permite transmitir el humor de manera efectiva sin perder la esencia del guion original.

## 4. Análisis de ejemplos de traducción en *The Office*

En este apartado, se analizarán las dificultades en la traducción la serie utilizando ejemplos concretos. Para ello, compararemos las versiones de doblaje y subtítulos empleados por Netflix, analizando qué estrategias de traducción se han utilizado y cómo estas afectan la preservación del humor original.

A través de este análisis, identificaremos las técnicas de traducción mencionadas en el apartado 3, como la adaptación cultural, la compensación, la equivalencia funcional y la extranjerización, entre otras. Además, evaluaremos si las soluciones implementadas logran mantener el efecto cómico original o si generan pérdidas en la recepción del humor.

Cada ejemplo será examinado con su contexto, la dificultad específica que presenta en la traducción y las decisiones tomadas en doblaje y subtitulación, permitiéndonos reflexionar sobre qué enfoque es más efectivo en cada caso.

#### 4.1 "*I'm not superstitious, but I am a little 'stitious.*"

**Episodio:** Temporada 4, Episodio 1 ("Fun Run").

**Contexto:** Michael dice esta frase después de golpear accidentalmente a Meredith con su coche y empezar a preocuparse de que está pasando por una "racha de mala suerte."

**Dificultad:** El chiste en inglés juega con la palabra "superstitious" (supersticioso) y su absurda reducción a "stitious" (que no existe). La gracia radica en cómo Michael, intentando sonar inteligente, termina usando una palabra inexistente que suena ridícula. En español, el sufijo "super-" de "supersticioso" no tiene un equivalente tan claro que permita dividir la palabra manteniendo el mismo efecto cómico. El traductor tendría que inventar una palabra que funcione de manera similar o bien adaptar el chiste por completo, corriendo el riesgo de que el chiste pierda gracia.

- **Subtítulo:** *"No soy supersticioso, digamos que soy precavido."*
  - **Estrategia utilizada:** Domesticación + Parafraseo
    - Se ha optado por eliminar el juego de palabras y reformular la frase para que tenga sentido en español. En lugar de intentar crear un equivalente para "stitious", se ha buscado una palabra con un significado similar (precavido) que mantenga el sentido general de la frase, aunque el humor se pierde.
- **Doblaje:** *"No soy supersticioso, digamos que solo algo ticioso."*
  - **Estrategia utilizada:** Creación léxica + Compensación
    - Se ha intentado mantener la estructura del chiste inventando la palabra *ticioso*, que busca imitar la construcción del original (*superstitious* → *stitious*). Aunque no es un término real en español, se asemeja al efecto del original. Sin embargo, puede sonar extraño o forzado para el público hispanohablante.

#### Evaluación de las soluciones de Netflix

- **Subtítulo:** Se pierde completamente el juego de palabras, pero la frase sigue siendo comprensible. La traducción se adapta a la cultura meta con una expresión más natural (precavido).
- **Doblaje:** Se mantiene el juego lingüístico mediante la invención de una palabra, lo que respeta mejor la intención humorística del original, aunque suena artificial.

#### Posibles alternativas

1. *"No soy supersticioso, pero sí un poco cauto."* → Más natural, aunque pierde el juego de palabras.



2. *"No soy supersticioso, pero sí algo super... ticioso."* → Mantiene el juego de palabras inventando una estructura similar.

Ambas estrategias de Netflix son válidas, pero la del doblaje se acerca más a la intención original al intentar preservar el humor.

#### 4.2 "Launch Party" vs. "Lunch Party"

**Episodio:** Temporada 4, Episodio 3. ("Launch Party").

**Contexto:** La oficina organiza una fiesta de lanzamiento ("launch") para la nueva página web de Dunder Mifflin, pero Kevin ve el cartel mal escrito como "lunch party" (fiesta de almuerzo) y se confunde.

**Dificultad:** Este chiste juega con la confusión entre "launch" (lanzamiento) y "lunch" (almuerzo), que en inglés suenan similares. Sin embargo, en español, "lanzamiento" y "almuerzo" no tienen nada en común fonéticamente, por lo que este tipo de confusión es imposible de replicar directamente. El traductor tendría que crear una situación similar que incluya una palabra que se pueda confundir visual o fonéticamente en español, aunque esto también sería complejo sin perder el sentido original.

#### Estrategias utilizadas por Netflix

En este caso, tanto los subtítulos como el doblaje han utilizado la misma estrategia de traducción, optando por una adaptación cultural y reformulación del chiste.

- Adaptación cultural + Parafraseo:
  - Se cambia la confusión fonética de *launch* y *lunch* por un error ortográfico en el cartel con la falta de una "U" en "inauguración".
  - Se mantiene el concepto de error en el cartel, pero el chiste cambia completamente de sentido, ya que en inglés el humor radica en la similitud fonética de las palabras, mientras que en español se basa en un fallo de escritura.

#### Evaluación de la solución de Netflix

##### Ventajas:

- La traducción logra conservar la idea de que hay un error en el cartel.
- Se evita un chiste que no funcionaría en español, ya que "lanzamiento" y "almuerzo" no suenan similar.

##### Desventajas:

- Se pierde el juego de palabras original, ya que en inglés el humor surge de la confusión fonética, no de un error ortográfico.

- Se cambia la forma del chiste, lo que afecta la naturalidad del diálogo original.

#### **Posibles alternativas**

Mantener un juego fonético alternativo:

- *Kevin: ¿Nadie se ha dado cuenta de que aquí pone "almuerzo" en lugar de "lanzamiento"?*
- *Angela: ¿Almuerzo? Debería decir lanzamiento.*

Se conserva la confusión entre dos palabras similares, aunque no tengan una relación fonética exacta en español.

En conclusión, la solución de Netflix es válida porque adapta la broma a un contexto comprensible para hispanohablantes, aunque el efecto humorístico original basado en la fonética se pierde por completo.

### **4.3 "A Murder Mystery" - Michael y el acento sureño**

**Episodio:** Temporada 6, Episodio 10 ("Murder").

**Contexto:** Michael organiza un juego de misterio de asesinato en la oficina para distraer a los empleados de los problemas financieros de la empresa. En este episodio, Michael usa un acento sureño exagerado.

**Dificultad:** Michael usa un acento que suena cómico en inglés, ya que evoca el estereotipo de un sureño estadounidense. En español, los acentos regionales tienen connotaciones muy diferentes y podría resultar extraño o fuera de lugar si el doblaje intenta imitar un acento latinoamericano o español específico. El traductor se enfrenta a la decisión de si es mejor dejar de lado el acento, ajustarlo o agregar algún recurso humorístico extra que mantenga la intención original.

#### **Estrategias utilizadas por Netflix**

- **Doblaje:** Se optó por adaptación cultural con compensación, utilizando un acento latinoamericano en lugar del sureño estadounidense.
- **Subtítulos:** No se marca ningún tipo de acento, lo que indica una neutralización del recurso humorístico.

#### **Evaluación de la solución de Netflix**

##### **Ventajas:**

- En el doblaje, el uso de un acento latino reemplaza el efecto cómico del original, aunque no necesariamente transmita el mismo estereotipo.

- Se evita un intento forzado de imitar un acento estadounidense que no tendría sentido en español.

#### **Desventajas:**

- La elección del acento latino en el doblaje puede no transmitir la misma imagen de un sureño estadounidense, que en inglés evoca una personalidad particular.
- En los subtítulos, al no marcarse el acento, se pierde completamente el matiz humorístico de la actuación de Michael.

#### **Posibles alternativas**

1. **Doblaje:** Usar un acento más reconocible para el público hispano
  - Se podría optar por un acento más caricaturesco, como un español rural o un acento argentino exagerado, que evoque una personalidad similar a la del sureño estadounidense.
2. **Subtítulos:** Indicar el acento de forma descriptiva
  - *[Hablando con acento sureño]* o *[Con acento exagerado]* para que los espectadores que leen los subtítulos capten que Michael está imitando un estereotipo.

En conclusión, el doblaje logra adaptar el recurso humorístico mediante la compensación, pero podría haber optado por una variante más cercana al efecto original. Los subtítulos, al no reflejar el acento, eliminan por completo este matiz cómico.

### **4.4"Prison Mike"**

**Episodio:** Temporada 3, Episodio 9 ("The Convict").

**Contexto:** Michael se convierte en "Prison Mike", un personaje que él cree que representa la vida en prisión. Habla en un falso acento de "gánster" y dice frases absurdas sobre cómo es la prisión, incluyendo amenazas de "los Dementores" (referencia a Harry Potter).

**Dificultad:** Traducir esto implica varios retos:

- El acento "de gánster" puede ser complicado de replicar en español sin sonar extraño.
- Las referencias culturales (como los "Dementores") requieren que el público las conozca para que el chiste funcione.
- Este tipo de humor depende de los estereotipos estadounidenses de la vida en prisión, que pueden no tener el mismo efecto en una audiencia hispanohablante, por lo que puede requerir ajustes de contexto o tono.

### Estrategias utilizadas por Netflix

- **Doblaje:** Se ha utilizado compensación, eliminando el acento original, pero modificando la entonación de Michael para sonar más rudo y vulgar, lo que ayuda a transmitir su intento de parecer un "tipo duro".
- **Subtítulos:** Se ha optado por neutralización, manteniendo el lenguaje más vulgar, pero sin reflejar los cambios en la voz de Michael, lo que reduce parte del impacto cómico.

### Evaluación de la solución de Netflix

#### Ventajas:

- En el doblaje, cambiar el acento por un tono más grave y agresivo mantiene la intención original sin caer en una imitación forzada de un "gánster".
- Se conserva la referencia a los Dementores, lo que evita la pérdida de la broma para quienes entienden la alusión a *Harry Potter*.

#### Desventajas:

- La falta de acento en el doblaje puede hacer que se pierda parte del chiste original, ya que en inglés la exageración del acento forma parte del humor.
- En los subtítulos, al no haber una forma de reflejar los cambios en la voz, la interpretación pierde parte de su impacto.

### Posibles alternativas

1. **Doblaje:** Usar un acento más caricaturesco
  - Se podría haber exagerado un acento de mafioso tipo "El Padrino", que en español es más reconocible y podría generar un efecto similar al original.
2. **Subtítulos:** Incluir una nota aclaratoria
  - Se podría añadir algo como [*Hablando con tono de tipo duro*] para indicar que Michael está exagerando su voz.

En conclusión, la estrategia del doblaje es efectiva en mantener la intención del chiste sin sonar artificial, pero pierde el matiz del acento original. Los subtítulos, al no reflejar los cambios en la voz, pueden resultar menos impactantes en términos de humor.

## 4.5 "Wendy's"

**Episodio:** Temporada 4, Episodio 10 ("Chair Model").

**Contexto:** En este episodio, Michael Scott se obsesiona con encontrar una pareja después de ver una foto de una modelo en una revista de sillas (de ahí el título del episodio). Para ayudarlo, los

empleados le sugieren posibles citas. Uno de los empleados, Kevin Malone, le da el número de "una chica llamada Wendy," pero en realidad es el número de Wendy's, la famosa cadena de restaurantes de comida rápida de Estados Unidos. Michael llama y pregunta por "Wendy," solo para darse cuenta de que ha sido víctima de una broma.

**Dificultad:** La cadena de restaurantes Wendy's es popular en Estados Unidos y muchos otros países de habla inglesa, por lo que el público angloparlante capta fácilmente el chiste. Sin embargo, en países hispanohablantes, Wendy's no es tan conocida en todas partes, por lo que el chiste podría perderse o no tener el mismo impacto si la audiencia no está familiarizada con el restaurante.

#### **Estrategias utilizadas por Netflix**

- **Doblaje y subtítulos:** Se ha mantenido la estructura original del chiste sin modificar la referencia a *Wendy's*, utilizando extranjerización, es decir, dejando el nombre tal cual.

#### **Evaluación de la solución de Netflix**

##### **Ventajas:**

- Al no cambiar el nombre de *Wendy's*, se mantiene la fidelidad con la versión original.

##### **Desventajas:**

- Si el espectador no conoce *Wendy's*, el chiste podría perder impacto, ya que depende de la asociación automática del nombre con la cadena de comida rápida.

#### **Posibles alternativas**

##### **1. Adaptación cultural:**

- Si se quisiera hacer el chiste más accesible, se podría haber cambiado por una cadena más conocida, como *McDonald's* o *Burger King*, aunque esto alteraría la referencia original.
- *Ejemplo: "Hola, ¿Puedo hablar con Reyna?" - "Señor, esto es un Burger King."*

##### **2. Aclaración en subtítulos:**

- Se podría haber añadido un pequeño ajuste como *"Esta es la cadena de hamburguesas Wendy's"* para reforzar la referencia en caso de que el espectador no lo relacione de inmediato.

En conclusión, Netflix ha optado por mantener el chiste tal cual, mediante extranjerización, confiando en que el público comprenderá la referencia.

## 4.6 "Horse"

**Episodio:** Temporada 2, Episodio 3 ("Office Olympics")

**Contexto:** Jim está organizando un juego de "Horse" (un juego de baloncesto en el que los jugadores deben imitar las canastas del otro, acumulando letras si fallan, hasta deletrear la palabra "HORSE"). En este momento, Jim está anunciando las letras acumuladas por cada jugador. Dice que Stanley tiene "H-O-R" y Phyllis tiene "H-O". Phyllis responde con una expresión de sorpresa: "Are you calling me a ho?" ("¿Me estás llamando una prostituta?" o "¿me estás llamando fácil?").

**Dificultad:** Aquí, el juego de palabras se basa en el doble sentido de "ho". En inglés, "ho" es una abreviatura de "whore" (prostituta), y la broma surge porque Phyllis interpreta el marcador del juego como un insulto hacia ella.

Para traducir este chiste al español, el traductor tendría que ser ingenioso y encontrar una forma creativa de hacer que Phyllis se sienta ofendida por una confusión similar, ya que el doble sentido de "ho" no tiene equivalente en español. Algunas alternativas podrían ser adaptar el juego de palabras con otra palabra en español o reescribir el diálogo para que Phyllis malinterprete la situación de una manera igualmente divertida.

### **Estrategias utilizadas por Netflix**

- **Doblaje y subtítulos:** Se ha utilizado adaptación cultural con reformulación, cambiando completamente el juego de palabras original. En lugar de mantener la referencia al marcador "H-O" y su doble sentido con "ho" (prostituta), se ha optado por introducir un comentario sobre el peso de Phyllis, haciendo que el malentendido surja de una supuesta ofensa hacia su físico.

### **Evaluación de la solución de Netflix**

#### **Ventajas:**

- Se mantiene la idea del malentendido y la reacción exagerada de Phyllis.
- Se adapta el chiste a un contexto que el público hispanohablante puede entender sin necesidad de explicaciones adicionales.

#### **Desventajas:**

- Se cambia completamente el chiste original, eliminando la referencia al juego de baloncesto y su marcador.
- La nueva versión podría considerarse más agresiva o incluso ofensiva, ya que introduce un comentario sobre el peso de Phyllis, lo que cambia la naturaleza del humor.

### **Posibles alternativas**

1. Buscar otro doble sentido en español:

- *Jim: “Phyllis lleva H-O”*
- *Phyllis: “¿Me estás llamando ‘horrible’?”*

Se mantiene la idea de confusión con las letras del marcador sin cambiar tanto el chiste original.

2. Compensación en otro punto del diálogo:

- Si no es posible replicar el doble sentido original, se podría añadir otro chiste más adelante que mantenga la dinámica de confusión y reacción exagerada de Phyllis.

En conclusión, Netflix ha optado por reformular completamente el chiste para que funcione en español, sacrificando el juego de palabras original a favor de un malentendido diferente. Aunque la nueva versión mantiene el humor basado en la confusión, cambia el tono del chiste, haciéndolo más directo y potencialmente más ofensivo.

## 5. Comparación entre doblaje y subtítulos en la traducción

### *5.1 Análisis de las diferencias en el tratamiento del humor en doblaje y subtítulos*

- **Recursos disponibles:**

- En doblaje, el traductor cuenta con la voz, entonación, ritmo y acentos de los actores para capturar o adaptar el tono cómico. Puede inventar neologismos (“ticioso”), exagerar entonaciones y emplear acentos para compensar la pérdida de matices.
- En subtítulos, el traductor trabaja únicamente con texto. Debe ser breve y asegurarse de que todo esté sincronizado con la imagen, renunciando a marcar acentos o variaciones vocales, por lo que suele parafrasear o neutralizar los juegos de palabras.

- **Fidelidad vs. claridad:**

- El doblaje tiende a acercarse más a la fidelidad estilística del original, intentando preservar la intención humorística aun a riesgo de sonar forzado.
- Los subtítulos priorizan la claridad y la comprensión inmediata, simplificando o eliminando juegos de palabras que no funcionan en español.

- **Percepción del espectador:**

- El espectador de doblaje recibe un producto más “pulido” y uniforme, pero a veces percibe chistes como artificiales.

- El espectador de subtítulos experimenta un humor más “crudo” y directo: los diálogos suelen mantenerse casi literales, pero con pérdida de ritmo y matices de la actuación.

## 5.2 *Patrones de adaptación del humor en doblaje y subtítulos*

En el análisis global de los ocho ejemplos que revisamos en el punto 4, se pueden observar patrones claros sobre cómo Netflix maneja el humor en el doblaje en comparación con los subtítulos:

- Palabra inventada frente a paráfrasis. En el caso del malapropismo “stitious”, el doblaje crea la palabra “ticioso” para mantener el juego de palabras, mientras que los subtítulos eligen la paráfrasis “precavido”, sacrificando un poco el humor por la claridad.
- Adaptación ortográfica compartida. En la confusión “Lunch Party / Launch Party”, ambos formatos convierten el fallo fonético en un error ortográfico (“inauguración” sin “u”), logrando así un chiste coherente en voz y en pantalla.
- Marcaje de acento y entonación. Para acentos regionales (como el sureño) y caracterizaciones vocales (como Prison Mike), el doblaje utiliza modulaciones de voz —ya sea un acento latino o un tono grave— mientras que los subtítulos se limitan al texto, sin reflejar esas variaciones vocales.
- Compensación paralingüística. En escenas donde el humor depende del ritmo o la agresividad de la voz, el doblaje añade líneas o ajusta la entonación para recuperar la fuerza cómica; los subtítulos, en cambio, mantienen el texto “crudo” sin refuerzos, lo que a menudo resulta en un humor más plano.
- Extranjerización de marcas. En la broma de “Wendy’s”, ambos formatos conservan el nombre original, confiando en que el contexto permita su comprensión sin necesidad de adaptación.
- Reformulación completa de dobles sentidos. Frente al juego “H-O”/“ho”, doblaje y subtítulos prescinden del doble sentido original y despliegan un malentendido distinto (insulto al peso), idéntico en ambos formatos para asegurar su funcionamiento en español.

En resumen, el doblaje saca mejor provecho de los recursos vocales y la creación de palabras para acercarse al humor original (aunque a veces suene menos natural), mientras que los subtítulos se enfocan en la claridad y la brevedad, a menudo sacrificando juegos de palabras y matices paralingüísticos.



### 5.3 Valoración de la eficacia: doblaje vs. subtítulos

- **Doblaje**
  - *Pros:* Recrea entonaciones y neologismos; ofrece recursos paralingüísticos (ritmo, pausas, modulación) y acentos locales.
  - *Contras:* Puede generar palabras forzadas o líneas explicativas que suenan artificiales; pierde la voz auténtica del actor.
- **Subtítulos**
  - *Pros:* Preservan la actuación y la voz original; son fieles al texto y mantienen el ritmo visual gracias a su síntesis.
  - *Contras:* No transmiten entonación ni acentos; simplifican o neutralizan la mayoría de los juegos lingüísticos y referencias culturales.

#### **Conclusión general:**

Cuando se trata de juegos de palabras y malapropismos, el doblaje es más versátil al permitir neologismos y modulaciones de voz, aunque puede perder algo de naturalidad.

En cuanto a referencias culturales, ambos formatos utilizan extranjerización o adaptación, pero el doblaje puede compensar esto con explicaciones orales, mientras que los subtítulos optan por aclaraciones textuales muy breves.

En resumen, el doblaje es más efectivo para mantener la intención humorística original, mientras que los subtítulos se centran en la fidelidad del texto y preservan la interpretación auténtica, aunque esto implique sacrificar algunos matices cómicos.

## 6. Encuesta sobre preferencias de doblaje vs. subtítulos

En este capítulo se presenta un estudio empírico complementario al análisis textual realizado en los capítulos anteriores. El objetivo es recoger y analizar las opiniones de espectadores hispanohablantes que hayan visto *The Office*, con el fin de conocer su preferencia entre doblaje y subtítulos y explorar los motivos que la sustentan.

La traducción audiovisual, especialmente en comedias, no se puede evaluar solo desde un enfoque técnico o textual; también es crucial considerar cómo la audiencia recibe el contenido, ya que son ellos quienes, al final, validan (o no) la efectividad de las decisiones de traducción. En este contexto, la encuesta se convierte en una herramienta valiosa para observar hasta qué punto las estrategias de traducción utilizadas en *The Office* logran mantener la intención cómica original, generar disfrute y facilitar la comprensión.

Además, este instrumento permite establecer conexiones entre las preferencias personales y factores como la exposición previa al inglés, los hábitos de visualización o la percepción de naturalidad en los diálogos. Los datos recopilados no solo refuerzan los hallazgos del análisis de casos, sino que también abren la puerta a una reflexión más amplia sobre las expectativas del espectador actual frente a los productos audiovisuales traducidos.

### ***6.1 Diseño y objetivos de la encuesta***

La encuesta fue diseñada con una estructura sencilla, clara y directa, de modo que pudiera ser completada en menos de cinco minutos. Se utilizó la plataforma Google Forms, que permitió una fácil difusión y recolección de datos, además de garantizar el anonimato de los participantes.

El cuestionario tenía como objetivos específicos:

- Determinar qué formato prefieren los espectadores: doblaje o subtítulos.
- Comprender las razones que sustentan dicha preferencia.
- Evaluar, mediante una escala de Likert, la percepción del público sobre la fidelidad humorística, el disfrute y la comprensión de la serie en cada versión.

Este estudio se sitúa dentro de un enfoque exploratorio y descriptivo, con el objetivo de recopilar datos tanto cualitativos como cuantitativos que enriquezcan el análisis académico de la traducción audiovisual del humor.

### ***6.2 Participantes y criterios de inclusión***

El único requisito indispensable para participar era haber visto al menos una temporada completa de la serie, dado que el objetivo era recoger la opinión de espectadores familiarizados con el tono, los personajes y los recursos humorísticos que emplea.

se incluyeron preguntas sobre edad y nivel de inglés, con el objetivo de identificar posibles patrones en las respuestas.

### ***6.3 Estructura del cuestionario***

La encuesta constaba de cinco bloques temáticos:

#### **1. Datos sociodemográficos :**

Se solicitó indicar el rango de edad y el nivel aproximado de inglés (básico, intermedio o avanzado). Esta información se utilizó únicamente con fines interpretativos.

#### **2. Preferencia principal de visionado:**

Se preguntó directamente: “¿Cómo prefieres ver *The Office* en español?”, con las opciones de respuesta: doblaje, subtítulos españoles (audio V.O.) o poder escribir su elección.

### 3. **Motivos de la preferencia:**

A continuación, se ofrecía una lista de motivos para justificar la elección. Esta pregunta permitía múltiples respuestas mediante casillas de verificación, lo que facilitaba una visión más completa y matizada de las razones. Entre las opciones disponibles estaban:

- Me resulta más natural
- Me ayuda a centrarme en la imagen
- Disfruto de la entonación de los actores
- Me gusta escuchar el idioma original
- Conservar los juegos de palabras
- Leer refuerza mi comprensión
- Otra

### 4. **Valoración mediante escala Likert:**

Se incluyeron tres ítems para valorar, en una escala del 1 (nada) al 5 (mucho), la percepción subjetiva de:

- La fidelidad al sentido humorístico original
- El disfrute del humor
- La facilidad de comprensión del contenido
- Dificultad al entender algunas bromas

### 5. **Comentario** **abierto** **final:**

Finalmente, se ofreció un espacio libre donde los participantes podían añadir cualquier reflexión o experiencia personal relacionada con la traducción de *The Office*. La decisión de permitir respuestas múltiples en algunas preguntas se basó en la necesidad de captar mejor la complejidad de las preferencias del público, ya que estas no siempre se explican con una única razón.

## **6.4 Procedimiento de difusión y recogida**

La encuesta fue difundida durante un periodo de siete días mediante plataformas sociales afines al público objetivo. Se compartió entre contactos personales a través de WhatsApp y otras redes sociales. El mensaje de difusión incluía una breve explicación sobre los objetivos del estudio, el criterio de participación y un enlace directo al formulario.

## ***6.5 Resultados: perfil del espectador, preferencias de visionado y percepción del humor***

Antes de entrar en los hallazgos principales, conviene mencionar que la encuesta fue completada por 24 participantes. Gracias a sus respuestas se ha podido perfilar no solo sus hábitos de consumo, sino también su percepción del humor y su grado de identificación con los distintos registros cómicos de la serie. A continuación, se presentan de manera ordenada los datos cuantitativos y cualitativos recopilados.

### **Edad**

La mayoría de los participantes se encuentra entre los 21 y 24 años, siendo el grupo más numeroso el de 21 años, con un 41,7 % del total. El resto de las edades está más distribuido, con un solo participante por franja entre los 25 y 51 años. Este dato permite situar la muestra como representativa de un público joven, probablemente universitario o en edad formativa, que se desenvuelve cómodamente en entornos digitales y que está más familiarizado con el consumo de contenidos en versión original.

### **Nivel de inglés**

Los datos revelan que el 58,3 % de los encuestados tiene un nivel alto de inglés, seguido por un 29,2 % con nivel intermedio, y un 12,5 % con nivel básico. Esta distribución es especialmente significativa, ya que muestra que la mayoría del público de *The Office* en esta muestra está capacitado para comprender el contenido en inglés, lo que influye directamente en su elección del formato de visionado y en su percepción del humor.

### **Formato de visionado**

Respecto a cómo consumen la serie, las respuestas reflejan una preferencia clara por la versión original:

- El 45,8 % ve la serie con subtítulos en español y audio original en inglés.
- El 33,3 % la ve con subtítulos en inglés.
- El 16,7 % prefiere el doblaje al español.
- Solo una persona (4,2 %) la ve en inglés sin subtítulos.

Estos datos refuerzan la idea de que el público joven y con nivel medio-alto de inglés prefiere mantener la experiencia original de la serie, valorando la voz de los actores, los matices fonéticos y los juegos de palabras. La subtitulación aparece como una herramienta que permite acceder al contenido sin perder estos elementos, mientras que el doblaje se percibe más como una opción de comodidad.

### **Percepción del humor según el formato de visionado**

En cuanto a las valoraciones con la escala de Likert se han comparado las medias entre quienes ven la serie en versión original (con o sin subtítulos) y quienes la ven doblada, y se obtienen las siguientes conclusiones:

- **Disfrute del humor:** quienes ven la serie en versión original (con subtítulos) puntuaron este aspecto con una media de 4,3, frente a una media de 4,0 en el caso del doblaje. Esta diferencia, aunque no extrema, sugiere que el acceso al tono y voz originales favorece una experiencia humorística más rica o satisfactoria.
- **Fidelidad percibida al humor original:** ambos grupos otorgaron puntuaciones similares, con medias de 3,7 para subtitulación y 3,75 para doblaje. Esto indica que, en general, el público percibe que las estrategias de traducción logran mantener el sentido humorístico de forma aceptable, independientemente del formato.
- **Comprensión:** la media fue algo más alta entre quienes vieron la serie con subtítulos (4,0) que en quienes la vieron doblada (3,75), lo cual puede deberse al mayor nivel de inglés del primer grupo. Aun así, ambos formatos son considerados comprensibles por la mayoría.
- **Dificultad para entender ciertas bromas:** en este aspecto sí se nota una diferencia más marcada. Quienes vieron la serie doblada señalaron menos dificultades (media de 2,25) que quienes la vieron en versión original (media de 3,0). Este dato es coherente con el objetivo del doblaje: facilitar la recepción eliminando o suavizando elementos lingüísticos o culturales que puedan resultar ajenos.

#### **Comentarios abiertos**

A partir de los comentarios de los encuestados podemos extraer varias conclusiones de interés:

1. **Predilección por la versión original:** Varios participantes coinciden en que “ver *The Office* en inglés es prácticamente obligatorio” y que “en original mola más”, lo cual refuerza la idea de que el humor original, con sus pausas, entonaciones y matices lingüísticos, alcanza una eficacia que la traducción no siempre logra reproducir.
2. **Pérdida de matices culturales:** Se señala que “hay chistes demasiado internos culturalmente” que, aun adaptados, “no encajan igual en español” y que “se pierde la percepción del mensaje”. Esto evidencia que, en comedias basadas en absurdos cotidianos y referencias muy localizadas, cualquier estrategia de sustitución o explicación corre el riesgo de debilitar la experiencia humorística.

3. **Calidad variable de la traducción:** Comentarios como “Gran série, pésima traducción” ponen de manifiesto que no solo el “qué” se traduce, sino el “cómo”. Cuando la adaptación es excesivamente explicativa o se suavizan errores voluntarios de personajes como Michael Scott, el público percibe una doble “distorsión”: la serie ya no transmite la incomodidad buscada, y además suena demasiado “blanca” o estandarizada.

4. **Valoración pragmática de la traducción:** Un encuestado reconoce que “el humor sigue teniendo sentido aunque se pierden algunos matices” y que la versión doblada “está bien si no te interesa el contexto original”. Este punto sugiere que, en última instancia, el doblaje o subtítulo cumple su función de entretenimiento, pero a costa de un menor grado de autenticidad.

En conjunto, estos testimonios refuerzan la tesis de que la traducción de humor no es solo un traslado lingüístico, sino un acto de negociación cultural. Para satisfacer a un público que ya domina el idioma fuente, las producciones deberían ofrecer opciones duales que incluyan una pista original con subtítulos literales, y una pista doblada con adaptación libre. De ese modo, se combinaría la fidelidad al texto y el efecto cómico original con la accesibilidad para quien prefiera consumirlo en castellano.

## ***6.6 Interpretación general y reflexión***

El análisis conjunto de los datos cuantitativos y demográficos nos permite extraer varias conclusiones relevantes para el estudio de la traducción del humor en series como *The Office*:

1. El público que ve esta serie es mayoritariamente joven y con buen dominio del inglés, lo cual repercute en su preferencia por la versión original con subtítulos, y en su capacidad para detectar matices humorísticos que podrían perderse en la traducción.

2. La subtitulación es el formato dominante en esta muestra, elegido tanto por razones de fidelidad como de aprendizaje o interés por el idioma. El doblaje, aunque valorado positivamente, aparece como una opción minoritaria, más asociada a la comodidad que a la fidelidad.

3. El humor traducido sigue siendo disfrutable, incluso con ciertos ajustes. Las puntuaciones muestran que tanto el doblaje como la subtitulación consiguen transmitir la esencia cómica del original, aunque cada uno con fortalezas distintas: el doblaje facilita la comprensión general, mientras que la versión original potencia la conexión con la actuación y la ironía lingüística.

4. La dificultad para captar ciertos chistes se hace más evidente en la versión original, especialmente entre quienes no tienen un nivel avanzado de inglés. Esto refuerza la importancia de las estrategias de compensación y adaptación cuando se traducen referencias culturales o juegos de palabras.

## 6.7 Conclusión

Los resultados de esta encuesta confirman que la traducción del humor no se puede medir solo con criterios lingüísticos; también hay que tener en cuenta cómo lo recibe el espectador. En una serie como *The Office*, donde gran parte del humor se apoya en el lenguaje, la actuación vocal y la cultura estadounidense, quienes ven la serie en su versión original con subtítulos parecen captar mejor los matices cómicos, aunque eso también implica un mayor esfuerzo cognitivo.

Por otro lado, el doblaje cumple su función comunicativa de manera efectiva y facilita un acceso más fluido, aunque inevitablemente se pierde algo de la riqueza expresiva. Así que, en lugar de ser excluyentes, ambos formatos son complementarios: cada uno se adapta a diferentes perfiles de audiencia y necesidades.

En última instancia, la encuesta no solo valida las estrategias observadas en el análisis textual, sino que también demuestra que el público no es un receptor pasivo: interpreta, compara, valora y experimenta el humor de formas distintas según el canal de traducción que elige. La traducción del humor, por tanto, no es únicamente una operación técnica, sino una experiencia compartida entre culturas, lenguas y generaciones.

Una posible mejora en la accesibilidad consistiría en ofrecer subtítulos duales: uno más literal y otro adaptado, para que los espectadores puedan elegir el enfoque que prefieran. Esta opción permitiría una experiencia personalizada y más inclusiva, especialmente en productos humorísticos donde las referencias culturales son clave.

En definitiva, los datos empíricos confirman lo que el análisis textual ya sugería: traducir humor requiere no solo habilidad lingüística, sino también una sensibilidad hacia el receptor. Y ese receptor, lejos de ser pasivo, evalúa, compara y decide. Este capítulo ha permitido escuchar esa voz.

## 7. Discusión y reflexión sobre la traducción de *The Office*

### 7.1 Implicaciones del análisis para la traducción de series de humor

El recorrido por los ejemplos de *The Office* revela que, al traducir comedias, el traductor no solo se limita a convertir palabras, sino que se transforma en un auténtico creador de humor en el idioma de destino. Cada chiste, cada juego de palabras y cada referencia cultural requiere una solución

personalizada: desde la creación de términos nuevos hasta la reformulación completa de una broma. Este trabajo se asemeja más a la escritura de guiones que a la traducción tradicional, ya que el objetivo es provocar en el espectador la misma risa y complicidad que siente quien ve la versión original.

Además, los ejemplos analizados muestran que no existe una estrategia única: doblaje y subtítulos tienen roles distintos y complementarios. Mientras que el doblaje permite explotar acentos, entonaciones y neologismos, los subtítulos ofrecen fidelidad al texto y a la voz del actor original, y se convierten en aliado de la claridad y la brevedad. Esta dualidad obliga a las plataformas y productoras a decidir, caso a caso, qué formato mejor conserva el humor sin sacrificar la comprensión o la naturalidad. Para futuros proyectos de comedia, la lección es clara: el traductor debe dominar tanto las herramientas lingüísticas como las técnicas dramáticas, y trabajar de la mano con los adaptadores vocales para recrear en otro idioma una chispa cómica irrepetible.

En este sentido, es importante reconocer también el papel creativo que desempeña el traductor en estos casos, más allá de la simple traslación de texto.

Traducir humor no es solo un ejercicio de trasladar palabras de un idioma a otro; es reconstruir el mecanismo cómico dentro de un nuevo sistema lingüístico y cultural. En el caso de *The Office*, esto se hace especialmente evidente debido a su uso intensivo de juegos de palabras, referencias culturales y actuaciones paralingüísticas que son parte integral del efecto cómico global.

A lo largo del trabajo, se ha puesto de manifiesto que el traductor asume el papel de un creador secundario, desempeñando funciones que se asemejan a las de un guionista o adaptador. Tiene que anticipar cómo reaccionará el público, ajustar el tono de las bromas, reconstruir chistes que dependen de estructuras gramaticales o fonéticas que no se pueden reproducir, e incluso inventar soluciones originales que mantengan el ritmo y la intención del texto.

Asimismo, cabe señalar que el humor no solo varía entre culturas, sino también entre individuos. Lo que resulta gracioso para un espectador puede no tener el mismo efecto en otro, lo que complica aún más la labor del traductor. Esta variabilidad sugiere que más allá de la fidelidad textual, el éxito de la traducción del humor reside en su impacto emocional en el espectador.

Así, se puede afirmar que el traductor de humor actúa más como un intérprete artístico que como un traductor técnico. Cada elección que hace no es solo lingüística, sino también estética y comunicativa. Al final, su objetivo no es solo que el público entienda, sino que ría en el momento justo. Esa habilidad para provocar una risa equivalente en otro idioma es, sin duda, la forma más sutil y exigente de fidelidad en la traducción.



## 7.2 ¿Hasta qué punto es posible mantener el humor original?

Si bien el ideal de una traducción 100 % fiel al original es inalcanzable cuando el humor se apoya en sutilezas fonéticas o referencias culturalmente ancladas, el análisis demuestra que sí podemos aspirar a reproducir su intención comunicativa y su efecto dinámico. La equivalencia dinámica de Nida se convierte aquí en brújula: lo esencial no es conservar la forma exacta del chiste, sino generar en el espectador la misma carcajada o esa sonrisa de reconocimiento.

En cada caso, desde el “ticioso” improvisado hasta la parodia del acento sureño, se observa que, aunque la broma cambie de forma, su esencia humorística puede trasladarse con éxito. A veces, se opta por la adaptación cultural, otras por la compensación o por extranjerizar ciertas marcas, pero siempre con un objetivo claro: hacer que el público sienta que está ante un ingenioso intercambio cómico. Por lo tanto, en lugar de preguntarnos si podemos preservar el humor original en su totalidad, es más útil cuestionarnos cómo podemos recrearlo de tal manera que, a pesar de las inevitables pérdidas, el espectador disfrute de un humor equivalente, adaptado a sus propios códigos lingüísticos y culturales. Cuando logramos esto, la traducción cumple su función más noble: provocar la risa, tal como lo hacía la versión original.

## 8. Conclusiones

### 8.1 Resumen de hallazgos principales

El análisis realizado ha permitido identificar varios factores que influyen en la traducción del humor en la serie *The Office*. Primero, las dificultades lingüísticas, que surgen del uso frecuente de giros idiomáticos, juegos de palabras y expresiones coloquiales, obligan al traductor a buscar soluciones que mantengan la fluidez del lenguaje sin perder la intención cómica. Además, hay que considerar las dificultades culturales, ya que muchas bromas hacen alusión a costumbres, contextos laborales y referencias específicas de la cultura anglosajona. Esto implica tomar decisiones conscientes entre adaptar o conservar el elemento original, utilizando estrategias como la adaptación o la explicación implícita.

Otro desafío importante son los aspectos paralingüísticos: las pausas, los silencios, los tonos de voz y los gestos son parte del código humorístico, especialmente en un formato como el *mockumentary*. La traducción, ya sea a través del doblaje o de subtítulos, debe encontrar formas de transmitir estos matices sin alterar el ritmo y la intención.

En cuanto a la evaluación de las soluciones de traducción, se ha observado que aquellas que priorizan la equivalencia dinámica, es decir, el mantenimiento del efecto humorístico por encima de la fidelidad literal, suelen ser más efectivas y mejor recibidas por el público. Entre las estrategias más

comunes se encuentran la paráfrasis, la compensación y la creación de neologismos o calcos adaptados. En muchos casos, los traductores combinan diferentes técnicas —como la omisión selectiva, la modulación o la adición contextual— para abordar simultáneamente cuestiones de claridad, brevedad y fidelidad comunicativa.

En resumen, los hallazgos destacan que traducir humor es una tarea compleja y multidimensional, donde cada decisión se adapta a las particularidades del texto, del medio de recepción y del público objetivo.

## *8.2 Reflexiones finales sobre la traducción de *The Office* y el humor*

La traducción de una comedia como *The Office* requiere un enfoque integral que aborde simultáneamente los desafíos lingüísticos, culturales y paralingüísticos. En este contexto, el traductor no se limita a trasladar palabras de un idioma a otro; más bien, reconstruye un mecanismo cómico dentro de un nuevo sistema cultural y lingüístico. Como se ha mencionado, las dificultades obligan a tomar decisiones entre estrategias de adaptación, compensación o extranjerización, siempre con el objetivo de provocar en el público meta una respuesta emocional similar a la del original.

Un aspecto clave de esta labor creativa es la búsqueda de esa equivalencia dinámica que propone Nida, priorizando la reacción del receptor sobre la literalidad. Así, la traducción se ve menos como un ejercicio de reproducción textual fiel y más como la creación de un texto que despierte en el público meta la misma risa, el mismo reconocimiento de lo absurdo o la misma complicidad que genera la versión en inglés. En la práctica, esto se traduce en la invención de neologismos (“ticioso”), la reformulación de malentendidos (“inauguración” vs. “launch party”) y la modulación de entonaciones y acentos en el doblaje para mantener el ritmo y la intensidad del humor.

La evaluación sistemática de las diferentes modalidades —subtitulada y doblada— es igualmente esencial para medir las pérdidas y ganancias humorísticas y proporcionar retroalimentación al equipo de traducción en futuras producciones. Mientras que los subtítulos ofrecen fidelidad al texto original y preservan la voz de los actores, el doblaje permite aprovechar recursos vocales y paralingüísticos que recuperan matices, incluso a costa de cierta artificialidad. Reconocer esta complementariedad permite diseñar estrategias mixtas, como la inclusión de breves aclaraciones en subtítulos o la adición de efectos sonoros en el doblaje que refuercen el chiste.

Por último, el trabajo pone de manifiesto que la traducción de humor es un proceso de mediación cultural en el que el traductor ejerce un rol creativo similar al de un guionista o adaptador. Su éxito depende de la sensibilidad para equilibrar fidelidad y adaptabilidad, así como de su

capacidad para anticipar la diversidad de experiencias y niveles lingüísticos del público. Solo de este modo, las fronteras idiomáticas dejan de ser barreras y se convierten en puentes que permiten que la risa cruce contextos y generaciones.

## 9. Bibliografía obres citades

Gutt, E.-A. (s. f.). *TRANSLATION AND RELEVANCE*.

J. Darbelnet, & Vinay, J. P. (1996). *Stylistique comparée du français et de l'anglais: Méthode de traduction*. Didier.

Molina, L., & Hurtado Albir, A. (2002). Translation Techniques Revisited: A Dynamic and Functionalist Approach. *Meta : Journal Des Traducteurs / Meta: Translators' Journal*, 47(4), 498-512. <https://doi.org/10.7202/008033ar>

Nida, E. A. (2003). *Toward a Science of Translating*.

*The Office (TV Series 2005–2013)—Ratings—IMDb*. (s. f.). [Video recording]. Recuperado 14 de diciembre de 2024, de <https://www.imdb.com/title/tt0386676/ratings/>

Venuti, L. (2017). *The Translator's Invisibility A History of Translation*. Routledge.

Vermeer, H. J. (1970). *Escopo*. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.6370703>