

**TRABAJO DE FINAL DE GRADO EN TRADUCCIÓN E
INTERPRETACIÓN**

TREBALL DE FI DE GRAU EN TRADUCCIÓ I INTERPRETACIÓ

Departament de Traducció i Comunicació

TÍTULO / TÍTOL

**Estudio descriptivo y exploratorio sobre la
audiodescripción de programas de telerrealidad**

Autor/a: Iván Galas Martínez

Tutor/a: Irene De Higes Andino

Fecha de lectura/ Data de lectura:



Resumen/ Resum:

Los programas de telerrealidad inundan la parrilla de la televisión y tienen un éxito de masas. No obstante, no siempre son accesibles para todo el mundo. La accesibilidad puede darse mediante la subtitulación para personas sordas, la interpretación en lengua de signos o la audiodescripción para personas ciegas. Concretamente, en este trabajo nos centraremos en esta última. A través del análisis de varios programas de telerrealidad audiodescritos tanto en inglés como en español y de elaborar una propuesta de AD para uno de ellos, buscamos las características concretas que tiene el género.

Palabras clave/ Paraules clau:

Traducción audiovisual, accesibilidad, audiodescripción, programas de telerrealidad

Hemos seguido las pautas de la norma APA (7ª ed) para las citas y referencias bibliográficas. Para las obras audiovisuales hemos seguido las pautas de *Archivos de la Filmoteca*.

Agradecimientos

En primer lugar, me gustaría dar las gracias a Irene de Higes, no solo por sus consejos y su ayuda como tutora del presente trabajo, sino también por los conocimientos y la pasión por la traducción audiovisual transmitidos en las asignaturas que me ha impartido. En segundo lugar, a Laura Feyto Álvarez, jefa de la Unidad de Accesibilidad de RTVE por su amabilidad y disponibilidad a la hora de proporcionarme parte del material necesario para el análisis. Por último, a mi familia y amigos por el apoyo.

Gracias.

Tabla de contenido

1	Capítulo 1: Introducción.....	6
1.1	Motivación personal.....	6
1.2	Objetivos.....	6
1.3	Estructura.....	7
2	Capítulo 2: La audiodescripción.....	8
2.1	Definición y convenciones de la audiodescripción.....	8
2.2	Elementos de la AD.....	9
2.2.1	Espacio y tiempo.....	9
2.2.2	Los personajes.....	10
2.2.3	Otros elementos.....	11
3	Capítulo 3: Programas de telerrealidad: definición y audiodescripción.....	13
3.1	Definición.....	13
3.2	Telerrealidad en España.....	13
4	Capítulo 4: Metodología y corpus.....	15
4.1	Metodología.....	15
4.2	Corpus.....	15
5	Capítulo 5: Análisis práctico.....	17
5.1	Análisis I: AD de <i>realities</i> en español. El caso de <i>Niquelao!</i> y <i>Maestros de la Costura</i>	17
5.1.1	Aspectos generales.....	17
5.1.2	Espacio.....	18
5.1.3	Tiempo.....	20
5.1.4	Personajes.....	20
5.1.5	Otros elementos.....	22
5.2	Análisis II: <i>El Imperio de la ostentación</i>	24
5.2.1	Aspectos generales.....	24
5.2.2	Espacio.....	26
5.2.3	Tiempo.....	28
5.2.4	Personajes.....	28
5.2.5	Otros elementos.....	30
6	Conclusiones.....	32
6.1	Futuras vías de investigación.....	33

7	Referencias	34
7.1	Filmografía	36
8	Anexos	37
8.1	Anexo A:AD Niquelao!	37
8.2	Anexo B: AD Maestros de la Costura	37
8.3	Anexo C: AD El Imperio de la ostentación (ES)	37
8.4	Anexo D: AD El Imperio de la ostentación (ES) – Locución.....	37
8.5	Anexo E: AD El Imperio de la ostentación (EN).....	37

Tabla de gráficos

Gráfico 1	- Bocadillos de información Niquelao!.....	17
Gráfico 2	- Bocadillos de información Maestros de la costura.....	18
Gráfico 3	- Bocadillos de información El imperio de la ostentación (EN).....	25
Gráfico 4	- Bocadillos de información El imperio de la ostentación (ES)	26

1 Capítulo 1: Introducción

1.1 Motivación personal

Desde siempre me han gustado mucho las series, las películas y los idiomas, por lo que poder unir estas tres aficiones y llevarlas a un terreno profesional ha sido muy gratificante para mí. Gracias a la traducción audiovisual cualquier obra puede llegar a todo el mundo; pero para que llegue a todo el mundo, la traducción audiovisual no solo se centra en la subtitulación o el doblaje, sino que cuenta con más modalidades que hacen esto posible. En la asignatura de Accesibilidad conocí en mayor profundidad algunas de estas: la subtitulación para personas sordas (SPS) y la audiodescripción (AD). Desde entonces tuve claro que quería seguir ahondando más en estas modalidades y aportar mi grano de arena a la realidad de la accesibilidad. Elegí la AD como foco de estudio, ya que considero que el porcentaje de contenido audiodescrito es muy bajo en relación con la cantidad tan grande de contenido disponible. Además, dentro de este contenido me di cuenta de que en su mayoría se trata de series y películas, pero dentro de las obras audiovisuales considero que hay un género bastante específico que muchas veces se pasa por alto y que tiene millones de seguidores en todo el mundo: el *reality* o la telerrealidad (y todas sus variantes). Por tanto, decidí no solo dar visibilidad a la realidad de la AD en España, sino promover la AD de una gama más amplia de contenidos que pueda interesar a más gente.

1.2 Objetivos

Los objetivos de este trabajo son los siguientes:

- Describir la audiodescripción de *realities* tomando como ejemplo la AD del programa de Netflix *Niquelao!* (Fremantle, 2019-) y el programa de RTVE (Radiotelevisión Española) *Maestros de la Costura* (Shine Iberia, 2018-).
- Elaborar una propuesta de AD del *reality Bling Empire* (*El imperio de la ostentación*, Jeff Jenkins Productions, 2021-) teniendo en cuenta los elementos más importantes de la audiodescripción.
- Comparar mi propuesta de AD con la AD oficial en inglés.

Mediante estos objetivos pretendemos hacer un análisis descriptivo y teórico sobre la AD de programas de telerrealidad para poder abordar en posibles futuros estudios este tema en concreto.

1.3 Estructura

El presente trabajo se divide en cinco capítulos, además de un capítulo final recogiendo las conclusiones y posibles vías de estudio futuras. En el primer capítulo añadimos una introducción general al trabajo y listamos los objetivos. En el segundo, abordamos de manera teórica qué es la audiodescripción y qué elementos la caracterizan siguiendo la norma UNE y estudios de otros autores y autoras. En el capítulo tres, también de manera teórica, analizamos qué es un programa de telerrealidad y la situación actual en España. A continuación, en el cuarto capítulo analizamos la metodología que hemos seguido para realizar el trabajo y el corpus que hemos seleccionado para analizar. En el capítulo cinco analizamos los programas descritos en el anterior apartado de manera descriptiva y exploratoria, para finalizar con un apartado de conclusiones.

2 Capítulo 2: La audiodescripción

2.1 Definición y convenciones de la audiodescripción

Según la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, las personas con discapacidades físicas y sensoriales tienen derecho a una accesibilidad universal. Entendemos por accesibilidad «la actividad por la que se concibe o proyecta, desde el origen, y siempre que ello sea posible, entornos, procesos, bienes, productos, servicios, objetos, instrumentos, dispositivos o herramientas, de tal forma que puedan ser utilizados por todas las personas, en la mayor extensión posible» (Ley 22066, 2003, art. 2). Entendemos, por tanto, que la accesibilidad en el ámbito audiovisual, que es en el que nos centraremos en este TFG, es un derecho. Dicho derecho se recoge más concretamente en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual: «Las personas con discapacidad visual o auditiva tienen el derecho a una accesibilidad universal a la comunicación audiovisual, de acuerdo con las posibilidades tecnológicas» (Ley 5292, 2010, art. 8). En la accesibilidad a los productos audiovisuales encontramos tres grandes bloques: la subtitulación para personas sordas o con problemas auditivos (SPS), la audiodescripción para personas ciegas y deficientes visuales (AD) y la interpretación en lengua de signos. Según la norma UNE 153020 (AENOR, 2005: 4), se puede definir la audiodescripción como:

Servicio de apoyo a la comunicación que consiste en el conjunto de técnicas y habilidades aplicadas, con objeto de compensar la carencia de captación de la parte visual y contenida en cualquier tipo de mensaje, suministrando una adecuada información sonora que la traduce o explica, de manera que el posible receptor discapacitado visual perciba dicho mensaje como un todo armónico y de la forma más parecida a como lo percibe una persona que ve.

La norma UNE también proporciona información sobre qué aspectos se han de tener en cuenta a la hora de realizar una buena audiodescripción, así como las convenciones que se han de seguir en España a la hora de redactar el guion y pautas para la locución. En primer lugar, se debe hacer un estudio previo del contenido audiovisual para asegurarse de que

cuenta con suficientes huecos de mensajes. En estos huecos es donde posteriormente se locutará la audiodescripción para narrar los aspectos visuales importantes de la obra.

Rai et al. (2010) recogen en un estudio comparativo varias guías entre las que se encuentra la norma UNE española y a partir de este podemos recoger varias conclusiones: se debe audiodescribir todo lo que sea relevante para la trama y no sea deducible por los sonidos. Además, se debe evitar censurar el contenido, ya que no se estaría transmitiendo lo que el contenido visual está mostrando. Los audiodescriptores deben evitar anticipar eventos de la trama y, en la medida de lo posible, describir las acciones a la vez que ocurren. Como esto no siempre es posible por los huecos de mensaje, a veces se puede hablar por encima de piezas musicales o diálogo secundario. No obstante, hay que recordar que toda pieza de música o sonidos ambientales forman parte de una obra por algún motivo en concreto y se debe intentar utilizar solo los silencios (sin sobrecargar la obra).

2.2 Elementos de la AD

Hemos recogido algunas convenciones generales que dicta la norma UNE y otras normas internacionales, así como diversas aportaciones de varios autores y autoras. No obstante, las plataformas de vídeo bajo demanda como Netflix tienen sus guías propias en las que pueden ampliar aquellos campos en los que la norma UNE queda un poco vaga e incluir cuestiones de estilo propias.

2.2.1 Espacio y tiempo

Para poder crear una audiodescripción adecuada hay que tener en cuenta diversos aspectos fundamentales para el entendimiento de cualquier obra. En primer lugar, el espacio y el tiempo en el que transcurren los hechos (*¿Cuándo? ¿Dónde?*). Es imprescindible, siempre que los huecos de mensaje lo permitan, describir el lugar donde está ocurriendo la acción, así como cualquier referencia temporal que se vea en pantalla. El espacio puede tener un papel crucial en el desarrollo de los hechos, por lo que, si no hay ninguna referencia verbal que indique dónde está ocurriendo la acción, es necesario audiodescribir el escenario de manera general y todos los detalles que permitan crear una imagen mental más rica del lugar (Vercauteren y Remael, 2014). De la misma manera, el tiempo puede ayudar a entender muchas de las acciones que vemos en pantalla: puede haber saltos atrás o hacia adelante o la película puede estar ambientada en alguna época pasada, por ejemplo. Según Vercauteren y Remael (2014), la audiencia crea modelos mentales con toda la información que se presenta

en pantalla (personajes, acciones, el espacio y el tiempo), por lo que una audiodescripción debería incluir una indicación tanto del lugar como del tiempo, si se trata de un escenario real o no (como un sueño o una visión) e, idealmente, situar la acción antes de describir su contenido para poder hacer referencias posteriores a estos escenarios. A veces será necesario solo con nombrar dónde transcurre la acción (un río, París), pero en otras ocasiones puede haber elementos que sean necesarios para lo que va a pasar (un río seco, un río con agua cristalina, etc.). Lo mismo ocurre con las referencias temporales: puede que simplemente haya que marcar que se trata de un día/año/mes distinto o que haya que especificar más el tiempo (la Alemania nazi en 1942). Como hemos mencionado, estas referencias espacio-temporales junto a los elementos que se puedan describir permitirán al espectador enmarcar vívidamente los hechos.

2.2.2 Los personajes

En segundo lugar, tras haber situado las acciones espacio-temporalmente, el elemento más importante de cualquier obra audiovisual son los personajes (*¿Quién?*). Tanto principales como secundarios constituyen un pilar fundamental para la trama y, por tanto, se deben presentar a los espectadores de manera correcta. «The handling of characters in an audio description consists essentially in addressing two issues: how and when to name the characters and how and when to give a longer description [...]» (Benecke, 2014: 141). Para dar respuesta a estas preguntas no existen muchas guías o convenciones que expliquen detalladamente cómo hacerlo, aunque hay un consenso general en no nombrar a un personaje hasta que no hayan dicho su nombre en la obra y recurrir a descripciones básicas para referirse a él hasta que lo hagan para así no adelantar detalles de la trama y proporcionar la misma información que tienen el resto de espectadores. Benecke (2014) también sostiene que se debe elaborar una descripción de la apariencia, forma de vestir y rasgos de los personajes siempre y cuando no se haga ninguna mención en los diálogos. Siempre que sea posible debemos describir al personaje justo después de su aparición. No obstante, esto no va a ser siempre posible por los huecos de diálogos. En estos casos se deberá priorizar los elementos del personaje más importantes y la AD de la acción y, posteriormente, completar la descripción del personaje en otras escenas. La guía de estilo de Netflix de AD (apartado 1.2) también añade otros aspectos más específicos que se deben tener en cuenta como la representación y la diversidad: «When considering whom to describe and in what detail, consider both the needs of the plot and the importance of representation. [...] If unable to

confirm or if not established in the plot, do not guess or assume racial, ethnic or gender identity».

Además de la descripción física de los personajes, los gestos y las expresiones faciales son también un factor clave que hay que tener en cuenta para la AD. «Para interpretar, el actor cuenta con tres facetas diferenciadas que son la acción, la mímica y la expresión facial» (Fernández Díez y Martínez Abadía, 1999: 169) Fernández Díez y Martínez Abadía (1999) también consideran que las expresiones faciales pueden transmitir la autenticidad de las pasiones, emociones y pensamientos, así como la credibilidad del intérprete. Mediante gestos o solo con una expresión facial como guiñar un ojo, los actores y actrices pueden comunicar mucho y, en muchas ocasiones, puede desempeñar un papel fundamental en el desarrollo de la trama, pues los gestos pueden desencadenar acciones. Por tanto, si no se hace una mención explícita en el diálogo de estos gestos y expresiones debemos incluirlos en la AD. No obstante, no siempre se van a describir. Podemos clasificar los gestos y expresiones en gestos y expresiones que acompañan al discurso, gestos y expresiones que sustituyen al discurso y gestos y expresiones que contradicen al discurso (Mazur, 2014: 185). Generalmente, el primer tipo no se audiodescribiría, ya que se hace una mención de lo que representan, por ejemplo, un niño marcando con la mano el número de años que tiene a la vez que lo dice. En el caso de los otros dos tipos sí que sería necesaria una explicación para poder entender la trama. A la hora de describirlos, las guías de AD, de manera general, proponen siempre utilizar un lenguaje objetivo que describa los gestos/expresiones y que las personas con discapacidad visual deduzcan su significado. No obstante, esto no siempre es posible por cuestiones de tiempo o por la dificultad de los gestos. «[...] but it seems that in some instances terse, interpretative descriptions will be a better option in order to ensure the narrative continuity of a film (and thus its comprehension by the blind)» (Mazur, 2014: 185).

2.2.3 Otros elementos

Finalmente, en una obra audiovisual, encontramos también otros elementos presentes en el campo visual que pueden ser necesarios para la comprensión de los hechos. En la Norma UNE previamente mencionada encontramos referencia a ellos: «En el guion se debe incluir la información aportada por subtítulos ocasionales, letreros, avisos y títulos de crédito, resumiendo aquellos que sean excesivamente largos cuando el hueco de mensaje sea corto para permitir su audiodescripción literal» (AENOR, 2005: 8). En el caso de los subtítulos se pueden seguir distintas estrategias según su importancia en la trama. En el caso de que un

personaje hable en otra lengua constantemente, se puede recurrir a otro audiodescriptor encargado de leer los subtítulos de este personaje al mismo tiempo que este habla a modo de *voice-over*. Si se trata de un caso puntual, es posible reformular en estilo indirecto los subtítulos y remarcar que se está hablando en otra lengua para que no se pierda la intención del autor (De Higes, 2014). Respecto al texto en pantalla, se debe reproducir también su contenido y especificar si se trata de un letrero, un cartel, etc. De igual manera se deben describir los títulos de crédito tanto iniciales como finales, ya que en ellos encontramos información útil respecto al contenido como el nombre de los actores y actrices (que puede servir para identificar personajes), el director o la directora (los receptores pueden recordar otros trabajos con estilo similar) y las productoras que han hecho posible el contenido.

Un elemento implícito en la AD en sí es la objetividad-subjetividad del lenguaje. Prácticamente todas las normas recomiendan utilizar un lenguaje objetivo sin juicios de valor. La norma UNE lo recoge así: “Debe evitarse transmitir cualquier punto de vista subjetivo”. (AENOR, 2005: 8). En la norma francesa: «La description doit être réalisée de façon objective pour ne pas imposer ses propres sentiments mais les provoquer» (Morisset y Gonant, 2008: 2). La norma de Netflix es un poco más abierta: «Although some subjectivity is unavoidable, description should not be opinionated unless content demands it» (Netflix, 2021). No obstante, utilizar un lenguaje muy descriptivo y objetivo puede ser negativo según Limbach (2012: 68): «la descripción objetiva [...] puede tener muchas desventajas para el receptor ciego, sobre todo en el caso de la descripción de los personajes y los elementos cinésicos». Limbach (2012) también menciona la importancia de transmitir el sentido correcto mediante el lenguaje para que la comunicación sea efectiva, así como la problemática de las restricciones temporales que impide describir exhaustivamente muchos gestos/acciones. Concluye finalmente, que, aunque es necesario que la opinión del traductor no sea visible en la AD, esto es en ocasiones muy difícil y aún se debe profundizar más en este aspecto.

3 Capítulo 3: Programas de telerrealidad: definición y audiodescripción

3.1 Definición

Más allá de las series, las películas o incluso noticiarios, hay un género audiovisual que capta la atención de los espectadores y que forma parte de la programación diaria de casi todas las cadenas. Se trata del género del *reality tv* o la telerrealidad. Este género abarca un amplio abanico de subgéneros, lo que dificulta una definición exacta.

There is no one definition of reality programming, but many, competing definitions of what has come to be called the reality genre. This is because the reality genre is made of a number of distinctive and historically based television genres, such as lifestyle, or documentary. These television genres have merged with each other to create a number of hybrid genres that we now call reality TV, or popular factual television (Hill, 2005: 55).

3.2 Telerrealidad en España

A principios de la década de 1990 los programas de telerrealidad llegan a España, dejando de lado programas informativos y formativos y ocupando la mayor parte de la parrilla junto con otros programas de entretenimiento, convirtiéndose así en un gran fenómeno de masas (Mateos-Pérez, 2011). Desde entonces y hasta la actualidad el número de programas ha ido creciendo y ganando popularidad, ejemplos de ello son *Gran Hermano* (Zeppelin TV, Mediaset España, 2000-), *Supervivientes* (Bulldog TV, 2000-) o *Keeping up with the Kardashians* (*Las Kardashian*, Ryan Seacrest Productions, Bunim/Murray Productions, 2007-).

En el año 2020, según una encuesta llevada a cabo por Barlovento Comunicación sobre los géneros televisivos y su porcentaje en la parrilla española, los programas de entretenimiento ocuparon el segundo lugar con un 17,8%, después del contenido de ficción (42,3%). En otra encuesta sobre los diez programas con más audiencia también en 2020 observamos que el *reality Supervivientes* ocupa la octava, novena y décima posición (solo después de los programas de las campanadas de varias cadenas y partidos de fútbol).

El informe sobre el seguimiento de las obligaciones impuestas en materia de accesibilidad correspondiente al año 2017 por la CNMC concluye que La 1 dedicó 89,8 horas mensuales (media anual) a la audiodescripción; Antena 3, 15,2 y Telecinco 9,7. En cuanto a la distribución por género de la AD, un 37% de esta se insertó en «programas de entretenimiento, magazines y actualidad». No obstante, este apartado abarca muchos tipos de programa y no se especifica el porcentaje destinado a los *realities*. En Reino Unido, en comparación, entre 2017 y 2018 se subtítulo el 97% de los *reality shows* de la BBC (García Prieto, 2019: 163).

Observamos pues que el género de telerrealidad está muy presente en televisión y tiene gran cantidad de espectadores y, aunque está dentro del bloque de programas con más audiodescripción, las horas reales anuales son muy pocas.

Este auge de los programas de telerrealidad ha llegado también a los servicios de vídeo bajo demanda como Netflix. Precisamente en esta plataforma, el *reality Too hot to Handle* (*Jugando con fuego*, Talkback, 2020-) consiguió 51 millones de visualizaciones en las primeras cuatro semanas, muy por encima de otras series, y *Floor is Lava* (*El suelo es lava*, Haymaker Media, 2020-) obtuvo 37 millones. «Las cifras de estos dos proyectos son una noticia increíble para Netflix, que cada vez tiene más claro que una forma de atraer y mantener nuevos suscriptores consiste precisamente en ofrecer entretenimiento de telerrealidad, que tan bien funciona en la televisión en abierto» (Solà, 2020). Observamos que Netflix cuenta con muchos *realities* con AD, aunque solo en versión original inglesa. No obstante, de la gran mayoría de programas que tiene tan solo seis cuentan con la AD en español; una cifra muy baja teniendo en cuenta el éxito tan grande y los beneficios que este tipo de programa suponen.

4 Capítulo 4: Metodología y corpus

4.1 Metodología

En primer lugar, hemos hecho un repaso teórico de los elementos fundamentales de una audiodescripción y la situación de los programas de telerrealidad en España para justificar la finalidad del trabajo, todo ello contemplado en los apartados teóricos iniciales. A continuación, hemos seleccionado el corpus sobre el cual basamos nuestro análisis.

Para llevar a cabo un análisis descriptivo de la AD de *realities*, hemos hecho, para empezar, una transcripción de la AD oficial del programa de Netflix *Niquelao!* y hemos analizado la AD del programa de RTVE *Maestros de la Costura* que nos ha proporcionado Laura Feyto. Al tratarse de dos programas que utilizan guías de estilo distintas (la norma de Netflix el primero, la norma UNE el segundo) podemos observar qué características se tienen en cuenta para este tipo de programas y el grado de cumplimiento de los estándares. A su vez lo relacionamos con los aspectos tratados en el apartado 2.2. A partir de este análisis de la AD de *realities* observamos los elementos que caracterizan este tipo de AD y resumimos las conclusiones.

En segundo lugar, hemos realizado una propuesta de AD del programa de Netflix *El imperio de la ostentación* y hemos analizado también los elementos característicos. Hemos decidido locutar la AD para ver cómo sería el resultado final. Posteriormente, hemos realizado la transcripción oficial de la AD del mismo programa en inglés y hemos comparado ambas AD para observar puntos de discrepancia entre una y otra y añadir las conclusiones a los resultados anteriores.

4.2 Corpus

En primer lugar, hemos seleccionado dos programas de telerrealidad de características similares: ambos siguen la mecánica típica de un concurso en el que tienen que “crear” algo y cada semana van eliminando concursantes. El primer programa que hemos seleccionado es *Niquelao!*, donde varios concursantes tienen que elaborar distintos productos de repostería. El segundo programa es *Maestros de la costura*. Este programa de RTVE nos presenta a varios concursantes que se enfrentan a diversos retos relacionados con la costura y la confección de

ropa. Plantean un formato muy interesante también porque, además de los concursantes y del jurado, tiene mucha importancia lo que están haciendo, ya que es lo que determinará unas reacciones u otras. En concreto, hemos analizado el capítulo 1 de la primera temporada de *Niquelao!* al completo y el capítulo 8 de la cuarta temporada de *Maestros de la costura* hasta el minuto 44. El motivo de ello es la diferencia de duración de cada programa, ya que el primero dura 33:05 minutos y el segundo dura unas 3 horas. No obstante, abordamos una prueba entera y una de las valoraciones de *Maestros de la costura*.

Para el segundo análisis hemos analizado el programa de telerrealidad *El imperio de la ostentación*. Se trata de un programa estadounidense que sigue las vidas de un grupo de asiáticos y asiático-estadounidenses multimillonarios que viven en Los Ángeles. El programa se estrenó en enero de 2021 en Netflix y tras una temporada de ocho episodios, ya ha sido renovado para una segunda más. Consideramos que es una buena fuente de análisis, ya que cumple varios requisitos: al tratarse de un elenco coral, hay muchos personajes principales y secundarios, hay muchos cambios de localizaciones y tiene muchos otros elementos como texto en pantalla o carteles que plantean retos bastante interesantes a la hora de la audiodescripción. En concreto hemos trabajado con el primer episodio de la primera temporada que tiene una duración de unos 38 minutos.

Todos los materiales mencionados se encuentran disponibles en el apartado de *Anexos* mediante enlaces a Drive.

5 Capítulo 5: Análisis práctico

5.1 Análisis I: AD de *realities* en español. El caso de *Niquelao!* y *Maestros de la Costura*

Como hemos comentado anteriormente, en este primer análisis estudiamos los distintos elementos de una AD en el programa de telerrealidad *Niquelao!* y en *Maestros de la costura*. A través del análisis de dichos elementos establecemos varias conclusiones sobre la AD de *realities*. Para *Niquelao!*, al tratarse de un programa de Netflix, hemos hecho su análisis teniendo en cuenta su guía de estilo, aunque también comparamos con la norma UNE aquellos ámbitos en los que puede haber diferencias.

5.1.1 Aspectos generales

La AD de *Niquelao!* está compuesta por 130 bocadillos de información, los cuales se han dividido de la siguiente manera:

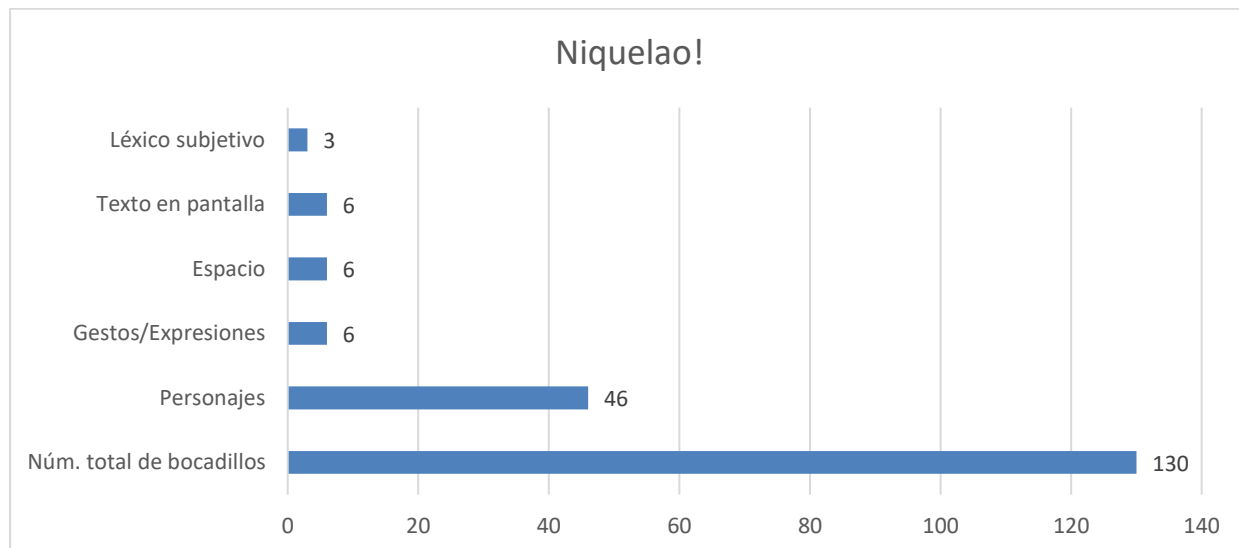


Gráfico 1 - Bocadillos de información *Niquelao!*

El resto de bocadillos se han empleado para describir la acción. Hay que remarcar también que en alguno encontramos más de un elemento distinto. Observamos que, en general, los elementos audiodescritos se corresponden a lo que vemos en pantalla, aunque no siempre. En una ocasión se nombra a un personaje, pero habla otro. También se adelanta

información en alguna ocasión por restricciones temporales. Por el mismo motivo solo se han incluido 6 bocadillos de texto en pantalla frente a las 25 ocasiones en la que lo vemos.

La AD de *Maestros de la costura* tiene un total de 70 bocadillos de información hasta el minuto 43:50. Estos se dividen de la siguiente manera:

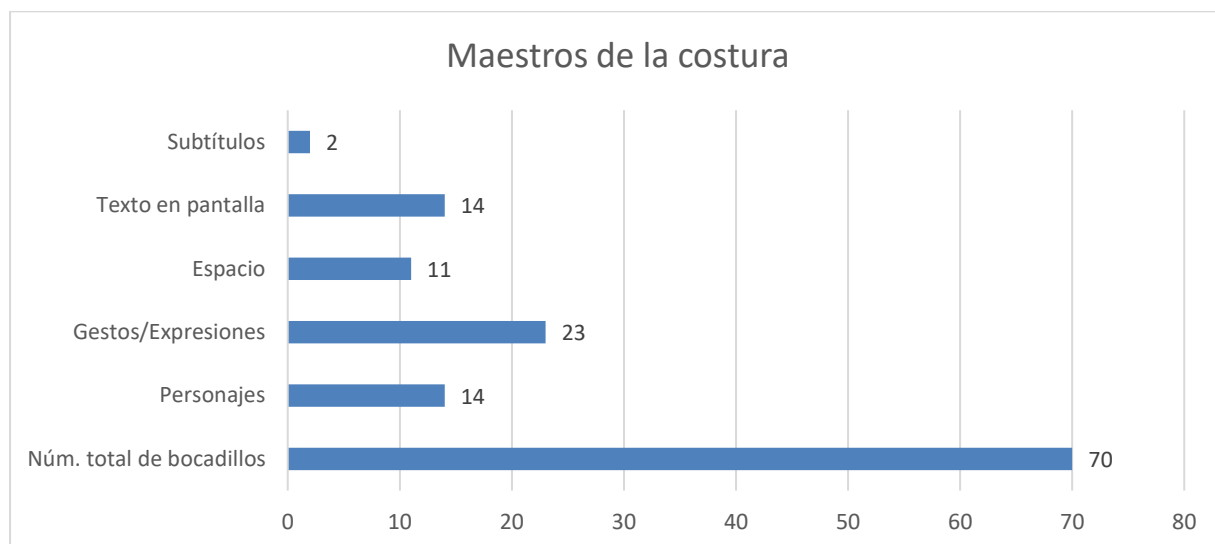


Gráfico 2 - Bocadillos de información *Maestros de la costura*

En todo momento la AD se corresponde con lo que está sucediendo en pantalla. Además, no se adelanta ni se retrasa la información, siempre ocurre de manera simultánea y aprovechando los huecos de mensaje. Observamos que en un rango mayor de tiempo que el anterior programa, hay un poco más de la mitad de bocadillos, por lo que la AD no queda sobrecargada. Por otro lado, encontramos semejanzas respecto al texto en pantalla: de las 33 veces que aparece solo se han incluido 14. No obstante, salvo una («En capítulos anteriores»), el resto son recuadros con la información de los concursantes que aparecen cuando se dirigen a cámara. La AD dedicada a los gestos y expresiones es correcta, pero según Mazur (2014) a veces es redundante con los sonidos (por ejemplo, cuando aplauden).

A continuación, analizamos cada uno de estos elementos para observar el tratamiento que se les ha dado.

5.1.2 *Espacio*

Observamos que en la AD de *Niquelao!* apenas hay ninguna mención al escenario y tampoco hay ninguna mención en los diálogos, por lo que en ningún momento sabemos dónde está transcurriendo la acción. A lo largo del episodio no hay muchos cambios de

escenario, pero sí hay lugares bastante diferenciados en el plató: la mesa de los jueces, la parte de la cocina, el lugar donde les enseñan qué tienen que hacer y una zona con productos de repostería. Además, en los vídeos de presentación de los concursantes, estos están en sus casas. Estos últimos cambios de escenario se omiten porque no son relevantes y hay mucha carga de diálogo, pero, según Vercauteren y Remael (2014), sí que sería importante incluir alguna referencia al plató para recrearlo mentalmente de manera sencilla. Además, al tratarse del primer programa sería interesante aportar detalles que posteriormente sí se podrían omitir. Las referencias que encontramos son las siguientes:

TCR (05:23 – 05:25) Corren a sus puestos de trabajo.

TCR (17:01 – 17:05) Tras la puerta aparece un castillo con princesa, príncipe y dragón.

TCR (30:24 – 30:27) Miran a la puerta por donde tiene que entrar el premio.

Observamos que estos fragmentos responden más a la descripción de la acción de los personajes que del escenario en sí y, como hay ninguna referencia anterior, puede quedar algo vago en cuanto a transmisión correcta del contenido.

En *Maestros de la costura* la distribución del espacio es bastante similar: el lugar donde están los jueces, la zona de trabajo y una mercería con productos de costura. Tampoco encontramos ninguna referencia directa a la descripción del espacio, aunque tenemos que tener en cuenta que se trata del episodio 8 de la temporada 4, por lo que desconocemos si se ha abordado con anterioridad este asunto. No obstante, justo después de la introducción vemos un plano general del plató y sí que se ha añadido en la AD:

TCR (00:01:50 – 00:01:55) El plató alberga los espacios de trabajo de cada aprendiz. [...]

Al igual que en el anterior *reality*, a través de la descripción de las acciones podemos hacernos una idea de la distribución del espacio de manera más o menos exacta:

TCR (00:02:14 – 00:02:15) Acceden al plató.

TCR (00:02:25 – 00:02:26) Ocupan sus puestos.

TCR (00:12:44 – 00:12:46) Esta acude a la mercería.

5.1.3 *Tiempo*

En *Niquelao!*, como se ha comentado anteriormente, tienen que elaborar distintos productos de repostería. Para ello tienen un tiempo concreto que viene marcado por una cuenta hacia atrás que aparece como texto en pantalla de manera intermitente. En la AD no se menciona en ningún momento este cronómetro, pero en este caso sí que hay mención de él en algunas ocasiones en el diálogo. De igual manera ocurre con *Maestros de la costura*, tienen un tiempo limitado para confeccionar un traje, pero se indica el tiempo restante en los diálogos.

5.1.4 *Personajes*

Niquelao! cuenta con una presentadora, un juez fijo y un invitado especial, además de los tres concursantes. No obstante, no se incluye ninguna descripción de ninguno de ellos. Entendemos que la presentadora (La Terremoto), el juez (Christian Escribà) y el invitado especial (Jordi Cruz) son personas famosas, pero, aun así, sería importante hacer alguna referencia a ellos para poder identificarlos mejor en el caso que no se conozcan. La guía de Netflix, no obstante, sí incluye un apartado en el que menciona que es tarea de quién audiodescribe determinar el grado de conocimiento que tiene la audiencia y elegir qué elementos incluir o excluir: «for non-fictional characters, determine how known/unknown they are in your territory to decide which elements to describe». Sin embargo, en el caso de los concursantes no se ha aportado ninguna descripción física de ninguno de ellos. La única mención es la siguiente:

TCR (01:23 – 01:24) Vestida de “Miss”.

Además, hay otra descripción de una persona que aparece unos segundos al final del episodio:

TCR (30:38 – 30:39) Un hombre con un yelmo.

En este caso observamos que no se han seguido los estándares que dicta la guía de estilo de Netflix, ya que no se ha aprovechado ningún hueco para incluir información adicional progresivamente: «in case of time constraints or information overload, characters should be described gradually».

Por otro lado, nos ha resultado interesante el hecho de que se nombra a cada personaje antes de cualquier intervención. De los 46 bocadillos de información dedicados a la introducción/descripción de personajes, 38 se han empleado para tal fin. Consideramos que esto puede ser útil al principio, ya que aún no se han identificado a los personajes, pero no es necesario incluirlos durante todo el episodio, ya que además de que no hay tantas personas, puede ser repetitivo y producir cansancio en el oyente. Además, se puede emplear estos huecos para añadir otra información sobre los personajes o el escenario y ayudar así al espectador a recrear una imagen mental más rica. Finalmente, la guía de Netflix también especifica que la primera vez que nombramos a un personaje debemos incluir alguna información más: «when naming characters for the first time before they are introduced through dialogue, aim to include a descriptor before the name (e.g. “a bearded man, Jack”)». Además de la saturación de nombres, hemos observado que en una ocasión nombran a un personaje, pero después interviene otro y, aunque es una intervención de apenas un segundo, puede provocar confusión:

TCR (06:50 – 06:51) Alina. (Realmente la persona que habla a continuación es Alba).

Encontramos también ejemplos del tratamiento de los gestos y las expresiones faciales:

TCR (02:12 – 02:14) Hace un corazón con los dedos.

TCR (11:24 – 11:25) Teo asiente.

TCR (22:17 – 22:18) Lo abraza.

Observamos, pues, que en este aspecto sí se han cumplido las pautas tanto de Netflix como de la norma UNE. No obstante, además de estas tres referencias hay otra en la que se incluye información que después viene reflejada por el diálogo por lo que debería ser omitida “these elements (facial expressions, body language and reactions) can be omitted if they completely mimic the dialogue they are accompanying” (Netflix, 2021).

TCR (03:56 – 03:57) Alina se despide. (Ella dice a continuación: «venga, ¡hasta luego! Suerte».)

Maestros de la costura cuenta con un reparto de personajes similar: tres jueces fijos, la presentadora, una invitada especial y 12 concursantes, aunque en el episodio solo aparecen 6, ya que el resto han sido previamente expulsados. En este episodio también aparecen familiares de los concursantes a modo de sorpresa. Tampoco encontramos en este programa

ninguna descripción de los jueces ni de los concursantes, pero de nuevo puede ser por no tratarse del primer programa. Sí que se ha añadido el nombre y la acción que hacen durante la introducción a modo de presentación, pero al no añadir ninguna característica de los concursantes no hay ninguna forma de saber cómo son. Según Benecke (2014), por tanto, no se han cumplido aquí los principios de identificación de personajes. Tampoco se ha añadido una descripción de la invitada (Vicki Martín Berrocal), aunque puede estar justificado al tratarse también de una persona famosa y por restricciones temporales cuando hace su aparición. Según Benecke (2014), la vestimenta también es un aspecto importante (sobre todo en este programa donde hacen referencias a cómo van vestidos) y tampoco hemos encontrado ninguna referencia en la AD. Respecto a los familiares de los concursantes, en general, no se ha añadido descripción de ninguno de ellos salvo en un caso concreto:

TCR (00:18:03 – 00:18:07) [...] Lleva prótesis en ambas piernas. [...]

A diferencia de *Niquelao!*, no identifican a cada persona cada vez que interviene, salvo en algunos momentos en que los concursantes hablan directamente a cámara. En el fragmento analizado esto ocurre una sola vez:

TCR (00:11:42 – 00:11:43) Laura.

Finalmente, analizamos el tratamiento de los gestos y expresiones. Observamos que cuando se ha podido se ha descrito la acción que acompaña al gesto para transmitir la emoción y en otras se ha descrito directamente:

TCR (00:16:39 – 00:16:41) Gabriel se enjuga las lágrimas.

TCR (00:16:25 – 00:16:27) Madre e hija se abrazan emocionadas.

TCR (00:18:10 – 00:18:12) Los jueces y Vicki aplauden emocionados.

TCR (00:27:43 – 00:27:47) Laura y su madre trabajan concentradas.

5.1.5 Otros elementos

En ambos programas encontramos varios ejemplos de texto en pantalla. En concreto, se utiliza este recurso para introducir el título y otros intertítulos que ayudan a dividir el programa en varios retos:

TCR (00:45 – 00:48) Niquelao! [...]

TCR (16:45 – 16:47) Niquelao o Aniquilao

TCR (00:01:39 – 00:01:45) [...] MAESTROS DE LA COSTURA.

Encontramos también otros ejemplos de texto en pantalla que no se han añadido a la AD. En *Niquelao!*, cuando aparecen los presentadores y los concursantes leemos su nombre y un subtítulo («La Terremoto de Alcorcón: Hada madrina, en sus ratos libres»). Además, a lo largo del episodio se muestra la fase de la receta en la que se encuentran los concursantes y también aparecen intercaladamente recuadros de textos llamados «Truco del almendruco» a efecto cómico. Tampoco se ha añadido un intertítulo que da inicio a una nueva prueba («Agárralo como puedas»). Por motivos temporales no se puede añadir todo este texto en pantalla, pero observamos la importancia que tiene en el episodio.

En *Maestros de la costura* también aparece texto en pantalla cada vez que los concursantes se dirigen a cámara. En concreto, mencionan el nombre, la edad, el trabajo, la ciudad donde residen y las redes sociales. Por motivos temporales se ha omitido toda esta información y se ha restringido a añadir el nombre antes de la intervención en algunas ocasiones, como se ha comentado en el apartado dedicado a los personajes. No obstante, desconocemos si se ha incluido esta información en episodios anteriores.

Solo en este programa encontramos ejemplos del tratamiento de subtítulos. La madre de uno de los concursantes habla en catalán durante un momento y aparece subtítulado. En el guion se ha marcado en negrita para destacar que se trata de subtítulos. Desconocemos si se ha empleado un locutor distinto para leerlos.

TCR (00:15:16 – 00:15:17) (M1) Te quiero.

TCR (00:15:19 – 00:15:22) (M1) ¿Me has echado de menos? No llores, no llores.

Por último, un aspecto bastante importante en la AD es la subjetividad del lenguaje. Según las normas de AD, debemos intentar ser lo más objetivo posible en el uso de las palabras y a la hora de narrar el contenido. Por este motivo nos ha resultado interesante el uso del léxico en algunas ocasiones en *Niquelao!*:

TCR (00:17 – 00:18) Una chapuza.

TCR (26:16 – 26:18) Es un churro con un pepino.

Entendemos que se trata de un programa de telerrealidad dentro del ámbito del entretenimiento, por lo que el uso del lenguaje puede venir marcado por el enfoque desenfadado del programa en sí. Además, como comentamos en el apartado teórico, la norma de Netflix es más abierta en este aspecto. Concluimos por tanto que, aunque analizando la AD nos han llamado la atención estas expresiones, pueden permitirse en este tipo de programas, ya que intentan reproducir el efecto cómico de las imágenes. Por ejemplo, cuando se utiliza «es un churro», realmente lo que vemos en pantalla es una tarta bastante mal hecha, por lo que el uso de esta expresión no queda tan fuera de lugar. Cabe destacar también que en *Maestros de la costura* no hemos encontrado ningún uso del léxico semejante (aunque también se han dado situaciones similares).

5.2 Análisis II: *El Imperio de la ostentación*

En este análisis práctico hemos comparado la AD oficial en inglés del programa de telerrealidad *El imperio de la ostentación* con una propuesta propia de AD en español. Analizamos el modo en que se han abordado los distintos elementos explicados con anterioridad y la diferencia que supone el uso de una lengua u otra.

5.2.1 Aspectos generales

En primer lugar, de manera general observamos que en la AD en inglés hay más insertos de audio. El motivo de esto puede ser que el inglés es una lengua por lo general con palabras más cortas y con una fonética distinta, pues no se pronuncian todas las letras de una palabra. La ventaja de esto es que permite comentar más cosas que en español no caben. Por otro lado, el insertar fragmentos de AD muy seguidos puede sobrecargar la obra y «se debe evitar provocar cansancio en el oyente discapacitado visual, por saturación de información» (AENOR, 2005: 7).

En concreto, en la AD inglesa hay 92 bocadillos de información en los que encontramos los siguientes elementos:

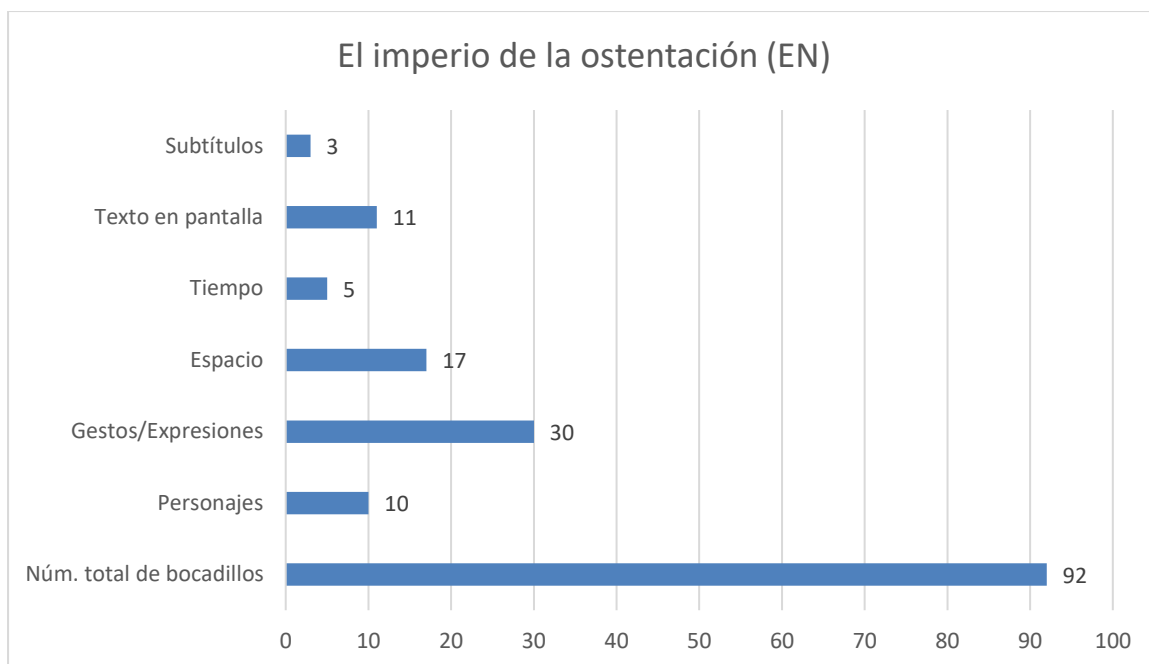


Gráfico 3 - Bocadillos de información El imperio de la ostentación (EN)

En la AD observamos que los elementos coinciden con las imágenes que vemos en pantalla en todo momento. En algunas ocasiones se adelanta la descripción de la acción por motivos temporales, pero por lo general la descripción ocurre de manera simultánea. Observamos, de nuevo, que no se ha podido incluir todo el texto en pantalla presente en el episodio por las restricciones temporales (11 menciones de las 28 ocasiones en las que aparece).

En cuanto a la propuesta en español, hemos empleado 50 bocadillos de información divididos de la siguiente manera:

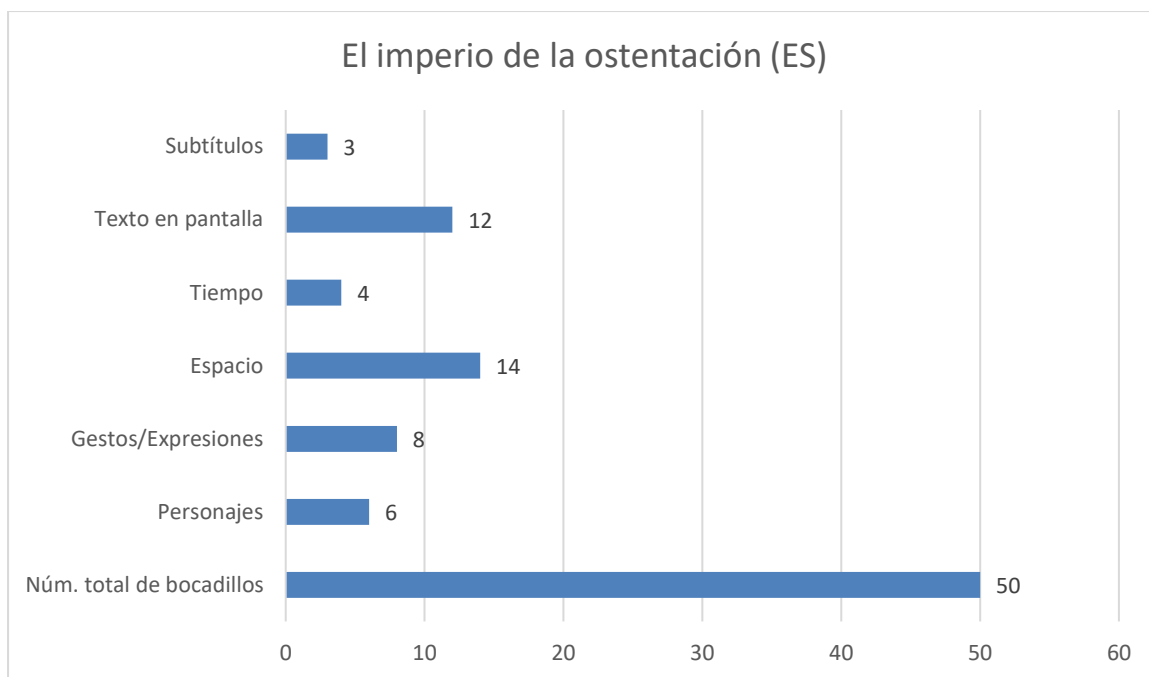


Gráfico 4 - Bocadillos de información *El imperio de la ostentación (ES)*

Como hemos comentado, la brevedad del inglés permite insertar muchos más comentarios. No obstante, salvo en el caso más llamativo de los gestos y expresiones observamos que para el resto de elementos se ha empleado un número similar de bocadillos.

5.2.2 *Espacio*

En la obra analizada hay cambios de escenario continuos y, por tanto, necesitan una descripción para poder situar los hechos. La primera característica que observamos en este programa es que cada vez que se cambia de escenario aparece un rótulo con la localización (West Hollywood, Mansión de Anna Shay, etc.), por tanto (siguiendo la norma UNE) se debe incluir en la AD. En ambas AD se han incluido las 7 ocasiones en las que aparece. No obstante, en el caso de no aparecer este rótulo, en todo momento se sabe dónde se sitúa la acción, debido a que se ha añadido correctamente en la AD (en 7 ocasiones en español y en 10 en la versión inglesa).

TCR (18:26 – 18:28) En una mansión entre palmeras.

TCR (18:23 – 18:30) [...] Inside Anna's mansion.

TCR (26:48 – 26:51) Kelly y Andrew están en la habitación del hotel.

TCR (26:39 – 26:51) [...] Inside the hotel room [...]

Una vez identificado el lugar, si el tiempo lo permite, se debe proporcionar más detalles que puedan ayudarnos a crear una imagen mental más exacta. Por ejemplo, cuando la acción se sitúa en Paseo Rodeo, hay suficiente tiempo para describir los distintos elementos que se van mostrando: tanto en mi propuesta como en la AD en inglés se ha hecho esto, aunque de manera algo distinta. En español hemos optado por una generalización debido a las restricciones temporales, mientras que en inglés se han dado detalles más específicos.

TCR (09:08 – 09:16) Está decorado con elementos chinos. [...]

TCR (08:54 – 09:18) [...] Champagne glasses are served on a tray, a dragon statue appears. [...]

Posteriormente, vuelve a haber espacio suficiente para seguir describiendo el lugar: en español de nuevo hemos generalizado, pero manteniendo un estilo más narrativo y en inglés se ha optado por una secuencia de frases cortas y concisas, estilo que observamos en toda la AD.

TCR (12:27 – 12:32) Mientras cenan bajo farolillos rojos, unos bailarines bailan danzas tradicionales.

TCR (12:26 – 12:44) A floral umbrella twirls, dancers entertain, glasses clink, tea is drunk. [...]

También encontramos otras diferencias entre las dos AD: tras llegar a París, en el programa se suceden varias escenas de tiendas lujosas; en este caso hemos optado por adelantar unos segundos la acción que va a ocurrir para entender la reacción que producen los diálogos, pero en inglés han descrito estas escenas directamente.

TCR (20:42 – 20:48) En una joyería Kelly se prueba un ostentoso anillo verde.

TCR (20:44 – 20:49) A rooftop view shows Paris. Designers store signs flash. Lavish rings are shown.

En algunos casos también hemos optado por ser más concisos en el lenguaje para poder aprovechar los huecos de mensaje y ayudar a situar la acción.

TCR (32:59 – 33:05) Flores rosas adornan la casa, los invitados charlan y los camareros sirven la comida.

TCR (32:57 – 33:04) [...] Guests mingle, photos are taken, platters of *hors d'oeuvre* are served.

En conclusión, observamos que situar la acción en un escenario es absolutamente necesario para entender las circunstancias en las que se desarrollan los hechos y ambas AD han empleado los mismos huecos de mensaje para su descripción, pese a que se han

empleado estilos distintos (en inglés frases más cortas y más seguidas, en español, más generales).

5.2.3 Tiempo

En cuanto al tiempo y sus referencias se basa únicamente en los cambios de día, pero es necesario marcarlo en la AD para que se entienda que los hechos transcurren en distintos días y no uno tras otro. Estas transiciones entre escenas también vienen marcadas por los rótulos de cambio de escenario comentados previamente. Algunas de las referencias temporales son:

TCR (12:37 – 12:45) Es un nuevo día. [...]

TCR (12:26 – 12:44) [...] Another day. [...]

TCR (31:56 – 31:20) Anochece. [...]

5.2.4 Personajes

En tercer lugar, observamos que los distintos personajes se van presentando a lo largo del episodio. Cuando salen, se introducen mediante texto en pantalla indicando el nombre, por lo que el momento en el que identificamos a los personajes en la AD es el mismo momento en que aparece dicho texto. No obstante, en la AD en inglés sí que se ha mencionado a un personaje antes de su presentación. Resulta interesante que se haya empleado esta técnica con un personaje, mientras que con el resto han generalizado. Se trata de la persona que está hablando en ese momento, pero hasta más adelante no tenemos ninguna referencia de su nombre, por lo que esta información puede resultar confusa en ese momento.

TCR (00:18 – 00:20) A man with styled hair walks. (En este caso se refiere a Kane, cuyo nombre aún no se ha mencionado.)

TCR (01:10 – 01:11) Kevin runs naked on a beach. (Aún no se sabía el nombre de Kevin.)

Ahora bien, a la hora de dar más información sobre la apariencia física de los personajes encontramos que hay muy poco espacio (o hay que priorizar la acción) para hacerlo. Aunque la información incluida en el diálogo original puede ayudar a recrear una imagen más o menos correcta de los personajes, consideramos que es importante aportar todos los datos que se pueda. Por ejemplo, cuando aparece por primera vez el personaje de

Anna Shay, esta está golpeando con un martillo la pared tras mostrarse unas imágenes de su mansión; en la propuesta de AD hemos considerado más oportuno incluir una breve descripción de ella y por supuesto la acción, ya que los detalles de la casa no son esenciales en ese momento. No obstante, en inglés se ha obviado cualquier descripción del personaje y se han centrado en la descripción del lugar.

TCR (07:30 – 07:34) Anna, una mujer rubia de mediana edad, golpea una pared.

TCR (07:22 – 07:35) [...] Parked cars are lined up in the driveway of a mansion. Anna sledgehammers a wall. [...]

En una escena una de las protagonistas sale de un coche escoltada por dos guardaespaldas. Nos ha resultado interesante ver como en la versión en inglés se da una descripción bastante detallada de los guardaespaldas (cuando apenas aparecen unos segundos y ni siquiera hablan) y apenas hablan de ella y su vestuario, del que posteriormente hacen referencia en el diálogo. Además, en otra ocasión ocurre lo mismo con el corte de pelo de Christine. En ambos casos hemos optado, en nuestra propuesta, por incluir la información sobre el personaje necesaria para que se pueda entender el diálogo correctamente.

TCR (23:40 – 24:16) [...] Two bald-headed bearded men with sunglasses escort Christine out of the car and into the shop.

TCR (24:06 – 24:14) [...] Dos guardaespaldas abren la puerta a Christine, que lleva un abrigo de plumas rosa.

TCR (31:23 – 31:26) Christine llega con un vestido rosa y pelo corto.

TCR (31:23 – 31:25) Christine enters wearing a pink dress.

Como hemos remarcado antes, el inglés da pie a decir más en menos tiempo, pero creemos que en este caso habría que priorizar más en el personaje principal. Otro aspecto importante a la hora de caracterizar a los personajes y entender sus acciones son los gestos que utilizan para expresarse. En primer lugar, observamos que en inglés han descrito más gestos que en nuestra propuesta, ya que en inglés sí se puede decir en ese intervalo de tiempo. Algunos ejemplos son los siguientes:

TCR (06:50 – 06:51) Kelly shrugs.

TCR (18:47 – 18:49) Andrew pumps his fists.

TCR (22:06 – 22:10) Anna eyes Kelly.

TCR (22:56 – 22:57) Anna cringes.

TCR (27:41 – 27:43) [...] Kelly looks back, eyes blinking.

TCR (28:06 – 28:08) Andrew looks ahead with a serious expression.

En otros casos, no se ha descrito el gesto porque la acción o la contextualización de la acción tenía prioridad en ese momento. Subrayamos algunos ejemplos de gestos que no se han añadido en la propuesta, pero sí aparecen en inglés.

TCR (15:40 – 15:44) Kane y Kelly se hacen fotos en la terraza de una lujosa casa.

TCR (15:40 – 15:46) Kevin smiles. Car speed along the streets of LA. Kane and Kelly sit near an infinity pool.

Cuando el tiempo así lo ha permitido sí que se han descrito los gestos en ambas AD:

TCR (21:41 – 21:43) Andrew mira la Torre Eiffel enfadado.

TCR (21:40 – 21:44) Andrew views the Eiffel Tower from a balcony shaking his head.

TCR (36:41 – 37:18) Christine mira a Anna.

TCR (36:33 – 36:37) Christine stares across the table at Anna.

Concluimos este apartado añadiendo también aquellas ocasiones en las que en español sí que se ha añadido el gesto, pero en inglés se ha omitido o se ha dado prioridad a otros aspectos.

TCR (19:05 – 19:09) [...] Kelly y Andrew se miran y sonríen.

TCR (19:04 – 19:09) [...] Andrew and Kelly hold hands on board.

TCR (23:42 – 23:51) Miran el teléfono. / Kelly llora. / Anna se muerde el labio preocupada.

TCR (23:40 – 24:16) Andrew calls Kelly again. Anna looks down at Kelly's phone. Kelly rests her head on her seat. [...]

5.2.5 Otros elementos

Para finalizar este análisis consideramos necesario mencionar que en este capítulo aparece mucho texto en pantalla, así como subtítulos que hay que incluir en la AD. En cuanto

al texto en pantalla, se trata de los nombres de los personajes y de las localizaciones como hemos comentado con anterioridad. No obstante, también aparecen otros ejemplos en tarjetas o carteles. En el caso de la AD en inglés, siempre que el tiempo lo permite, se añaden precedidos de *words appear*.

TCR (9:03 – 09:06) Año Nuevo Chino. Año del cerdo.

TCR (8:54 – 09:18) Words appear: Chinese New Year, year of the pig.

TCR (31:06 – 31:20) [...] Escrito en el menú: “Una velada para recordar”. [...]

En varias ocasiones se recurre a los subtítulos, ya que hay un personaje secundario de origen francés que cuando se dirige a la cámara, habla en francés. En otra ocasión una de las protagonistas habla en mandarín. En ambas AD se ha incluido la lectura del subtítulo traducido (cada una en su lengua meta) de igual manera. En la AD oficial en inglés se ha utilizado al mismo locutor para leer los subtítulos.

TCR (07:02 – 07:05) Subtítulo: ¿Cuándo acabará la producción?

TCR (07:02 – 07:05) Subtitles: Okey, then how long will it take them to complete production?

TCR (21:01 – 21:18) Subtítulo: Nunca te aburres con Anna. Los precios no existen en el mundo de Anna. (...) Subtítulo: se lo pasa en grande comprando en las joyerías... es como una niña en una tienda de dulces.

TCR (21:01 – 21:17) Subtitles: You never get bored with Anna. Of course, prizes don't exist in Anna's world. (...) The way she makes purchases and has fun in the jewelry stores is like a child in a candy shop.

6 Conclusiones

Como teníamos previsto con los objetivos de este trabajo, mediante el análisis de la AD de varios programas y la propuesta de AD de uno de ellos centrándonos en los elementos principales, podemos establecer varias conclusiones sobre la AD de *realities*. En primer lugar, observamos que para audiodescribir este tipo de programas es necesario tener en cuenta varias consideraciones que no serían necesarias en otro tipo de obras audiovisuales como series o películas. Por ejemplo, la aparición recurrente de personas conocidas (que, al no estar caracterizados para un papel, no es necesaria su descripción), la importancia del texto en pantalla o la relegación a un segundo plano de la descripción del espacio en muchas ocasiones. En concreto, la aparición de texto en pantalla es un factor en común de todos los programas que se han analizado y también tiene funciones comunes: identificar a los personajes cada vez que intervienen, aportar más información sobre ellos, situar el escenario y también segmentar los capítulos en distintas partes. No obstante, solo un pequeño porcentaje de todo el que aparece en un episodio es reflejado en la AD debido a las restricciones temporales. Muchas veces su contenido no es relevante, pero en otras puede perderse información complementaria o incluso texto a efecto cómico.

Otro aspecto destacable es el bajo porcentaje de bocadillos de información dedicado a los personajes, pues, además de ser escaso, principalmente se utiliza para identificarlos y apenas se añaden descripciones físicas o de vestuario. Al igual que ocurre con los personajes, el espacio también adquiere un protagonismo menor. Excepto en el caso de *El imperio de la ostentación*, en los otros programas casi no hay cambios de escenario, por lo que una descripción la primera vez que aparece en pantalla sería suficiente y, aun así, tampoco la hay.

Además, también hemos observado como la línea entre objetividad y subjetividad es más fina en estos casos, ya que a veces para producir el mismo efecto cómico es necesario recurrir a comentarios más subjetivos o personales. Asimismo, se utiliza mucho léxico subjetivo para describir las expresiones de los personajes, ya que describirlas objetivamente podría ser contraproducente por restricciones temporales y por transmisión del sentido.

6.1 Futuras vías de investigación

Mediante el análisis de tres programas de telerrealidad hemos podido hacer un estudio de los elementos que caracterizan a este tipo de AD. No obstante, este trabajo abre las puertas a futuros posibles estudios sobre como la AD de dichos programas requiere tener en cuenta varios elementos propios. Para dichos estudios sería necesario analizar más programas de este género, ya que, como hemos comentado, se trata de un tipo de programas con una miscelánea de subgéneros.

Asimismo, esperamos también que mediante el presente trabajo se manifieste la necesidad de tener una programación (tanto en televisión como en servicios de vídeo bajo demanda) accesible, que incluya una variedad de géneros mayor y de calidad. En este caso nos hemos centrado en los programas de telerrealidad por su gran popularidad actual. Además, se necesitaría llevar a cabo estudios prácticos que contaran con participantes para corroborar los datos analizados.

7 Referencias

- AENOR (2005). *Audiodescripción para personas con discapacidad visual. Requisitos para la audiodescripción y elaboración de audioguías*. (Norma UNE núm. 153020).
- Benecke, B. (2014). Character fixation and character description. The naming and describing of characters in *Inglourious Basterds*. In: Maszerowska, A., Matamala, A., y Orero, P. (Eds.), *Audio Description: New Perspectives Illustrated*. (pp. 141-157) Ámsterdam: John Benjamins.
- CNMC. (2019) Informe sobre el seguimiento de las obligaciones impuestas en materia de accesibilidad correspondiente al año 2017. (INF/DTSA/083/18). Recuperado de: https://www.cnmc.es/sites/default/files/2311204_8.pdf
- De Higes, I. (2014). La AD de subtítulos [Material docente]. TI0952: Traducció Audiovisual i Accesibilitat, Universidad Jaime I.
- Fernández Díez, F. y Martínez Abadía, J. (1999). La puesta en escena. En Fernández Díez, F. y Martínez Abadía, J. (1999), *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual* (pp. 151 – 170). Editorial: Paidós. Recuperado de: <https://sixtoon.files.wordpress.com/2015/04/manual-basico-de-narrativa-y-lenguaje-audiovisual.pdf>
- Forte, F. (2021). Average audience numbers for ten most watched TV programs in Spain in 2020 [Gráfico]. Recuperado de: <https://www.statista.com/statistics/459257/average-audience-numbers-most-watched-tv-programs-in-spain/>
- García Prieto, V. (2019). Accesibilidad y televisión pública en Europa. Estudio comparativo de los casos de España y Reino Unido (2017-2018). [Tesis doctoral, Universidad de Sevilla]. Departamento de periodismo. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/87757/Tesis_Completa_Victoria_Garc%C3%ADa_Prieto.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hill, A. (2013). *Reality TV Factual Entertainment and Television Audiences*. Taylor and Francis.

- Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad. *Boletín Oficial del Estado*, 289, de 03/12/2003, 2003-22066. Recuperado de: <https://www.boe.es/boe/dias/2003/12/03/pdfs/A43187-43195.pdf>
- Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. *Boletín Oficial del Estado*, 79, de 01/05/2010, 2010-5292. Recuperado de: <https://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf>
- Limbach, C. (2012). *La neutralidad en la audiodescripción fílmica desde un punto de vista traductológico*. [Tesis doctoral, Universidad de Granada]. Research Gate: https://www.researchgate.net/publication/254095557_La_neutralidad_en_la_audiodescripcion_filmica_desde_un_punto_de_vista_traductologico
- Mateos-Pérez, J. (2015). La telerrealidad en las televisiones españolas (1990–1994). *Comunicación y Sociedad* (Guadalajara, Mexico), 15, 169–194. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n15/n15a8.pdf>
- Mazur, I. (2014) Gestures and facial expressions in audio description. In: Maszerowska, A., Matamala, A., y Orero, P. (Eds.), *Audio Description: New Perspectives Illustrated*. (pp. 179-197) Ámsterdam: John Benjamins.
- Morisset, L. y Gonant, F. (2008). *L'audiodescription. Principes et orientations*. Recuperado de: <https://www.sdicine.fr/wp-content/uploads/2015/05/Charte-de-laudio-description-1008.pdf>
- Netflix. (2021) *Audio Description Style Guide* (v2.3). <https://partnerhelp.netflixstudios.com/hc/en-us/articles/215510667-Audio-Description-Style-Guide-v2-3#:~:text=Avoid%20over%20describing%20%E2%80%94%20do%20not,songs%20should%20always%20take%20priority>.
- Orús, A. (2021). Géneros televisivos según la presencia que tuvieron en las parrillas de programación en España en 2020 [Gráfico]. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/480945/duracion-de-emisiones-de-television-en-espana-por-genero/>

Rai, S., Greening, J. y Petré, L. (2010). *A Comparative Study of Audio Description Guidelines Prevalent in Different Countries*. Media and Culture Department, Royal National Institute of Blind People. Recuperado de: http://audiodescription.co.uk/uploads/general/RNIB_AD_standards.pdf

Solà, P. (19 de julio de 2020). El verdadero éxito de Netflix son los realities. LA VANGUARDIA. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/series/netflix/20200719/482390616649/netflix-el-suelo-es-lava-jugando-con-fuego-telerrealidad.html>

Vercauteren, G. y Rrmael, A. (2014) Spatio-temporal setting. In: Maszerowska, A., Matamala, A., y Orero, P. (Eds.), *Audio Description: New Perspectives Illustrated*. (pp. 61-80) Ámsterdam: John Benjamins.

7.1 Filmografía

Bling Empire (*El imperio de la ostentación*, Jeff Jenkins Productions, 2021-)

Maestros de la Costura (Shine Iberia, 2018-).

Niquelao! (Fremantle, 2019-)

8 Anexos

8.1 Anexo A:AD Niquelao!

https://docs.google.com/document/d/1bshOHbmwWZ9996_28lYn5mCbUJnHBkfxxyuOFycwF3g/edit?usp=sharing

8.2 Anexo B: AD Maestros de la Costura

<https://docs.google.com/document/d/1ES3NVgChf0hzMV7hk8nK51p2b52Sh9jYRmo7eEI9qBs/edit?usp=sharing>

8.3 Anexo C: AD El Imperio de la ostentación (ES)

https://docs.google.com/document/d/1uIPQ2Zxei-ZOKYsDStXtxQ9a7XAov0FAEiNJQdet3_s/edit?usp=sharing

8.4 Anexo D: AD El Imperio de la ostentación (ES) – Locución

https://drive.google.com/file/d/1_5t-3MzwWeibjSFaJmGoQfbpnX4Id5wh/view?usp=sharing

8.5 Anexo E: AD El Imperio de la ostentación (EN)

<https://docs.google.com/document/d/1z8FK527IwXUy0C8GU-NFISRcIjMggTEGlpKttAvdYhs/edit?usp=sharing>