

Pérdida de sentido por las diferencias culturales en la traducción

Loss of sense exists in translation because of the cultural differences

Guerlain Maturana-Meza

Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra
guerlain.maturana@gmail.com
Santa Cruz-Bolivia

Fecha de recepción: 18 de octubre de 2016

Fecha de aceptación: 18 de noviembre de 2016

La autora declara no tener conflictos de interés con la Revista APORTES.

Resumen

El objetivo de este estudio fue determinar si existe pérdida de sentido por las diferencias culturales, en la decodificación y comprensión de mensajes audiovisuales, en la traducción de la serie humorística de televisión "How I Met Your Mother" para jóvenes universitarios de la generación "Y" bilingües y no bilingües.

A los fines de demostrar la pérdida de sentido en la recepción y en la traducción, se diseñó dos cuestionarios para los grupos focales. Además, se realizó un análisis semiótico, de discurso y actancial para complementar el estudio.

Los dos grupos focales se conformó con un total de 12 personas, distribuidas en 7 y 5, con (Universidad 1) y sin (Universidad 2) conocimiento de inglés, respectivamente.

Los resultados muestran que es real la pérdida de sentido en la traducción, y que una gran parte de

Abstract

The aim of this study was to determine if loss of sense exists because of the cultural differences, in the decoding and comprehension of audio-visual messages, in the translation of the series of television "How I Met Your Mother" for university students of the generation "Y" bilingual and not bilingual.

To the ends of demonstrating the loss of sense in the receipt and in the translation, two questionnaires were designed for the focal groups. In addition, a semiotic, discourse and actuarial analysis were performed to complement the study.

The two focus groups are formed with 12 participants, distributed in seven and five, with (Universidad 1) and without (Universidad 2) knowledge of English, respectively.

The results show that the loss of sense in the translation is real and that a large part of the students recognizes that although the English language decoding is not

los estudiantes reconoce que a pesar de que la decodificación del idioma inglés no es completa, es mejor ver la serie en el idioma original que con los subtítulos.

Palabras claves: Traducción, jóvenes, sentido, cultura.

complete, it is better to see the series in the original language than with the subtitles.

Key words: Translation, young people, sense, culture.

Introducción

El presente trabajo pretende desarrollar un análisis sobre la pérdida de sentido en la recepción, a partir de los procesos de traducción en series de televisión, concretamente la serie de humor “How I Met Your Mother”.

A lo largo de la historia, el concepto de cultura ha cambiado bastante. Antiguamente, la cultura se la definía como el cultivo de la tierra. Más tarde se la relacionó con “los procesos de educación e instrucción” (Grupo de Memoria Histórica, 2011, párr.7). Hoy una de las muchas significaciones de la cultura asegura que es “el conjunto de procesos simbólicos a través de los cuales se comprende, reproduce y transforma la estructura social” (Grupo de Memoria Histórica, 2011, s.párr.3).

Este proceso de transformación cultural permanente sufre modificaciones vertiginosas ante el proceso de globalización, Castells la comprende como “la aparición de un conjunto de valores y creencias específicos que, en gran medida, se comparten en todo el mundo” (Castells, 2009, pág. 166). Esto quiere decir, que la globalización ha llegado a mezclar las culturas para crear una “cultura global”. Ha realizado “cambios culturales” en la cultura debido a que los individuos han socializado entre sí. Este proceso de socialización, definido como “el puente que vincula a las personas y a la sociedad” (Collazos, 2013, pág. 6), ha hecho que los seres humanos aprendan de los demás, compartan su cultura y desarrollen una nueva por la influencia que otros han tenido en ellos.

La televisión es un medio de difusión y por ende de transformación indirecta de la cultura a lo largo y ancho del planeta, sin embargo la producción cinematográfica responde a un nicho reducido que refleja y responde a los intereses de una minoría de la sociedad global.

La mayor parte de las series de televisión son hechas en un país angloparlante, los hispanos buscan verlas subtituladas o traducidas. Estas traducciones son realizadas también por personas que tienen una forma de ver el mundo, una manera de interpretar las cosas y, por consiguiente, una cultura diferente.

Si bien la traducción es una “relación dialéctica que se da entre la producción de un código semiótico [...] y la producción de un segundo código semiótico a partir de aquél” (Carbonell, 1999, pág. 45), es importante estar consciente que siempre tendrá una carga extra por parte de quien la traduce. Y es aquí donde la pérdida de sentido, por las diferencias culturales que puedan haber por parte de la serie y del traductor, puede o no darse en la “otra” cultura.

Actualmente, el proceso de aculturación en el mundo es una realidad, entendiendo aculturación como “proceso por el cual el contacto continuo o intermitente entre dos o más grupos de culturas diferentes afecta mutuamente las respuestas culturales de cada uno de éstos” (Ruiz, 2005, s. párr.4). A pesar de esta aculturación entre las distintas sociedades, existe una distorsión y comprensión errada de los mensajes debido a la traducción relacionada con la cultura, con el sentido del idioma. Cada persona interpreta las oraciones, e incluso las palabras, de forma diferente. Si bien puede que exista un concepto ‘general’ para algunas palabras, existen otras que -por su grado de

complejidad y por las influencias que cada persona ha vivido- tienen una interpretación muy distinta.

Se puede afirmar que hay una complejidad cultural entre Bolivia y EE.UU. Si bien en Bolivia el idioma inglés no es parte de las lenguas oficiales establecidas en la Constitución Política del Estado, socialmente existe una imposición cultural del inglés sobre el español, es decir no ha habido una integración entre estos idiomas y sus signos culturales. Es en este contexto que dos procesos deberían estar presentes: Intraculturalidad e interculturalidad. La intraculturalidad, comprendida como una mirada hacia el interior para conocer los valores culturales que cada uno posee (Mendoza, s.f.). Mientras que a la interculturalidad, se la entiende como un intercambio que, a la vez, ocurre en un espacio separado, es un lugar intermedio donde dos culturas se encuentran, y en el que ajustan los significados para que cada una mantenga su esencia (Luna, 2008).

En esta encrucijada de culturas, sentido, símbolos, etc., es que el traductor se circunscribe a un contexto y a una cultura “estándar”, para que todos aquellos que lean los subtítulos o escuchen el doblaje, comprendan los diálogos de una serie.

Esta pérdida de sentido por las diferencias culturales en la traducción es la que se busca comprobar mediante este estudio realizado en alumnos de la Universidad 2 y la Universidad 1.

Lo que en concreto se busca es determinar si existe pérdida de sentido por las diferencias culturales, en la decodificación y comprensión de mensajes audiovisuales, en la traducción de la serie de televisión “How I Met Your Mother” para jóvenes universitarios de la generación “Y” bilingües y no bilingües.

Método

Erick Torrico describe a la cuarta matriz teórica [o] la sistémica, llamada igualmente sistemismo, mejor conocida “como Teoría General de Sistemas [...] como la reacción ante la forma analítica que adquirió la ciencia desde los tiempos de la Ilustración [...], y que consiste en descomponer los procesos o hechos en

sus elementos constitutivos para estudiarlos y darles alguna explicación parcelaria” (Torrico, 2010, págs. 53).

Este método fragmenta la realidad como objeto de estudio y “atomiza el campo de conocimiento en múltiples áreas, cuyas disciplinas resultantes no siempre son compatibles entre sí y complementarias e incluso llegan a ser radicalmente opuestas en lo que se refiere a sus supuestos centrales” (Torrico, 2010, pág. 54).

Para esta teoría, “la realidad (el mundo) es un conjunto jerarquizado de suprasistemas, sistemas en sí y subsistemas que se interrelacionan dinámicamente [...] y que están constituidos por totalidades de diversa magnitud, cuyas fronteras son recortables desde el punto de vista teórico de acuerdo con el tipo de interacciones que establecen entre sí” (Torrico, 2010, pág. 55).

Se apunta en el “‘modelo orquestal de la comunicación’ desarrollado por la [...] Escuela de Palo Alto, que define a la comunicación como un proceso permanente de interacción, que va más allá de la conciencia y la voluntad e incluye todos los modos de comportamiento humano capaces de constituir conjuntos significativos (palabra, gesto, mirada, mímica, espacio interindividual, movimiento, etc.)” (Torrico, 2010, pág. 57).

Las herramientas a utilizar fueron: Análisis de recepción -a través de grupos focales con jóvenes universitarios de la Universidad 2 (que no saben inglés) y de la Universidad 1 (que saben inglés)-, análisis estructural, análisis actancial y análisis de discurso.

Con el propósito de identificar la pérdida o no del sentido por las diferencias culturales en jóvenes universitarios de la generación “Y”, que saben y no saben inglés, en el caso de la serie “How I Met Your Mother”, es que se dispuso como herramienta metodológica para esta investigación el desarrollo de 2 grupos focales, a sujetos con las siguientes características:

- Sujetos vinculados al área humanista o de ciencias sociales
- De un rango de 20 a 30 años de edad
- De nacionalidad boliviana
- Hombres y mujeres
- Y que posean conocimiento del idioma inglés (para uno de los grupos)

La recolección de datos para la investigación se dividió en dos etapas: Primeramente, se realizó el análisis semiótico de la serie. Se estableció las temporadas y los capítulos a estudiar en base a la audiencia que la serie ha tenido. Además fueron capítulos importantes en cuanto a la historia de la serie. Se diseñó otros tres análisis para delimitar el objeto de estudio. El análisis simbólico contuvo las siguientes variables: Funciones del lenguaje, entonación, transcurso del tiempo, guiño a la audiencia y escenas aclaratorias/situaciones paralelas. El análisis estructural se redujo a los puntos de vista, “palabrotas” o enfados y funciones del lenguaje. Finalmente, el análisis iconográfico englobó a los estereotipos y las escenas aclaratorias.

La segunda etapa fue el análisis de recepción comparativo y se utilizó la técnica de los grupos focales. Se hizo una prueba piloto con las personas que cumplían con las características inicialmente descritas. Debido a que el trabajo es una tesis de grado, y el tiempo que se tiene para cumplir con todos los objetivos no es suficiente, se espera que con la prueba piloto, los datos sean convenientes. Fue comparativo debido a que se analizaron a dos grupos de jóvenes de distintas universidades (Universidad 2 y Universidad1), que tenían y no tenían conocimiento del idioma inglés. Además de que cada grupo es de diferente estrato económico, se pudo observar sus puntos de vista acerca de lo que es sentido.

Resultados

Análisis estructural de imagen en movimiento

En los tres capítulos analizados, el análisis semiótico reveló que los elementos como el guiño a la audiencia, el ángulo, la iluminación y el plano no cambian a lo largo de la serie, es decir, no afectan a la recepción del humor y/o distorsión del humor. La función que cumplen es simplemente asemejarse a la vida cotidiana en que viven los personajes para que el espectador pueda vivir por 22 minutos en ese escenario junto con ellos.

Mientras tanto, la música, en los tres capítulos, crea la atmósfera para que el público sienta lo que los personajes están viviendo. Además de las típicas risas que se escuchan en las series de comedia para acompañar el chiste.

A esto se añade el lenguaje corporal. En la serie, este último elemento, juega un papel muy importante, porque como es una serie de comedia, las caras de los actores tienen que ser muy expresivas, ya que tienen que decir aún mucho más que el guión. Algunos ejemplos son cuando Robin le tira el trago a Ted, las caras que Barney hace cuando sus amigos hablan y a él no le interesa en absoluto o cuando Ted les cuenta su plan y sus amigos hacen cara de desacuerdo. Igualmente, los gestos con las manos son significativos. Como en el caso de Lily cuando le cuenta al taxista sobre su intimidad con Marshall, la bofetada que Barney le da a Ted y la que Lily le da a Barney, etc. Estos gestos corporales ayudan a que el lenguaje cobre vida, le dan fuerza al mensaje que los personajes quieren hacer llegar al público, sin embargo en la traducción existen momentos en los que no existe consonancia entre el gesto y el diálogo, perdiéndose elementos de comprensión del mensaje.

Asimismo, la entonación es muy importante. Ted siempre está animado al contar las historias, las disfruta. Además que los personajes realizan la entonación de acuerdo al guión, ya sea un chiste, una anécdota, asombro, etc. Ejemplos: cuando Ted está en el bar diciéndole al universo que le diga dónde está la chica correcta; cuando Lily le dice a Ted que cualquier soltero del mundo, hasta el más tonto, le diría que debió besar a Robin; cuando Ted habla con Robin sobre hacer algo loco o Barney cuando empieza a llover luego de que Ted haya realizado la danza de la lluvia.

Estos tres elementos, la música, el lenguaje corporal y la entonación, si bien se encuentran en todos los capítulos, son necesarios para que muchos de los chistes tengan el sentido adecuado. Estos no se pueden traducir en los subtítulos. Sin embargo, es importante remarcarlos y evidenciar la necesaria coherencia entre lenguaje verbal y corporal, así como de contexto para que el mensaje se emita y reciba en la manera que se espera.

En el primer episodio de la primera temporada, se describen de la siguiente forma los elementos restantes:

En cuanto a la precisión del lenguaje hablado, se puede evidenciar que las palabras soeces o enfados, no se traducen. Barney es quien más utiliza palabrotas (en inglés) para dar énfasis a los adjetivos. Sin embargo, en la subtitulación, estas palabrotas no son traducidas, y por tanto se pierde énfasis que el personaje da en el idioma original.

El guión va dando saltos en el tiempo, hilando las historias de los personajes. Es cronológica temporal lineal con situaciones paralelas, en las cuales se van armando las relaciones de los protagonistas. Estas historias se unen cuando Ted narrador va contando a sus hijos lo que pasó.

Los elementos de la traducción son los que más influyen en la distorsión del humor. Esto se debe a que la mayoría de los chistes traducidos en los subtítulos pierden el sarcasmo que se encuentra en el tono de voz de los actores. Además, los juegos de palabras no pueden traducirse de la misma manera y por tanto, también el humor se desvanece en la subtitulación. No hay que olvidar que el inglés, como el español, tiene frases idiomáticas para las cuales no hay una traducción exacta y esto hace que muchas veces el chiste dicho en inglés pierda sentido en español.

En el último episodio de la primera temporada, los elementos son:

En este capítulo, las escenas tienen un orden cronológico. Algunas pequeñas ayudan a rellenar espacios en la historia. Las situaciones paralelas se van uniendo cuando Ted narrador las cuenta. Esta forma de narración del guión hace que el público siga el hilo de la ficción y cree vínculos con los personajes.

El doble sentido se diluye en la subtitulación (en su mayoría) en los capítulos analizados, al igual que la jerga y el uso coloquial del lenguaje de los personajes, que hace más cercana la relación del público con ellos, pero que a la vez potencia la empatía de la audiencia por la identificación con los mismos. Los modismos siempre están presentes en la forma de hablar de los actores, aun los que juegan con lo sexual. Las traducciones de

estos no siempre expresan lo mismo que en inglés quieren connotar.

En el primer episodio de la última temporada, las unidades son las siguientes:

Las escenas tienen un orden cronológico, pero al mismo tiempo se desarrollan en paralelo para que el público se llegue a identificar con las historias que viven los protagonistas.

Las referencias que hacen a cantantes, programas de televisión, personas famosas, son muy literales en la subtitulación, lo que hace que el espectador que no es norteamericano no entienda las mismas. Aun cuando los personajes hacen un chiste con algún cambio de palabras, se pierde el sentido porque en la subtitulación no se hace ese juego de palabras. Esta traducción ha sido más literal que cultural, y por tanto, no se siente la identificación del público con los personajes.

Análisis de los grupos focales

Se realizó dos grupos focales, uno con universitarios que sí tenían conocimiento de inglés y otro que no tenían conocimiento de este idioma, respectivamente. En el primer grupo, se evidenció que el humor fue mejor percibido por las risotadas que se dieron, la empatía que se creó con los personajes y el vínculo que los participantes del grupo tenían con los protagonistas. Mientras que en el segundo no se llegó a entender completamente los chistes y se perdió de vista el lenguaje corporal que ayudaba a que la serie tuviera fuerza. A continuación se presentará una síntesis cruzada de ambos grupos:

Las primeras tres preguntas para el primer grupo con dominio del idioma inglés, en base a la caracterización de los personajes y las relaciones que se dan entre ellos, los participantes mostraron un análisis más completo, con elementos simbólicos y representativos de los personajes (físicos, psicológicos, estereotipos, ideologías). El otro grupo, sí describió a los personajes, pero no a profundidad, y las relaciones casi no fueron desarrolladas (ya que sólo tenían una palabra para describir las relaciones, como amor para representar la

relación Marshall-Lily, que fue descrita de esta manera por el sujeto 5 del segundo grupo, por ejemplo). En cuanto a la relación entre Ted y Robin, los dos grupos concordaron en que ambos personajes “son opuestos”, dijo el sujeto 6 del primer grupo.

En el primer grupo, 4 personas afirman que la serie tiene un humor “mayormente satírico” (sujeto 5). Los otros 3 creen que tiene los dos tipos de humor: satírico y plano. En cambio, en el segundo grupo (sin dominio de inglés) sólo un integrante cree que el humor sea satírico, dos creen que hay un balance entre los dos tipos de humor y los otros dos afirman que es “más plano que satírico” (sujeto 1). Por lo que es posible afirmar que la percepción del sarcasmo con el que la trama se describe para las personas que hablan inglés es mayor, por lo que se facilita una comprensión más profunda de los hechos.

La mayor parte de los participantes de ambos grupos se identificaron con al menos uno de los personajes de la serie. Sólo uno de ellos no se identificó “con ninguno” (sujeto 7 el primer grupo). Esto muestra que la mayoría de los seguidores de la serie tienen un sentimiento de apropiación hacia los personajes.

Once de los sujetos de los dos grupos reconocen que las relaciones de los personajes son representativas de la sociedad.

Cuatro de las personas del primer grupo concuerdan que el discurso de la serie es vender un “mundo fantástico” (s1), “superficial” (s2), “irreal” (s4), “idealizado” (s6). Otros dos piensan que el discurso sólo tiene que “ver con la amistad” (s5). El séptimo opina que la serie “busca vender un modelo de vida” y que los grupos de amigos tienen que ser así para ser divertidos. En cambio, en el segundo grupo, se afirmó: “todos somos diferentes” (s5), el valor de la amistad (s4), “el panorama de las relaciones” (s3), “los diferentes estereotipos y cómo se relacionan” (s1). Uno de ellos, el sujeto 2, mencionó que los relaciona con la mujer y el hombre de Santa Cruz (como estereotipos o imaginarios de la sociedad).

Las dos últimas preguntas se las hizo solamente al primer grupo, ya que ellos vieron un capítulo solamente con subtítulos y otro sólo con audio en inglés. A pesar de que, como mencionó el sujeto 6, “hay palabras que yo no podía captar del todo”, más de la mitad

de las personas del grupo focal (con conocimiento en inglés) afirmó que le causaba más gracia el audio con los gestos que los subtítulos con gestos. Finalmente, seis de los participantes confirmaron que la ironía y el sarcasmo se percibían mejor “con el audio” (s7) que en los subtítulos.

Análisis de discurso

Se obtiene como línea política dibujada en la serie un modelo liberal, de orientación económica capitalista neoliberal. Se promueven los valores de éxito, individualismo, autorrealización vinculada con el éxito laboral que permite o potencia, al mismo tiempo, el goce del ocio vinculado al consumo.

Socialmente describe a una generación “Y” de adultos jóvenes exitosos, dueños de su tiempo y capaces de cubrir todas sus necesidades de manera autónoma, renovando la vigencia del sueño americano. Al tratarse de una generación “Y”, se describe una generación abierta a la diversidad, aún dentro del modelo patriarcal, pero orientada a la transformación social con mayor equidad de género.

Se construyen los estereotipos de mujer y hombre con roles más flexibles a nivel de género. Se evidencian varones ambiciosos, competitivos, eficientes, pero al mismo tiempo, sensibles y tranquilos, que apuestan por una cultura de diálogo. Mientras que las mujeres son más autoritarias, imponen sus ideas sobre los demás y buscan alcanzar sus sueños. Al mismo tiempo, potencian el rescate de los valores familiares en personajes que anteponen a la familia por encima de otros intereses. Son individuos que valoran la amistad y ponderan la lealtad, la complicidad, el compromiso y la transparencia entre ellos.

También muestran el esquema americano que para tener éxito se tiene que salir de casa y, de alguna forma, los amigos son quienes suplen la necesidad de una familia.

Es una generación “Y” apolítica, alejada del mundo. Viven un universo paralelo que no se ve afectado por los distintos problemas económicos, políticos y culturales que sí ocurren a su alrededor.

A la vez, reitera la idea de felicidad en pareja tradicional, heterosexual. Barney es el único personaje que lo hace de manera diferente, haciéndose cargo de su hija, sin una pareja.

Pese al inicio de la serie como liberadora de la generación “Y”, al final retorna a ser la misma sociedad conservadora de la que los personajes estaban huyendo.

Conclusiones

A lo largo del trabajo, se ha podido definir y, al mismo tiempo, comprobar algunos conceptos que son necesarios para el análisis. Como ya se ha mencionado anteriormente, el lenguaje es un hecho social y complejo, es la “facultad natural” del hombre de constituir una lengua, es decir “un sistema de signos”, como dice Saussure (Bigot, 2010, pág. 46). Y es que el mundo de los significados de estos signos, es el mundo del lenguaje. Sin el lenguaje, la comunicación sería imposible.

Cada palabra que decimos tiene relación con las significaciones sociales que están definidas por quienes nos rodean. En este contexto, de comunicarnos unos con otros, se construye el sentido, que alude a aquello que una persona intenta expresar, como a su mensaje (Barthes, 1993).

Hay que recordar también que la globalización, como proceso que ha acercado a las culturas a través de distintos intercambios (ONU, 2011), ha llegado a transformar todas las áreas de la sociedad: Tecnológica, económica, social, cultural, etc. En este sentido, dos transformaciones están presentes: Intraculturalidad e interculturalidad.

Durante este ‘intercambio’, las diferencias culturales están presentes y, por tanto, la interpretación de textos de una cultura a otra será diferente porque los signos y símbolos contenidos en el texto serán comprendidos de acuerdo a las experiencias de cada persona.

Esta interpretación, mejor conocida como traducción, es una nueva versión del texto (oral o escrito) que contiene una carga que el traductor le otorga, además

de la que ya poseía de su propio autor, del mensaje en sí, el contexto, entre otros.

Y es en este entorno, en que la globalización ha modificado a la cultura, a los valores culturales, en que los términos intraculturalidad e interculturalidad han sido acuñados por la sociedad, en que las personas de distintos lugares comparten algunos signos y símbolos culturales. Pero, al mismo tiempo, se pierde el sentido de ciertas palabras, ya que la traducción de los términos de una cultura a otra puede ser muy difícil, por la imposición que el traductor puede otorgarle, junto con el contexto y, aún, el mismo mensaje. El medio en sí también prescribe en el nuevo texto y la persona lo recibe lo interpreta de acuerdo a sus circunstancias.

El estudio en cuestión confirma la existencia de pérdida de sentido por las diferencias culturales, en la decodificación y comprensión de mensajes audiovisuales, en la traducción de la serie de televisión “How I Met Your Mother”, en el caso de jóvenes universitarios de la generación “Y” bilingües y no bilingües. Las traducciones de cada capítulo de la serie son más literales que culturales. El sarcasmo y las malas palabras para enfatizar los adjetivos, no se traducen en los subtítulos, además de las frases idiomáticas. Esto conlleva la pérdida de sentido y de humor en la serie. Por lo tanto, el humor se distorsiona para los jóvenes de habla hispana que la miran.

En los grupos focales se evidenció que aquellas personas que entienden inglés (Universidad 1), logran un conocimiento más extenso de la serie. Esto se constató cuando el grupo que observó los capítulos, sólo con el audio en inglés, pudo hacer un análisis de los personajes y de las relaciones entre los mismos con mayor profundidad que el grupo sin ese conocimiento (Universidad 2).

También se pudo notar que la recepción del humor varía debido al idioma porque el grupo con conocimiento en inglés (Universidad 1) llegó a reír más, tuvo mayor empatía con los personajes y los participantes del grupo se vincularon con los protagonistas.

El audio en inglés afecta a la recepción del sarcasmo. Esto lo confirmaron las personas que vieron la serie con subtítulos en español y luego el audio con gestos (UAGRM). Si bien mencionaron que sí rieron con los

subtítulos, también afirmaron que el sarcasmo se percibía mejor con el tono, las palabras, y los gestos utilizados por los actores, es decir con el sonido.

La serie trata de recrear la realidad en que vive la generación “Y”, que es apolítica, con escasa o nula relación parental o familiar y en la cual los amigos llegan a ser la familia cercana. Ahora, cuando los protagonistas procrean a sus hijos se esfuerzan por no cometer los mismos errores que sus padres y se enfocan mucho en los hijos, que vienen a ser su prioridad, sin dejar tan de lado a sus amigos.

Lo irónico es que al final de la serie, esta misma generación que buscaba liberarse de las reglas impuestas por sus antepasados, vuelve a conformar -a su manera- una sociedad conservadora donde el amor es el elemento que permite lograr la auto-realización del ser humano en un marco familiar (formado por los padres y los hijos).

La mayoría de las personas sí se identifican con los personajes. Casi todas mencionaron que se asemejan -al menos- a uno de los personajes, mostrando que la gente llegue a verse reflejada en los protagonistas de la historia. Además, el programa aborda temas que son de relevancia social (amistad, amor, conclusión de los estudios, estabilidad laboral, etc.) para los jóvenes, lo que la hace una de las series con mayor cantidad de televidentes.

Asimismo, la serie refuerza los imaginarios (estereotipos) de hombre y mujer que son apreciados por el público. Se evidencian varones ambiciosos, competitivos, eficientes, pero -al mismo tiempo- sensible, tranquilo y romántico, que apuestan por una cultura de diálogo. A la vez, se encuentra a un personaje que “siempre” tiene que estar dentro de un grupo de amigos: Barney, el típico hombre mujeriego. Mientras que las mujeres son más autoritarias, imponen sus ideas sobre los demás y buscan alcanzar sus sueños, mas por ello no dejan de ser hermosas, inteligentes y algo celosas.

“How I Met Your Mother” transmite un mensaje de un mundo fantástico e idealizado, en el que la juventud puede estar siempre de juerga -de bar en bar- sin responsabilidad alguna y siguiendo un estilo de vida consumista. En síntesis, “viviendo el sueño americano”. Este contenido sí es entendido por las personas que poseen un conocimiento del inglés (Universidad 1),

mientras que quienes no lo tienen (Universidad 2), realizan una lectura superficial de la serie, como ser: Todos somos diferentes, el valor de la amistad, el panorama de las relaciones, entre otros.

Sin embargo, por ser una serie humorística, la gente no discierne el mensaje. El discurso principal (de que el amor es la realización del ser humano -encontrado gracias a los análisis actancial y de discurso-), no llega a ser percibido por el público, a pesar de que está presente desde el primer capítulo de la serie.

A pesar de que la recepción de los chistes no es total, el público que tiene conocimiento del inglés (Universidad 1), reconoce que prefiere ver la serie con el audio original, porque considera que el mismo le da más sentido, fuerza y comprensión que los subtítulos.

Referencias Bibliográficas

- Abboudy, R. (2013). El humor individual y universal en Perro de San Bernaldo de César Bruto y La Cucaracha de Ahmed Ragab. *Espéculo*, 79-94. Obtenido de: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/especulo50.pdf>
- Alfaro, J. (2005). *Acercamiento a la metodología de Max Weber*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2015, de UCHILE: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/sociologia/articulos/05/0511-Alfaro.pdf>
- Alonso, M. (2011). Televisión, audiencias y estudios culturales: reconceptualización de las audiencias mediáticas. *Razón y palabra*(75). Recuperado en Diciembre de 2015, de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/04_Alonso_M75.pdf
- Álvarez, E. (2 de enero de 2014). *La Generación del Milenio o Generación Y*. Obtenido de Colombia Digital: <http://www.colombiadigital.net/actualidad/articulos-informativos/item/6210-la-generacion-del-milenio-o-generacion-y.html>
- Amado, E. (8 de febrero de 2012). *Importancia de las diferentes culturas*. Obtenido de Filosofar en tiempos revueltos: <https://filosofarentiemposrevueltos.wordpress.com/2012/02/08/importancia-de-las-diferentes-culturas/>

- Ander-Egg, E. (1986). *Diccionario del trabajo social*. México: El Ateneo.
- Barbero, A., Vida, C., Barbeito, C., & Santiago, I. (2008). (De)construir la imagen del enemigo. En F. U. Bolivia, *Cuadernos de educación para la paz* (págs. 1-12). Barcelona: Fundación UNIR Bolivia.
- Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Recuperado el 15 de noviembre de 2015, de <http://www.mercaba.org/SANLUIS/Filosofia/autores/Contempor%C3%A1nea/Barthes/La%20aventura%20semiolo%C3%B3gica.pdf>
- Bauman, Z. (2010). *La globalización, Consecuencias humanas*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2013). *Vida líquida*. Buenos Aires: Paidós.
- Bermúdez, E. (6 de septiembre de 2001). *Consumo Cultural y Representación de Identidades Juveniles*. Recuperado el 2016, de Congreso LASA: <http://lasa.international.pitt.edu/lasa2001/bermudezemilia.pdf>
- Bigot, M. (2010). *Apuntes de lingüística antropológica*. Recuperado el 28 de septiembre de 2015, de <http://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/1367/2.%20SAUSSURE.pdf?sequence=3>
- Bizquerra, R. (2004). *Metodología de la investigación educativa*. La muralla S.A.
- Boff, L. (1975). *Los Sacramentos de la vida*. Bogotá: Indo American Press Service .
- Carbonell, O. (1999). *Traducción y cultura*. Salamanca: Ediciones Colegio de España. Recuperado el 28 de septiembre de 2015
- Castells, M. (1999). *La era de la información* (Vol. 1). Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2001). *Internet y la Sociedad Red*. Recuperado el 11 de octubre de 2015, de La Factoria: <http://instituto162.com.ar/wp-content/uploads/2014/04/INTERNET-Y-LA-SOCIEDAD-RED-Castells.pdf>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Collazos, M. (2013). *La cultura y el proceso de socialización*. Recuperado el 2 de diciembre de 2015, de Sociología: <http://www.marisolcollazos.es/Sociologia-complemento/pdf/SOC04.pdf>
- De los Reyes, D. (2004). Antonio Pasquali: El medio de los medios. *Comunicación*(127), 44-50. Recuperado el 23 de noviembre de 2015, de <http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM2004127.pdf>
- Departamento de Ediciones Educativas de Santillana de Ediciones S.A. (2015). *Ciencias Sociales*. La Paz, Bolivia: Santillana.
- DGA. (s.f.). *Pamela Fryman*. Recuperado el 26 de mayo de 2016, de http://how-i-met-your-mother.wikia.com/wiki/Pamela_Fryman
- EcuRed. (s.f.). *Investigación no experimental*. Recuperado el 6 de septiembre de 2015, de EcuRed: http://www.ecured.cu/index.php/Investigaci%C3%B3n_no_experimental
- educarchile. (s.f.). *¿Cuáles son las funciones del lenguaje?* Recuperado el 18 de febrero de 2016, de educarchile: <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?ID=206182>
- Erreguerena, M. J. (2001). *Anuario UAMX*. Recuperado el 2016, de Biblioteca digital: http://148.206.107.15/biblioteca_digital/capitulos/21-524ith.pdf
- Escartin, R. (25 de julio de 2012). *Diferencias culturales y valores*. Recuperado el 24 de Octubre de 2015, de Interculturas: <http://interculturas.bligoo.com.mx/diferencias-culturales-y-valores>
- Fernández, C. (2001). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*. México D.F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- García, D. (s.f.). *Breve análisis de las series modernas para Televisión*. Recuperado el 23 de noviembre de 2015, de Actually Notes: <http://www.actuallynotes.com/Las-series-modernas-para-Television.html>
- Gómez, C. (25 de noviembre de 2013). *Tendencias de las telecomunicaciones*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2015, de El 55 por ciento de los hogares del mundo tienen televisión digital: http://www.tendencias21.net/El-55-por-ciento-de-los-hogares-del-mundo-tienen-televisión-digital_a27656.html

- González, C. (25 de febrero de 2010). *Historia y Origen de la Sátira*. Obtenido de Revista Topaze: <http://retopaze.jimdo.com/art%C3%ADculos/historia-y-or%C3%ADgen-de-la-s%C3%A1tira/>
- Grandi, R. (1995). Los estudios culturales: entre texto y contexto, culturas e identidad. En R. Grandi, *Texto y contexto en los medios de comunicación*. Barcelona.
- Grupo de Memoria Histórica. (noviembre de 2011). *La cultura en los medios audiovisuales en Colombia*. Recuperado el 2015, de Subgerencia Cultural del Banco de la República: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/periodismo/perculturalper/09.htm>
- Guardia, M. (s.f.). Mediaciones en la mira: culturas populares, recepción, educación y desarrollo. En CIBEC, *Comunicación, cultura y mediaciones* (págs. 23-47). La Paz: Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación.
- Haiek, L. (s.f.). *EFFECTOS DE LA TELEVISIÓN EN LA SOCIEDAD*. Obtenido de Portal de Relaciones Públicas: <http://www.rrppnet.com.ar/efectostv.htm>
- Hamui-Sutton, A., & Varela-Ruiz, M. (2012). La técnica de grupos focales. *Investigación en Educación Médica*, 55-60. Recuperado el Octubre de 2015, de http://riem.facmed.unam.mx/sites/all/archivos/V2Num01/09_MI_HAMUI.PDF
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collao, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Herrero, J. (2002). *¿Qué es cultura?* Recuperado el 28 de septiembre de 2015, de <http://www-01.sil.org/training/capacitar/antro/cultura.pdf>
- Herrero, M., & Diego, P. (2009). Series familiares de televisión: concepto, producción y exportación. El caso de Médico de familia. *Revista Latina de Comunicación Social*(64), 238-247. Recuperado el 23 de Noviembre de 2015, de http://www.revistalatinacs.org/09/art/21_820_19_UNAV/Herrero_y_Diego.html
- Importancia. (s.f.). *Importancia de la cultura*. Obtenido de Importancia: <http://www.importancia.org/cultura.php>
- Internet Society. (2012). *Breve historia de internet*. Obtenido de Internet Society: <http://www.internetsociety.org/es/breve-historia-de-internet>
- Iriarte, G. (2007). *La TV: SI o NO*. Cochabamba: Verbo Divino.
- Lekant, M. (28 de agosto de 2015). *'Millennials': Así es la generación que ya no recuerda cómo era el mundo sin Internet*. Obtenido de RT: <https://actualidad.rt.com/sociedad/184412-generacion-y-millennials-milenio-jovenes>
- Luengo, M. (2008). El producto cultural: claves epistemológicas de su estudio. *Zer*, 13(24), 317-335. Obtenido de <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer24-15-luengo.pdf>
- Luna, F. (2008). *UN ACERCAMIENTO A LA INTERCULTURALIDAD*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2015, de http://www.minedu.gob.bo/files/Doss4_1_Interculturalidad.pdf
- Macías, I. (12 de diciembre de 2008). *Teoría de la cultura*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2015, de CLIFFORD GEERTZ Y SU VISON SOBRE LA CULTURA: <http://conceptualdelacultura.blogspot.com/2008/12/clifford-geertz-y-su-vison-sobre-la.html>
- Magariños, J. (1994). *El mensaje publicitario*. Buenos Aires: Hachette.
- Magariños, J. (2008). *La semiótica de los bordes*. Córdoba: Comunicarte.
- Más, N. (28 de mayo de 2015). *Capitalismo, ¿cuáles son sus principales críticas y qué alternativas han existido?* Obtenido de Capitalibre: <http://capitalibre.com/2015/05/capitalismo-criticas-teoricas-alternativas>
- Mendoza, R. (s.f.). *La intraculturalidad, camino hacia la interculturalidad*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2015, de Red FERIA: <http://www.redferia.org.bo/Notic-intracul.html>
- Miramón, M. (Abril de 2013). *Michel Foucault y Paul Ricoeur: dos enfoques del discurso*. Recuperado el 6 de Octubre de 2015, de La Comena 78: http://www.uaemex.mx/plin/colmena/Colmena_78/Aguijon/8_Michel_Foucault_Paul_Ricoeur.pdf
- Mora, H. (2010). *Manual del vigilante de seguridad* (Vol. 2). Editorial Club Universitario. Recuperado el 22 de Febrero de 2016, de <https://goo.gl/8TTes9>
- Muñoz, B. (s.f.). *Escuela de Frankfurt: primera generación*. Obtenido de Diccionario Crítico de

- Ciencias Sociales: http://pendientedemigracion.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/E/ef_1generacion.htm
- ONU. (2011). *Replanteamiento de la globalización*. Recuperado el 2016, de Los objetivos de desarrollo del Milenio: <http://www.un.org/es/aboutun/booklet/globalization.shtml>
- PNUD. (2004). *Santa Cruz, macro región Este*. Santa Cruz de la Sierra.
- RAE. (Octubre de 2014). *Diccionario de la Lengua Española*. Recuperado el 13 de septiembre de 2015, de Real Academia Española: <http://lema.rae.es/drae/?val=aculturaci%C3%B3n>
- Restrepo J., M. (1993). *Ser-Signo-Interpretante: Filosofía de la representación del Charles S. Pierce*. Bogotá, Colombia: Significantes de Papel.
- Rico, L. (2006). *La televisión merece las críticas que recibe*. Obtenido de Holistika.net: http://www.holistika.net/infancia/infancia/la_television_merece_las_criticas_que_recibe.asp
- Ricoeur, P. (1995). *Teoría de la Interpretación*. (G. Monges, Trad.) México: Siglo XXI. Obtenido de http://posgradocsh.azc.uam.mx/cuadernos/m_teoría3/Ricoeur-TEORIA_DE_LA_INTERPRETACION.pdf
- Rionda, J. (s.f.). *¿QUÉ ES EL CAPITALISMO? MESOECONOMÍA: EL ANÁLISIS DE LA MESOESTRUCTURA ECONÓMICA*. Obtenido de Críticas al capitalismo: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008a/379/Criticas%20a%20capitalismo.htm>
- Roche, J. (2005). *La construcción cultural de la realidad social*. Recuperado el 21 de noviembre de 2015, de Papers 77: <http://goo.gl/Tg7pdy>
- Ruiz, S. (2005). *CISO*. Recuperado el 12 de septiembre de 2015, de Aculturación: <http://academic.uprm.edu/sruiz/3121/id12.htm>
- Saintout, F. (2012). La interculturalidad y la posibilidad de vivir juntos, la redistribución y el reconocimiento. En F. U. Bolivia, *Comunicación para una ciudadanía integral e intercultural* (págs. 105-117). Fundación UNIR Bolivia.
- Saniz, L. (2008). *El esquema actancial explicado*. Obtenido de Scielo: <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v13n16/v13n16a11.pdf>
- Santander, P. (23 de diciembre de 2010). *Por qué y cómo hacer análisis de discurso*. Obtenido de Scielo: <http://www.scielo.cl/pdf/cmoebio/n41/art06.pdf>
- Saussure, F. d. (1945). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Losada S.A. Obtenido de http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb_dl=59
- Sazbón, J. (1996). *Saussure y los fundamentos de la lingüística*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Sensacine. (2015). *Sensacine*. Obtenido de Todas las series: <http://www.sensacine.com/series-tv/>
- Significados. (s.f.). *Funciones del lenguaje*. Recuperado el 18 de febrero de 2016, de Significados.com: <http://www.significados.com/como-citar/>
- Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). *Los medios de comunicación audiovisual*. Obtenido de Biblioteca Virtual: Luis Ángel Arango: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/medios_audiovisuales
- Torrico, E. (2010). *Comunicación de las matrices a los enfoques*. Quito: Intiyan.
- Troyano, H. (s.f.). *La difusión cultural en la televisión*. Recuperado el 2015, de Subgerencia Cultural del Banco de la República: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/periodismo/perculturalper/12.htm>
- UIT. (21 de noviembre de 2013). *ITU*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2015, de La televisión digital ya representa el 55%, a medida que avanza el apagón de la radiodifusión analógica en todo el mundo: http://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2013/62-es.aspx#.Vfa6vBF_Okp
- Vadillo, A. (2006). La interculturalidad, un desafío para una sociedad democrática. *Lazos*(2), 6-9.
- Valdivia, C. (s.f.). *La interpretación*. Obtenido de Dialnet: <https://goo.gl/9eZpHn>
- Vargas-Llosa, M. (2012). *La civilización del espectáculo*. Lima: Santillana.
- Vigara, A. (Enero de 2013). Sobre el chiste, texto lúdico. *Espéculo*(50), 8-28. Obtenido de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/especulo50.pdf>
- Waldmann, A. (2008). *Estilos de consumo y conformación de identidades en Santa Cruz de la Sierra*. Santa Cruz: El país.

Zamora, M. (2006). *Redes Sociales en Internet*. Recuperado el 8 de octubre de 2015, de Maestros del Web: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>

Zecchetto, V. (2003). *La danza de los signos: nociones de semiótica general*. Buenos Aires: ABYA-YALA.