

## La traducción interdialectal como práctica domesticadora: de *Metegol* a *Futbolín*

*Interdialectal translation as a domesticating practice: from Metegol to Futbolín*

**David Marín Hernández**

Universidad de Málaga  
España

ONOMÁZEIN 58 (diciembre de 2022): 80-102

DOI: 10.7764/onomazein.58.05

ISSN: 0718-5758



**David Marín Hernández:** Departamento de Traducción e Interpretación, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Málaga, España. Orcid: 0000-0002-5512-0689. | E-mail: dmarin@uma.es

Fecha de recepción: octubre de 2019

Fecha de aceptación: abril de 2020

## Resumen

*Metegol* es una película de animación estrenada en Argentina en 2013. En su versión original, los personajes fueron doblados por actores argentinos en la variedad rioplatense de la lengua española. Sin embargo, para su distribución en España los coproductores españoles sustituyeron el título *Metegol* por el de *Futbolín*, eliminaron las voces argentinas y las reemplazaron por un segundo doblaje en castellano peninsular. En este segundo doblaje no solo se sustituyeron todas las marcas dialectales de la variedad rioplatense por sus equivalentes en el estándar español, sino que se introdujeron algunas modificaciones en el guion original con el objetivo de españolizar la película. Estas modificaciones guardan estrechas semejanzas con las traducciones domesticadoras propias de las culturas dominantes que tratan de asimilar los textos extranjeros eliminando todo lo que en ellos suponga un desafío a los modelos establecidos. En el análisis de esta traducción interdialectal se atenderá especialmente a la importancia del discurso futbolístico como elemento identitario en las sociedades argentina y española. Creemos que el uso instrumental del fútbol como factor de cohesión social es una de las razones por las que los productores de ambos países han sentido la necesidad de ofrecer la película doblada en sus respectivos estándares nacionales, pues la jerga futbolística presenta variantes propias en cada uno de ellos.

**Palabras clave:** traducción interdialectal; español argentino; español europeo; doblaje.

## Abstract

*Metegol* is an animated film released in Argentina in 2013. In its original version, the characters were dubbed by Argentine actors using Argentinean Spanish. However, for its distribution in Spain, Spanish co-producers replaced the Argentine voices with a second dubbing in Castilian Spanish. As a result, all the dialectical variants of the Argentinean Spanish were replaced by their equivalents in European Spanish. In addition, in this rewriting of the original film some modifications were introduced in the script in order to adapt it to Spanish audience. These modifications bear close similarities with domesticating translations distinctive of dominant cultures which try to assimilate foreign texts by adapting them. This second dubbing could be analyzed then as an interdialectal translation. We will pay special attention to the importance of football discourse as an identity element in Argentine and Spanish societies. The instrumental use of football as a factor of social cohesion is one of the reasons why the co-producers of both countries have decided to dub the film in their respective national standards.

**Keywords:** interdialectal translation; Argentinean Spanish; Castilian Spanish; dubbing.

## 1. Introducción

*Metegol* es una película de animación en 3D dirigida por el realizador argentino Juan José Campanella. Esta coproducción hispanoargentina —inspirada en el relato “Memorias de *wing derecho*”, del escritor argentino Roberto Fontanarrosa— cuenta la historia de Amadeo, un chico tímido cuya gran pasión es el futbolín (juego conocido como metegol en Argentina). La aventura arranca cuando Amadeo es retado por otro chico del pueblo a jugar una partida de futbolín delante de Laura, de la que Amadeo está secretamente enamorado. Amadeo empieza perdiendo la partida, pero, gracias a los ánimos de Laura, consigue darle la vuelta al marcador y vence a su adversario. Este, incapaz de aceptar la derrota debido a su orgullo, abandona el pueblo, pero jura volver para vengarse. En efecto, años después regresa convertido en el Grosso, un jugador de fútbol multimillonario y aclamado por las masas. Para vengarse de aquella derrota ante Amadeo, el Grosso viene con la intención de arrasar el pueblo y construir en su lugar un gran parque temático sobre el fútbol dedicado a glorificar su propia imagen. Obsesionado por el único enfrentamiento de su vida en el que fue vencido, el Grosso comienza su venganza destruyendo el bar de Amadeo, donde se encontraba el futbolín en el que sufrió aquella humillación infantil. Amadeo se queda desolado, pues el futbolín, que había construido él mismo, era lo único que daba sentido a su vida. Cuando todo parece acabado para él, una de sus lágrimas cae sobre el futbolín y, milagrosamente, los jugadores de metal cobran vida. Estos, al ver que Amadeo ha perdido la confianza en sí mismo y es incapaz de hacer frente a la adversidad, lo convencen de la inutilidad de lamentarse cuando las cosas salen mal: tiene que creer en sí mismo y enfrentarse al Grosso para recuperar a Laura y defender a su pueblo. El enfrentamiento final tendrá forma de un partido de fútbol: el Grosso y su equipo de profesionales jugarán contra Amadeo y un puñado de aficionados del pueblo. Aunque Amadeo pierde el partido por culpa de un gol del Grosso en el último segundo, los habitantes del pueblo comprenden la moraleja de esta historia: no importa vencer, sino luchar por conseguir los sueños. Inspirados por el coraje de Amadeo, expulsan al Grosso y defienden su territorio.

La película se estrenó en Argentina en julio en 2013. Los personajes de animación, que habían sido doblados por actores argentinos, se expresaban en la variedad rioplatense del español (salvo algunos personajes secundarios que, con fines humorísticos, fueron caracterizados con otros acentos; volveremos más adelante sobre el uso humorístico de ciertas variedades dialectales). Unos meses después, en diciembre de 2013, la película se estrenó en España con el título *Futbolín*, pero las voces argentinas habían sido sustituidas por un nuevo doblaje de actores españoles. Todos los rasgos lingüísticos de la variedad rioplatense fueron sustituidos por sus equivalentes en el castellano de España. He aquí algunos ejemplos: el voseo rioplatense se transforma en el tuteo español (“Vos no le hacés un gol al arcoíris” se transforma en “Tú no le metes un gol ni al arcoíris”); mientras que en la versión argentina se utiliza el pronombre *ustedes* (sin marcar distancia social) con el verbo conjugado en tercera persona del plural, en la española se emplea el pronombre *vosotros*

y el verbo aparece en segunda persona (“Van a poder crecer” se sustituye por “Vais a poder crecer”); desde un punto de vista léxico, en el guion argentino Amadeo trata de “prender el auto”, mientras que en el español intenta “arrancar el coche”; la *guita* se convierte en *pasta*; el *basural*, en un *vertedero*; y en lugar de hablar de *minas* para referirse a las mujeres, los personajes en la versión española utilizan el coloquialismo *pibas*. Las modificaciones son especialmente frecuentes cuando los personajes dialogan en un tono coloquial, pues es en este registro donde las variedades dialectales difieren en mayor medida. Así, cuando uno de los jugadores del futbolín recrimina a un compañero que se esté burlando de él, en la versión argentina dice: “Me estás cagando”, mientras que en la española se emplea la expresión “Me estás vacilando”. Algunos apóstrofes utilizados para captar la atención del interlocutor también han sido modificados: “*Ché, vos, ¿cómo te llamás?*” aparece en la versión española como “*Eh, tú, ¿cómo te llamas?*”. Se han sustituido igualmente las muletillas que no son compartidas por ambas variedades dialectales: cuando la Laura argentina dice “Estoy en mis cosas, *¿viste?*”, la Laura española dice “Estoy en mis cosas, *¿sabes?*”.

*Metegol* no es la única coproducción hispanoargentina de animación que se ha distribuido en Argentina y en España con sendos doblajes, uno en cada variedad dialectal. Entre los precedentes más inmediatos en este género cinematográfico puede citarse *Pérez, el ratoncito de tus sueños* (2006), dirigida por el argentino Juan Pablo Buscarini (y su secuela de 2008, *El ratón Pérez 2*, de Andrés G. Schaer). También en estas películas la productora española Filmax consideró que un segundo doblaje en castellano peninsular acercaría la historia al público infantil español y mejoraría sus resultados en taquilla. Si nos remontamos más atrás en el tiempo, constatamos que a esta misma estrategia lingüístico-comercial se recurrió en la distribución española de otra película de animación argentina, la emblemática *Manuelita* (1999), basada en el mítico personaje creado por la escritora María Elena Walsh. En esta ocasión también se le hurtó al público español la versión original, ya que las copias que se distribuyeron en España habían sido dobladas en la variedad europea del castellano.

Esta práctica de ocultar mediante un segundo doblaje español el acento hispanoamericano no solo se observa en las películas de animación. También los actores de carne y hueso argentinos o mexicanos han aparecido a veces en las pantallas españolas hablando con acento peninsular por obra y gracia del doblaje. Pensemos, por ejemplo, en *Las pirañas* (1967), coproducción hispanoargentina dirigida por Luis García Berlanga con guion de Rafael Azcona. La película se rodó en Argentina y la mayor parte de su elenco era de este país (la única actriz española fue la catalana Sonia Bruno), pero cuando se estrenó en España con el título *La boutique* todos los actores se expresaban con acento español, ya que la película fue doblada por actores españoles antes de su distribución. Tal como denuncia el historiador de cine Alberto Elena, “la práctica del doblaje de numerosos films latinoamericanos al castellano español subsistió hasta los años ochenta [...]. Todavía en 1982 ha de sufrir tal aberración *Las siete cucas* de Felipe Cazales, por no hablar de casos incluso posteriores en

el mercado del vídeo” (2005: 351). Efectivamente, estos doblajes se siguen practicando en pleno siglo XXI. Un ejemplo nos lo proporciona la película de terror mexicana *Km 31*: una vez más, la coproductora española Filmax insistió en doblarla al castellano de España con el argumento de que lograría atraer más espectadores. Aunque el director de la película, Rigoberto Castañeda, protestó contra esta decisión, resulta significativo que el productor mexicano, Billy Rovzar, apoyase a sus socios españoles en la decisión de doblar el film: “La diferencia de doblarla a no doblarla era salir al mercado español con 40 copias a salir con 200”, declaró Rovzar a la prensa. Finalmente, el criterio comercial se impuso al creativo y la película se dobló al castellano de España (y también al catalán). El resultado de esta estrategia es que los espectadores de las versiones dobladas reciben información contradictoria: por un lado, no pocos elementos de la película ubican claramente la historia en México, pero, por otro, estos personajes mexicanos hablan con acento español (o en catalán). Estos doblajes generan un anatopismo que los productores estuvieron dispuestos a asumir ante la posibilidad de aumentar los ingresos en taquilla<sup>1</sup>.

Aunque no son pocas las películas hispanoamericanas que han sido objeto de un segundo doblaje en castellano peninsular<sup>2</sup>, el caso de *Metegol* resulta especialmente interesante porque permite ilustrar hasta qué punto la sustitución de las voces argentinas por otras voces españolas no tiene como único objetivo eliminar el acento rioplatense para poner en su lugar el acento español, sino que pretende *apropiarse* de la película para presentarla como una obra concebida por españoles para españoles. Una comparación exhaustiva de los diálogos de ambas versiones de la película demuestra que las modificaciones no se han limitado al plano sonoro, morfosintáctico o léxico de la lengua. Como se verá con más detalle en las siguientes páginas, además de sustituir las marcas dialectales propias de la variedad rioplatense por sus equivalentes en la variedad peninsular, en la versión española de *Metegol* se han eliminado algunas referencias culturales que remiten al contexto social argentino y se han puesto en su lugar otras realidades propias del contexto social español. Por ejemplo, cuando Amadeo menciona los clásicos maxikioscos argentinos, en la versión española estos son sustituidos por locales de la cadena Gino; el cargo argentino de *intendente* es reemplazado por el de *alcalde*; la Copa Libertadores es sustituida por la *Champions League*, etc. No hay, pues, ningún elemento diegético que permita pensar a los

- 
- 1 La película de animación *Coco* sirve para ilustrar la estrategia contraria. En esta ocasión se prescindió del doblaje español y se mantuvo el acento mexicano porque a lo largo de toda la película aparecen en pantalla continuas referencias culturales de México. Se consideró inapropiado doblar en castellano peninsular un guion concebido como un homenaje a la cultura mexicana.
  - 2 Estrategias domesticadoras similares se han detectado igualmente cuando las películas hispanoamericanas han sido subtítuladas para personas sordas en la variedad española del castellano. Sobre el desafío que supone reflejar la variación diatópica en el subtítulado para sordos, cfr. Carrera y Lorenzo, 2008; Carrera, 2014.

espectadores españoles que están contemplando una película basada en el relato de un escritor argentino, con equipo de guionistas argentinos y dirigida por un realizador argentino. Como señala Isabel Santaolalla, “aunque hoy en día, como en el pasado, el motivo principal que impulsa la realización de coproducciones o la colaboración de cualquier tipo entre las industrias sea económico, no cabe duda de que estas traen consigo toda una serie de efectos ideológicos y culturales intencionados o no” (2007: 153)<sup>3</sup>.

No es necesario forzar el concepto de traducción para poder presentar esta operación como un caso de traducción intralingüística. La conversión de *Metegol* en *Futbolín* es un ejemplo de traducción porque, aunque esta no se haya realizado entre dos lenguas diferentes, es el resultado de una búsqueda de equivalentes entre dos variedades dialectales de una misma lengua. En última instancia, este tipo de traducción *interdialectal* se fundamenta en unos procedimientos semejantes a los que se realizan en la traducción *interlingüística*. El proceso que subyace en todas estas operaciones podría resumirse con el clásico lema del variacionismo: decir lo mismo con otras palabras. En ambos casos se aspira a mantener un núcleo semántico invariable bajo los cambios formales. La única diferencia entre una traducción *interlingüística* y una traducción *intralingüística* como la que nos ocupa en este trabajo es que en aquella se trata de decir “lo mismo” que el TO en una lengua distinta, mientras que en esta se está diciendo “lo mismo” en otra variedad dialectal dentro del mismo diasistema.

Las similitudes entre ambos tipos de traducción no se reducen al proceso cognitivo que las genera. Estas semejanzas pueden trasladarse también al ámbito teórico: muchas de las reflexiones que se han propuesto desde los estudios de traducción para explicar cómo influyen los condicionantes sociales en el proceso de mediación intercultural nos parecen igualmente aplicables a este ejemplo de traducción interdialectal. Para el análisis de este tipo de traducciones resultan útiles algunos de los instrumentos conceptuales que nos proporcionó en su momento el llamado *giro cultural*, y que solo recientemente se han empezado a utilizar en el ámbito de la traducción audiovisual (Díaz-Cintas, 2012). Resultaría difícil dar cuenta de algunas de las modificaciones introducidas en el doblaje español de *Metegol* si nos limitáramos a describir las diferencias lingüísticas entre el castellano de Argentina y el de España. Resulta necesario atender igualmente a la tradicional posición hegemónica

---

3 El análisis de los guiones de muchas de estas coproducciones hispanoamericanas pone sobre la mesa algunos de estos efectos ideológicos y culturales. La visión que muchos cineastas españoles han ofrecido de Hispanoamérica en sus películas se sustenta en clásicos prejuicios paternalistas. No es posible profundizar ahora en esta vertiente, pues excede ampliamente el alcance de este trabajo, pero creemos que es un asunto estrechamente emparentado con los doblajes domesticadores: en ambos casos estamos hablando de las relaciones asimétricas de poder entre dos comunidades y de cómo esa asimetría desemboca en la asimilación reduccionista de una en la otra.

del estándar peninsular en relación con el resto de variedades diatópicas para entender el resultado final de este proceso de transformación. Así, la versión española de *Metegol* permite ilustrar un método de traducción domesticador propio de una cultura dominante que, en lugar de aceptar en su seno la pluralidad dialectal, ha optado por borrar los rasgos característicos del Otro para presentarlo de forma totalmente asimilada<sup>4</sup>. En este sentido, las estrategias adoptadas para convertir el *Metegol* argentino en el *Futbolín* español reflejan bien el concepto de “apropiación selectiva” de Mona Baker (Baker, 2006: 114)<sup>5</sup>.

En efecto, algunas de las características de *Metegol* (tanto por la historia que cuenta como por las circunstancias de su producción) hacen que esta película resulte especialmente interesante para estudiar cómo las relaciones de poder o las ideologías lingüísticas han influido en la adaptación del film de un país a otro. En este trabajo estudiaremos las modificaciones que se han introducido en el guion original argentino para adaptar la historia al público español y trataremos de explicarlas teniendo en cuenta estas particularidades del film. No solo se prestará atención al hecho de estar ante una película de animación dirigida al público infantil con una clara finalidad humorística (lo que explica algunas de estas modificaciones), sino que se atenderá igualmente a otro componente que resulta esencial para entender las decisiones lingüísticas de los guionistas argentinos y sus traductores españoles: la importancia del fútbol (y, sobre todo, del discurso futbolístico) como factor identitario y de cohesión social en ambos países. El estrecho vínculo que se teje entre el

---

4 Resulta interesante, a este respecto, observar las reacciones que se produjeron a uno y otro lado del Atlántico cuando Netflix decidió distribuir en España con subtítulos la película mexicana *Roma* (“Se va enojar tu mamá” fue subtítulo como “Tu madre se va a enfadar”, por ejemplo). El director del film, Alfonso Cuarón, declaró: “Es parroquial, ignorante y ofensivo para los propios españoles. Algo de lo que más disfruto es del color y la textura de otros acentos. Es como si Almodóvar necesitara ser subtítulo” (*El País*, 9 de enero de 2019). La relación asimétrica existente entre las variedades dialectales de una lengua pluricéntrica como el español no puede explicarse desde una perspectiva exclusivamente lingüística. Las fricciones políticas y las luchas comerciales que se desataron a raíz del subtítulo de *Roma* resonaron también en el Congreso Internacional de Lengua Española celebrado en Córdoba (Argentina) en marzo de 2019. Consúltese a este respecto la crónica de Álex Grijelmo sobre las discusiones que la decisión de Netflix suscitó en algunos coloquios del CILE (2009). No todos los cineastas comparten opinión a este respecto. A diferencia de Cuarón, el británico Ken Loach defendió que sus películas *Riff Raff* o *My name is Joe* fueran subtítulo en inglés en las salas norteamericanas: “My hunch is that it’s better to use subtitles than not, even if that limits the film to an art-house circuit” (1998; citado en Edenson, 2009: 6).

5 El doblaje al castellano peninsular no es la única estrategia domesticadora que se observa en las coproducciones hispanoamericanas. Otro mecanismo al que se ha recurrido en ocasiones para españolizar un film originariamente latinoamericano ha consistido en modificar la historia para trasladarla a España. Un ejemplo de ello nos lo ofrece *El espinazo del diablo*, de Guillermo del Toro, cuya trama se localizaba inicialmente en México, pero acabó ubicándose en la España de la Guerra Civil.



aficionado y la jerga futbolística propia de su comunidad de habla explica muchos de los cambios que se han introducido en la versión argentina de la película para facilitar su distribución en España.

Muy vinculada al fútbol está también la construcción discursiva de la identidad masculina (recordemos que un ingrediente especialmente importante en la película es la rivalidad entre dos hombres, Amadeo y el Grosso, para ganarse la atención de una mujer, Laura). Entre los muchos relatos que se pueden construir en la arena simbólica del fútbol, destaca el del niño que se hace hombre gracias a los valores que representa este deporte (esfuerzo físico, valentía, superación del dolor, etc.). La comparación de *Metegol* y *Futbolín* pone sobre la mesa que la versión española de la película le ha concedido especial atención a la virilidad asociada al fútbol, pues algunos de los cambios introducidos en la versión española tratan de resaltar precisamente la hombría de ciertos personajes.

## 2. *Metegol*: entre lo global y lo local

Desde que se concibió el proyecto de realizar *Metegol*, la película se planteó como una gran superproducción que podía aspirar a conquistar el mercado internacional. El proyecto venía avalado por el prestigio de su director y coguionista, Juan José Campanella, que había ganado recientemente el Óscar a la mejor película de habla no inglesa con *El secreto de sus ojos*. Según contó él mismo a la prensa durante la promoción de *Metegol*, la perspectiva de aspirar a un nuevo Óscar estuvo presente durante la producción del film, lo que explica que se convirtiera en la película de animación más cara en la historia del cine latinoamericano con una inversión de alrededor de veinte millones de dólares (*La Nación*, 17 de julio de 2013). Se trataba, pues, de una apuesta de clara proyección internacional, pues el público argentino por sí solo no permitiría rentabilizar la inversión inicial, de ahí que los productores se volcaran en vender la película con esmero en los festivales de cine de animación más importantes del mundo (*El País*, 25 de agosto de 2012). Finalmente, *Metegol* se comercializó en más de cincuenta países y en el equipo de producción trabajaron más de cuatrocientas personas de quince nacionalidades distintas.

El hecho de tratarse de una película de animación, con personajes diseñados por ordenador que los espectadores no vinculan a ningún país en concreto, ayuda a la internacionalización del producto. De hecho, los guionistas ubicaron la historia en un pueblo imaginario que podría estar localizado en cualquier lugar, de manera que el público de cualquier país pudiera identificarse con la trama gracias a las distintas lenguas en las que se realiza el doblaje, que son las que colocan a los personajes en unas determinadas coordenadas geográficas. Ahora bien, esta vocación internacional no impidió que la película tuviera un marcado carácter argentino en su componente lingüístico original. Campanella insistió especialmente en que la historia no sería creíble si los personajes se expresaban en el llamado español neutro, esa variedad libre de localismos construida



artificialmente con fines comerciales para poder ser utilizada en cualquier país hispanohablante. El equipo de guionistas consideró que el realismo lingüístico era clave para dar credibilidad a la historia y permitir que el público se identificara con los personajes, y, para ello, era imprescindible que estos se expresaran con los coloquialismos propios de la variedad rioplatense.

A esto hay que sumarle el evidente protagonismo que adquiere el fútbol en la película. Como es sabido, la jerga futbolística presenta numerosas variantes diatópicas en el seno de la comunidad lingüística hispanófono (arquero/portero, cobrar un penal/lanzar un penalti, órsay/fuera de juego, etc.). Dado que la terminología futbolística<sup>6</sup> tiene una clara función identitaria (reforzar los vínculos grupales de los miembros de la comunidad discursiva al mismo tiempo que se excluye a los no iniciados), los guionistas consideraron que no sería aceptable para el público argentino que los personajes no emplearan sus variantes locales a la hora de conversar sobre el fútbol, un deporte especialmente arraigado en este país, hasta el punto de constituir, a juicio de no pocos sociólogos, un ingrediente esencial en la identidad argentina. Esta es la razón por la que Juan José Campanella protestó cuando la cadena Cartoon Network retransmitió *Metegol* el 4 de septiembre de 2015 en español neutro para toda Latinoamérica, incluida Argentina. A través de su cuenta en Twitter, el director expresó su malestar: “El español neutro está bien para productos doblados de otros idiomas. No del castellano. ¡Imaginen a El Chavo doblado al español neutro! He visto *Metegol* en México y Colombia en español neutro: con el único personaje que se reían era con el Beto, que mantuvo su voz original. Y en todo caso, que la den en español neutro en otros países, pero no en la Argentina”. Por todo ello, se decidió que el guion de *Metegol* se concebiría originalmente en la variedad rioplatense (sin menoscabo de que posteriormente pudieran hacerse otras versiones en el castellano peninsular para España y en el español neutro para el resto de países hispanohablantes, como así acabó sucediendo).

El deseo de los guionistas argentinos de hacer que sus personajes dialoguen en su estándar nacional no se debe únicamente a una cuestión de realismo lingüístico, sino que podría explicarse también desde un enfoque ideológico. Una de las moralejas que defiende esta película es la importancia de defender la identidad local frente a las presiones homogeneizadoras de las grandes corporaciones multinacionales en aras de la globalización. En

---

6 Sobre la naturaleza terminológica de la jerga futbolística, cfr. Nomdedeu Rull, 2004: 44-50. El uso de la terminología futbolística que se hace en esta película demuestra que “las unidades terminológicas integran al mismo tiempo aspectos lingüísticos, cognitivos y sociales” (Cabré, 1999: 85). Frente a la concepción wüsteriana de la terminología como un terreno donde impera la monosemia y la univocidad, las variantes futbolísticas que se observan entre *Metegol* y *Futbolín* para nombrar los mismos conceptos (picadito/pachanguita, referí/árbitro, cobrar una falta/pitar una falta, etc.) nos demuestran la capacidad de los términos para connotar significados sociales.

su intento de arrasar el pueblo de Amadeo para levantar en él un gran emporio deportivo, resulta simbólico que el Grosso y su representante empiecen demoliendo el pequeño bar local donde se reúnen tranquilamente los vecinos. Y resulta también muy revelador que para enfrentarse al Grosso y sus jugadores profesionales, Amadeo recurra a otros lugareños para formar su equipo, que se llama, significativamente, “los locales”. Dado que la cohesión social es uno de los valores que defiende la historia de Amadeo, es coherente que los guionistas diesen especial importancia al uso de la variedad rioplatense para dirigirse al público argentino, ya que la lealtad lingüística es uno de los elementos más influyentes en la cohesión social.

El fútbol potencia fuertemente los rasgos identitarios locales mediante la creación de una comunidad discursiva de lazos muy estrechos. *Metegol* nos proporciona un ejemplo muy ilustrador. Los cánticos de las hinchadas contribuyen decisivamente a este reforzamiento de los vínculos entre los miembros de estas comunidades. De hecho, en la película una de las primeras prácticas discursivas de los jugadores del fútbol cuando toman conciencia de que han adquirido vida es ponerse a cantar uno de estos cantos futbolísticos. En el cántico de estos jugadores, al tratarse de un breve fragmento, no aparecen los componentes habituales en este tipo de rituales, como la exaltación del equipo local, la expresión de sentimiento de orgullo o las vejaciones a los adversarios (esto último, por otra parte, habría resultado inadecuado teniendo en cuenta el público infantil al que se dirige la película y el carácter didáctico de esta). Por el contrario, los jugadores se limitan a cantar una frase aparentemente irrelevante (“oé, oé, salchichas con puré”), sin un sentido específico salvo el recuerdo nostálgico de la famosa canción infantil. Pero es justamente este vacío conceptual del cántico (que facilita que se haya podido mantener en las tres versiones en español de la película, aunque no despertará probablemente las mismas evocaciones para todos los espectadores) lo que le otorga una función aglutinante: una forma de generar la adhesión al grupo es conseguir que sus miembros reproduzcan por inercia unas formulas repetitivas con la única finalidad de mimetizarse con sus compañeros. Es decir, este cántico posee fundamentalmente una fuerza simbólica, pragmática (lo estrictamente locutivo resulta secundario). El cántico, en definitiva, pierde poder significativo para adquirir una fuerza mítica que facilita la cohesión interna del grupo (Ianni, 2002).

Los relatos de identidad son necesariamente relatos de alteridad que exigen la presencia de un elemento al que oponerse, puesto que la identidad se forja adversarialmente. La fertilidad del fútbol para la producción de narraciones identitarias permite que convivan en esta misma película múltiples ejes de oposición. En el fútbol “varias dimensiones identitarias son disputadas, negociadas y construidas” (Guedes, 2002: 4; citado en Alabarces, 2006: 70). Uno de ellos es el que enfrenta las clases sociales humildes (aferradas a lo tradicional, a lo local) frente las multinacionales (vinculadas a una globalización despersonalizada). En la trama de *Metegol*, el empresario que pretende traer puestos de trabajo y beneficios

económicos gracias a su inversión es el malo de la película. Resulta significativo que la búsqueda del crecimiento económico se asocie con los antagonistas: hay que salvar al pueblo de los inversores externos. Este es otro de los factores de alteridad que también contribuyen a la construcción del sentimiento grupal: el pueblo humilde frente al traidor capitalista que pretende arrancar las raíces locales. De hecho, cuando el empresario se dirige por primera vez al pueblo para presentar su proyecto, lo hace desde un estrado construido encima de la estatua del fundador de la localidad. Una vez más, la globalización despersonalizada se presenta como la causa de un malestar que se puede corregir recuperando las raíces de lo local.

Si bien es cierto que el Grosso —el antagonista— surge también del propio pueblo, los valores que representa son justamente los contrarios a los que defienden los guionistas: es alguien que ha abandonado a los suyos y que vuelve para pervertirlos, para tentarlos con el progreso. El contraste evidente entre el carácter humilde del protagonista (que aspira sencillamente a conservar el pequeño bar asociado a su infancia: la pureza de los orígenes) y las aspiraciones empresariales del Grosso (que aspira a crear un emporio futbolístico a su imagen y semejanza) remite a una de las narraciones identitarias que el fútbol ha permitido desarrollar en Argentina: la que enfrenta las clases sociales humildes a las hegemónicas (Alabarces, 1998: 268). La película se suma así a otro de los tópicos frecuentemente utilizados en las narrativas del deporte: el rechazo de la mercantilización del fútbol. Los grandes clubes, según estos relatos, han dejado de inspirarse en los valores deportivos tradicionales y han pasado a regirse por una lógica empresarial que tan solo busca el beneficio. De hecho, cuando Laura se muestra escéptica porque el equipo local no tiene ninguna posibilidad de vencer a los todopoderosos jugadores profesionales, Amadeo le responde significativamente: “Pero nos jugamos el pueblo. Ellos no se juegan nada”. La improvisación del aficionado se impondrá a la técnica del profesional porque este último es un mero mercenario sin sentimientos identitarios. Uno de los jugadores del equipo local confiesa sin tapujos que cuando el equipo va perdiendo todo vale con tal de proteger “el terruño”. “La defensa de nosotros”, continúa el personaje, está por encima de las reglas.

La historia de Amadeo se fundamenta también en una de las narrativas futbolísticas más recurrentes en la mitología de este deporte: la del jugador de clase baja capaz de enfrentarse a la élite únicamente con su intuición y espontaneidad. Desde la perspectiva hispanoamericana, la figura del poderoso con recursos suele estar representada por los clubes de fútbol europeos: grandes emporios económicos que consiguen contratar, a golpe de cheque, los mejores jugadores americanos. En esta dicotomía América vs. Europa, lo americano representa lo popular (es decir, el “fútbol-arte” que se aprende y practica en la calle), mientras que lo europeo tiende a asociarse con el “fútbol-máquina” (Guedes, 2002: 9). Una de las escenas donde se enfrentan ambas concepciones sucede en casa del villano, cuando el Grosso presume ante Laura de haber creado un laborato-

rio tecnológico capaz de aunar “lo mejor de la naturaleza y lo último de la ciencia” (un anhelo que queda marcado inmediatamente con connotaciones negativas, pues aparece vinculado al antagonista)<sup>7</sup>. Dadas estas connotaciones, se comprende fácilmente que la variedad europea del español se haya descartado en las copias de la película dirigidas al público argentino.

La película es continuadora, en este sentido, de una tradición en el cine argentino que algunos autores sitúan entre los años 30 y 50 del pasado siglo (Archetti, 1999: 241). En este periodo se estrenaron diversas películas que contribuyeron decisivamente a la consolidación y difusión de los estereotipos vinculados al fútbol. Destaca de entre ellas el clásico *Pelota de trapo* (1948), una muestra del neorrealismo argentino, en la que el protagonista consigue gracias al fútbol ascender socialmente y sacar de la pobreza a su madre. Otro film de este periodo con el que podría emparentarse *Metegol* es *El hincha* (1951), de Manuel Romero, que exalta sobre todo la importancia de mantener viva la esperanza en los momentos de mayor adversidad.

### 3. Fútbol y masculinidad

*Metegol* retoma igualmente dos de los valores que el fútbol potencia con más fuerza en el ethos masculino: la virilidad del “macho” (que le permite a este hacerse con los favores de la mujer y, en consecuencia, lo distancia de la homosexualidad) y la madurez (que le permite al hombre alcanzar la autonomía necesaria y superar la niñez). No en vano es frecuente que los cánticos de las hinchadas asocien a los equipos rivales con la homosexualidad y la pubertad, como una falla en su personalidad. Puede afirmarse, pues, que en el ámbito simbólico del fútbol, la construcción de la identidad masculina se fundamenta en la oposición al homosexual y al niño. Resulta significativo que uno de los éxitos del protagonista consista en ganarse la admiración de la chica. Los sentimientos de Laura por Amadeo se dan por sobrentendidos desde la primera escena, pero eso no basta: un hombre que se precie de serlo no puede contentarse con despertar cariño en una mujer, sino que tiene que ser capaz de suscitar admiración. Es la propia protagonista femenina, de hecho, quien incita a Amadeo a mostrar su virilidad venciendo a los rivales. En una de las primeras escenas de la película el antagonista reta a Amadeo a una partida de futbolín y este se muestra inicialmente reacio a vencerlo. El director nos muestra

---

7 También resulta revelador que, frente a la tecnología que desvirtúa el deporte, el equipo local recurra a una curiosa estrategia para entrar en el laboratorio: golpear la puerta con la cabeza para echarla abajo. La fuerza bruta del pueblo se opone a la tecnología del antagonista. Inicialmente, cada jugador lo intenta de forma individual sin ningún éxito. Sin embargo, cuando arremeten contra la puerta todos juntos, lo acaban consiguiendo y esta se viene abajo. El pueblo, cuando trabaja unido, no necesita de la técnica para alcanzar sus metas.

a un personaje apocado que no siente la necesidad de demostrar su superioridad. Sin embargo, Laura lo incita a derrotar al enemigo y a demostrar así su verdadera valía. La virilidad de los futbolistas cobra igualmente protagonismo en la escena en la que los jugadores del futbolín, tras haber cobrado vida, se encuentran por primera vez con uno de los integrantes del equipo de los “lisos” (esto es, los rivales en el futbolín). Nada más verlo, el Beto trata de humillarlo con la clásica estrategia de identificarlo con una mujer: “¡Qué linda estás! ¿Te hiciste la toca?” (que en la versión española se transforma en “¡Qué guapa estás! ¿Vienes de la pelu?”).

Una comparación entre las versiones argentina y española de la película nos permite apreciar una intensificación de la virilidad discursiva a través de los cambios que han introducido los traductores españoles. Una de estas modificaciones la encontramos en los nombres humorísticos de los integrantes del equipo local, que difieren en ambas versiones. Uno de estos jugadores es el subcomisario del pueblo, Bautista Pissano, cuya corpulencia contrasta con una voz muy femenina. En la versión española se ha querido jugar con el contraste entre la masculinidad de su musculatura y su voz atiplada, para lo cual se le ha modificado el nombre con un juego de palabras que alude a su supuesta homosexualidad: “Pedro *Mari* Corazón” (la pronunciación del nombre en el doblaje español trata de subrayar la semejanza con “maricón”). Otro ejemplo de este tipo de modificaciones introducidas en la versión española aparece en la escena en la que Capi está llorando porque cree que Beto ha sido devorado por las ratas. Sin embargo, este reaparece de repente subido a uno de los roedores como si fuese un cowboy que ha domado a un caballo salvaje. Desde lo alto de la rata, les grita a sus compañeros, que estaban postrados porque lo creían muerto: “¡Eh, nenazas!”. Esta reafirmación de la identidad varonil mediante la asociación del llanto con la personalidad femenina no figura en la versión argentina y ha sido añadida igualmente por los guionistas españoles. No obstante, el hecho de que el apelativo “nenazas” se lo lance el Beto a otros compañeros de su equipo con quienes comparte, además, amistad incide en el carácter lúdico de este tipo de aparentes agresiones verbales. El fútbol constituye, en este sentido, un terreno discursivo donde los participantes asumen un ritual en el que los mensajes pierden su significado literal y se convierten en meros actos de celebración de la pertenencia a un grupo (Collison, 2009); es decir, “en ese intercambio recíproco entre pares, la violencia simbólica que suponen estos mensajes se diluye al ser estos interpretados desde claves culturales que ven en los cantos ofensivos una práctica lúdica, que transgrede límites culturales y permite representar lo que en otros ámbitos es tabú” (Bundio, 2018: 208). Este carácter lúdico (carnavalesco, incluso) se observa en la escena en la que los jugadores del futbolín son utilizados en un puesto de la feria para que los niños se diviertan practicando el tiro al blanco. Para provocar la risa de los espectadores, los jugadores son ridiculizados, una vez más, atentando contra su virilidad. En esta ocasión, la humillación consiste en que algunos de ellos aparecen vestidos con trajes de mujer.

#### 4. El doblaje como estrategia domesticadora

La historia del doblaje pone de manifiesto la capacidad de las lenguas (y, más concretamente, de los acentos con los que estas se realizan) para transmitir significados sociales, esto es, para connotar determinadas identidades colectivas: recordemos que fue la aparición del cine sonoro lo que suscitó las primeras críticas nacionalistas por parte de aquellos espectadores que consideraron perjudicial la llegada a sus países de un elevado número de películas extranjeras (Shochat y Stam, 1985: 46). Mientras el cine era mudo, la ausencia de un acento geográficamente identificable facilitaba la sensación de universalidad, pero en cuanto los actores empezaron a hablar desapareció esta “universalidad imaginaria [...], y el cine empezó a percibirse como extranjero y colonialista” (Ballester, 1995: 13). Fue la aparición del sonido en el cine lo que hizo que los espectadores empezaran a asociar las películas con determinados países. De hecho, durante los primeros años del cine sonoro, las películas norteamericanas dejaron de copar el mercado europeo porque el público ya no se identificaba tan fácilmente con las historias que contaban: empezaron a percatarse de que eran extranjeras. La industria cinematográfica americana comprendió que tenía que encontrar un método técnicamente satisfactorio y económicamente viable para que sus películas volvieran a atraer a los espectadores extranjeros. El fracaso de algunas estrategias iniciales, como las versiones multilingües o el *dunning* (Durovicova, 1992: 148-149), llevó a los productores a apostar por el doblaje, que surge, pues, como respuesta para facilitar la identificación del público con la trama del film, es decir, para presentar a los personajes como miembros de la comunidad de habla de los espectadores. Estamos, por lo tanto, ante un uso identitario del lenguaje.

El doblaje ha sido utilizado tradicionalmente para desarrollar determinadas políticas lingüísticas que favorecieran la cohesión nacional, pues el uso de una determinada variedad estándar en las películas contribuía a generar un sentimiento de pertenencia nacional. El I Congreso Hispanoamericano de Cinematografía, celebrado en Madrid en 1931, no solo prohibió las lenguas extranjeras en los carteles de las películas, sino que trató de regular también cuál era la variedad del español que debía emplearse en el doblaje de los diálogos. Al igual que sucedió en la industria editorial, de todas las variedades dialectales del español fue el estándar peninsular el que se impuso en el doblaje de películas extranjeras para todo el público hispanohablante debido a que España era un país puntero en aquel momento en esta modalidad de traducción audiovisual (Ávila, 1997: 44). El castellano peninsular se acabaría utilizando en casi todos los géneros: “ficción, películas basadas en literatura extranjera, historia mundial, historia de España e incluso las basadas en historia o literatura hispanoamericana antes del periodo colonial. Por el contrario, las variedades hispanoamericanas del español se recomendaron solo para películas que trataran la historia o la literatura de América Latina después de la Independencia, así como para películas ambientadas en países hispanoamericanos y dibujos animados” (Méndez-Leite, 1941: 183-184;

citado en Ballester, 1995: 17)<sup>8</sup>. Al doblar a los actores argentinos para que se expresen con acento español, los productores de *Metegol* están alineándose con la tradicional estrategia de afirmar “la supremacía de la lengua nacional y de la inviolabilidad de su poder político, económico y cultural dentro de las fronteras de una nación. [El doblaje] es por lo tanto una norma de traducción vinculada al nacionalismo” (Ballester, 1995: 19).

El doblaje español de *Metegol* entronca claramente con la función domesticadora propia de esta técnica de traducción, pues su objetivo no ha sido únicamente vencer el supuesto distanciamiento que podría provocar en los espectadores una variedad dialectal ajena, sino españolizar la película. Una de las escenas que mejor ilustra este procedimiento es aquella en la que, antes de comenzar el partido final, un locutor menciona a los patrocinadores del encuentro. Aunque los nombres de todas estas empresas aparecen sobreimpresos en pantalla, en la versión española de la película han optado por prescindir de algunos y añadir otros nuevos, por lo que se produce un desfase entre lo que el espectador observa en pantalla y lo que le transmite la voz en off del locutor. El objetivo de estos cambios es claramente humorístico. La lista de patrocinadores es, en realidad, una parodia de empresas reales a las que se les ha modificado el nombre levemente para crear juegos de palabras. Por miedo a que el público español no reconozca los dobles sentidos que aparecen en la versión argentina, en la adaptación para España se han eliminado algunas de estas empresas y se han añadido otras como Trolex, Don Pepiñón, Hotel Jiliton, Eau de Potage, Hello Freaki, o Nitela. También se han introducido algunos cambios en los nombres de algunos jugadores del equipo local cuando estos tenían algún apodo que podía plantear alguna dificultad de comprensión. Esto es lo que ha sucedido con Vicente, el Laucha. Este apodo (que procede de la lengua mapuche y se utiliza en Argentina para presentar a una persona como astuta) resulta desconocido para la mayoría de hablantes españoles, de ahí que en el doblaje español el personaje se llame Vicente, el deditos (debido a su habilidad para robar). Por razones similares, se ha eliminado de la versión española el gentilicio “cordobés”, ya que en *Metegol* es utilizado para nombrar a un jugador de la ciudad argentina de Córdoba (que se expresa con el característico acento de esta ciudad). De haberse mantenido este gentilicio en *Futbolín*, los espectadores podrían haberse confundido con la Córdoba española. Por eso, durante la retransmisión del partido, cuando el locutor dice: “Pase sorpresivo para el cordobés Melenas”, en el doblaje español se escucha: “Pase por sorpresa al mágico Melenas”.

---

8 España no ha sido el único país hispanohablante que ha hecho este uso nacionalista del doblaje. Más recientemente, en 2013, durante la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner, entró en vigor en Argentina el decreto reglamentario 933/13, que dispone que el doblaje de programas, películas, series y telefilms exhibidos en este país deberá ser realizado por actores y locutores argentinos “en idioma castellano neutro, según su uso corriente [en Argentina], pero comprensible para todo el público de América hispanohablante”. La ley señala igualmente que el doblaje deberá estar a cargo de actores que se hayan formado en centros acreditados por el Estado argentino.



En ocasiones, se han sustituido por sinónimos algunas palabras que en España tienen, por razones políticas, connotaciones que se han considerado inadecuadas con el tono de la película. Así, cuando el Capi quiere elogiar a un jugador rival, dice de él que “es un gran *caudillo*”. Debido a que el público español podría asociar este apelativo con la figura del dictador Francisco Franco, en el doblaje para España la frase ha sido modificada: “Es un gran capitán”.

Otro ejemplo de la adaptación de *Metegol* a la realidad sociolingüística española lo encontramos en el tratamiento de las variedades dialectales. En la versión argentina de la película algunos personajes secundarios se expresan en una variedad del español distinta del estándar rioplatense (que es la empleada por los protagonistas). Se trata de una estrategia humorística a la que se recurre con frecuencia en el cine de animación de los últimos años. En no pocas películas para niños, los actores que doblan a algunos personajes imitan ciertos acentos de forma estereotípica<sup>9</sup>. *Metegol* se suma a esta tendencia de utilizar los acentos para hacer reír. Además de recurrir a acentos extranjeros (coreano y ruso, concretamente), también pone en boca de algunos jugadores ciertas variedades diatópicas de la lengua española: el Capi tiene un claro acento porteño (e incluso utiliza expresiones lunfardas que no se oírían en otras provincias argentinas, como “¿qué tul?”); otro de los jugadores se expresa con acento caribeño; otro, con acento cordobés; y uno de los ancianos del bar de Amadeo utiliza el castellano de España. En la versión española de la película se han mantenido los acentos extranjeros de los jugadores coreano y ruso (y se ha añadido el acento inglés a uno de los personajes), y también se ha respetado, obviamente, el acento español del anciano (aunque, como es lógico, el efecto que buscaban los guionistas argentinos no se mantiene en la película española: mientras que en *Metegol* se trata de una variante ajena a la de los protagonistas con la que se pretende llamar la atención de los espectadores argentinos, en *Futbolín* este acento español pasa desapercibido, pues se diluye entre los demás personajes que también se expresan en el castellano peninsular).

Para conservar este uso humorístico de las variedades dialectales, en la versión española se ha optado en ocasiones por adaptarlas a dialectos de España. El personaje que en *Metegol* habla con acento cordobés se expresa en *Futbolín* en un marcado andaluz:

*Metegol*: No, querida, mi amor, anda acá al lado a jugá a lah muñequitah que están buena.

9 Un caso muy llamativo es el de *Hotel Transilvania*: en el doblaje español de la película aparecen algunos personajes que hablan con marcado acento andaluz, cubano, argentino, etc. También hemos observado esta estrategia en producciones de animación española, como *Planet 51* o *Tadeo Jones*, por citar solo algunos ejemplos.

*Futbolín*: No, shiquilla, mi arma, vete ahí a tirarle a lah muñequitah, que son mu monah. Tú dile que vah de parte der melenah, anda.

Una vez más, vuelve a utilizarse el español meridional para provocar risas en los espectadores, lo cual no solo es un reflejo del estigma social que padece este dialecto, sino que también contribuye a afianzarlo al reforzar la asociación que muchos hablantes establecen entre esta variedad y cierto tipo de personajes. También resulta interesante que en la versión española se haya optado por conservar el acento argentino del personaje que se expresa de manera más prolija, de forma grandilocuente y con aires de grandeza, suscribiendo así algunos de los prejuicios que sobre los argentinos existen en España. Siguiendo la terminología propuesta por Irvine y Gal, podría hablarse, en este último caso, de un proceso de *iconización*, en la medida en que “linguistic features that index social groups or activities appear to be iconic representations of them, as if a linguistic feature somehow depicted or displayed a social group inherent nature or essence” (Irvine y Gal, 2000: 37).

En no pocas ocasiones, aprovechando algunos silencios en el guion, se han añadido en el doblaje español intervenciones humorísticas que no figuraban en la versión argentina. Por ejemplo, en la escena en la que Amadeo acude al basurero para buscar a los jugadores del futbolín, se añade el siguiente diálogo (en el que se sobrentiende una velada alusión al dopaje dirigida al público adulto):

Amadeo: Esto va a ser como encontrar una aguja en un pajar.

Capi: Una aguja para qué. Eh, nada de jugar sucio. Y hablando de sucio, esto parece el banquillo de los lisos [los adversarios].

En la retransmisión del partido de fútbol de la escena final se observan igualmente numerosos añadidos en el doblaje español. Nos interesan especialmente dos de ellos, pues nos ofrecen los ejemplos más reveladores de la estrategia de apropiación que subyace en el doblaje de *Metegol*. Cuando el equipo local consigue marcar un gol contra todas las expectativas, el locutor que está retransmitiendo el partido lanza de forma exaltada (TCR: 1:28:23) un grito que remite claramente a la frase que José Antonio Camacho, ex seleccionador nacional, exclamó cuando Andrés Iniesta marcó el gol que le permitió a España ganar en 2010 la Copa Mundial de Fútbol de Sudáfrica: “¡Iniesta de mi vida!”. Este grito de júbilo se ha hecho famoso entre los aficionados españoles, quienes lo asocian con el triunfo de su equipo nacional. En esta misma escena, cuando los jugadores locales van ganando seguridad en sí mismos y empiezan a dominar el juego, el locutor dice en la versión argentina de la película: “¡Cómo toca este equipo!”. Sin embargo, en el doblaje español se escucha: “Esto es un tiquitaca”. El término *tiquitaca* se popularizó en España cuando el periodista deportivo Andrés Montes lo utilizó en los mundiales de 2006 para elogiar el juego de la selección española, basado en pases cortos y precisos gracias a la técnica de los jugadores. Tanto la frase de José Antonio Camacho como la expresión *tiquitaca* son dos referencias

futbolísticas que para los espectadores españoles remiten inmediatamente a su selección nacional. La reescritura del guion original crea, pues, una nueva red intertextual en el polo de llegada que contribuye a reforzar la vinculación sentimental entre la audiencia española y los protagonistas de la historia. Estos dos añadidos se suman al resto de modificaciones lingüísticas ya comentadas y contribuyen a *españolizar* la película: se trata, en última instancia, de que el público español de *Fútbolín* se identifique con el equipo local como si este fuera su selección nacional. En aras de este objetivo, los productores españoles han recurrido a otra estrategia: la voz del locutor que retransmite el partido de fútbol es la de Matías Prats Chacón, un periodista deportivo hijo y nieto de dos de los locutores que en el imaginario colectivo español se asocian con las narraciones futbolísticas de la selección nacional (Matías Prats Luque y Matías Prats Cañete).

## 5. Conclusiones

La tradicional estrategia de doblar las películas hispanoamericanas al castellano peninsular o al español neutro se fundamenta en la creencia de ciertos productores de que los hablantes de la lengua española no aceptan de buen grado otras variedades dialectales distintas de las suyas. Lo cierto es que, hasta donde llega nuestro conocimiento, se trata de una creencia que nunca se ha demostrado de forma objetiva. Una de las dificultades a la hora de ponderar el peso de las variedades dialectales en la recepción del cine latinoamericano en España es que estos acentos del español en América no son recibidos de la misma forma en todas las regiones españolas. Esto es, al menos, lo que parece deducirse del diferente éxito que algunas películas cosecharon en su momento en función de la ciudad donde se hubieran estrenado. Así, *Casa de mujeres* (1968) tuvo una mala acogida en Madrid, pero se mantuvo más de un mes en el Cine Bécquer de Sevilla. La ciudad de Sevilla parece ser, en efecto, “una plaza tradicionalmente favorable al cine latinoamericano, si hemos de juzgar por el alto número de films estrenados en la misma antes que en cualquier otra capital española” (Elena, 1999: 235). No obstante, hemos de ser muy cautos a la hora de extraer conclusiones sobre la influencia de un posible choque dialectal en la recepción del cine latinoamericano en nuestro país, pues a los pocos datos cuantitativos de que disponemos actualmente sobre la evolución de este cine en cuanto a número de espectadores (el control de taquilla se instaura en España tardíamente, hay que esperar a 1965), hay que sumar la evidencia de que la buena o mala acogida de un film está influida por un cúmulo de factores difíciles de desentrañar.

Ahora bien, aunque sea de forma intuitiva (y a la espera de futuros estudios que confirmen o desmientan esta hipótesis), no creemos que las diferencias dialectales supongan un problema en la recepción española del cine latinoamericano, a juzgar por el éxito de algunos filmes que se han estrenado en las salas españolas sin necesidad de ser doblados en el estándar peninsular. El éxito tradicional de los seriales latinoamericanos entre los

espectadores españoles es otro dato que nos permiten respaldar esta hipótesis. Por otra parte, un repaso histórico nos demuestra que las principales modificaciones de las que han sido objeto las películas latinoamericanas para su distribución en España han estado más motivadas por una censura de corte político y sexual durante el periodo franquista que por cuestiones estrictamente lingüísticas (González Ballesteros, 1981: 213 y siguientes). La prueba de que los espectadores asumen cualquier convención lingüística es que las generaciones de españoles que vieron por primera vez las películas de Disney dobladas en español neutro han reaccionado con nostalgia cuando, a partir de los años noventa (concretamente en 1991, con el doblaje de *La bella y la bestia*), Disney empezó a doblar sus películas en español peninsular: según cuenta Alejandro Nogueras (director creativo de doblaje de Disney en España), no pocos espectadores rechazaron este doblaje en el castellano de España porque añoraban el español neutro que asociaban a los dibujos animados de su infancia (*El País*, 27 de noviembre de 2017).

Solo en contadas ocasiones las diferencias diatópicas pueden suponer realmente un problema de comprensión para los hablantes de otros dialectos. Es cierto que en algunas películas en las que los personajes se apartan del registro formal y emplean coloquialismos o vulgarismos con una pronunciación muy marcada, los espectadores pueden experimentar ciertas dificultades para captar la totalidad de los diálogos, pues es justamente en estos niveles de lengua coloquial y vulgar donde las diferentes variedades más se distancian unas de otras. No obstante, estas dificultades no tienen por qué resolverse forzosamente mediante el doblaje de los actores. El subtítulo es una opción válida que permite conservar la riqueza de la lengua española al mostrar a los espectadores la sonoridad de otros acentos, así como sus peculiaridades léxicas (la morfosintaxis es básicamente la misma en todas las variedades diatópicas, lo que garantiza la unidad de la lengua). Este es el caso, por ejemplo, de *La vendedora de rosas* (1998), del colombiano Víctor Gaviria, o de *La pérdida de los hombres* (2000), del mexicano Arturo Ripstein, que fueron subtítuladas en el castellano estándar para facilitar la comprensión de los diálogos<sup>10</sup>.

---

10 No obstante, aunque el subtítulo interdialectal se presente como una opción más respetuosa con las variedades diatópicas, subtítular una variedad lingüística a otra de la misma lengua admite igualmente una interpretación en términos de poder y marginación. En un documental de la BBC sobre el atleta Usain Bolt, las intervenciones en las que este se expresaba en un inglés con fuerte acento jamaicano aparecían subtítuladas en el inglés británico estándar. Para Lawson, este tipo de subtítulos dialectales “is inevitably most sensitive when it appears to be penalising some accented black speakers for failing to deliver their contributions in what used to be called the Queen’s or BBC English. [...] The problem with the practice of captioning some accents is that it automatically implies that these speakers are deviating from some commonly agreed standard of comprehensible pronunciation. And it is almost impossible to set that standard without class-based or potentially racist implications and, just as insultingly, assuming a common ear among the audience” (Lawson, 2012; citado en Díaz-Cintas, 2012).

Al doblar al castellano peninsular la película *Metegol*, se ha perdido la oportunidad de corregir la infrarrepresentación de la riqueza dialectal del español en la animación infantil, un género que ha sido acusado tradicionalmente de presentar una visión reduccionista y estereotípica de la realidad social y lingüística de las lenguas. Este sesgo a favor del estándar no solo se observa en la lengua española. Numerosos investigadores vienen denunciando desde hace décadas la homogeneidad que se observa en los personajes de este tipo de películas. Seggar y Wheeler (1973) o Gerbner y Signorelli (1979), por ejemplo, ya señalaron en su momento que la mayoría de personajes que protagonizaban tradicionalmente estas producciones cinematográficas eran hombres blancos, de manera que las mujeres, de forma general, y particularmente ciertas minorías étnicas, apenas estaban representadas en estas ficciones. Algo similar sucede si nos trasladamos al terreno de la diversidad lingüística. Desde el ámbito del análisis crítico del discurso, se ha señalado recientemente que los protagonistas de las películas de Disney tienden mayoritariamente a expresarse en la variedad estándar del inglés americano, mientras que el resto de variedades suelen utilizarse para caracterizar personajes malvados que se oponen a los deseos del héroe (Fine y Anderson, 1980; Dobrow y Gidney, 1998). Este uso de dialectos o acentos para caracterizar de forma estereotípica a los personajes de animación tiene evidentes repercusiones en la percepción de la pirámide de variedades sociales y geográficas por parte del público infantil. Existen estudios que demuestran que desde muy temprana edad los niños empiezan a desarrollar actitudes positivas o negativas hacia las variedades de sus lenguas maternas (Rosenthal, 1974; Mercer, 1977; Cremona y Bates, 1977; Kinzler y otros, 2009), y debido al elevado consumo de productos audiovisuales por parte de las nuevas generaciones, es lógico suponer que los estereotipos lingüísticos que aparecen en las películas infantiles influyen poderosamente en la configuración de estas preferencias. Lo mismo cabe decir en relación con la industria de animación nacional. Las escasas películas hispanas (en comparación con la ingente producción norteamericana) se realizan en el estándar peninsular, y las variedades dialectales aparecen solo como desvíos puntuales de dicho estándar con la función de caracterizar estereotípicamente personajes secundarios, o de introducir pinceladas cómicas. El empeño de Juan José Campanella de que su película fuera doblada originalmente en la variedad rioplatense (en lugar de optar por una única versión en español neutro que redujese costes y rentabilizase comercialmente la película) supone un intento de enriquecer lingüísticamente la animación hispana.

Al doblar *Metegol* al castellano peninsular, se contribuye a crear una frontera lingüística, es decir, se fomenta una diferenciación interna en el seno de la lengua española. Este tipo de doblajes, tal como se ha señalado en páginas precedentes, implica una *traducción* (especialmente cuando el doblaje no supone solo sustituir un acento por otro, sino también buscar equivalentes léxicos y adaptar referentes culturales). Los doblajes interdialectales de naturaleza domesticadora contribuyen simbólicamente a la fragmentación de la unidad lingüística del español, pues en lugar de presentar las variedades dialectales como distintas formas de realizar la lengua española, las reifican como realidades separadas que

exigen una mediación cultural para ser aceptadas por los demás miembros de la comunidad hispana. Aunque *Metegol* sea el resultado de un proyecto hispanoargentino, la naturaleza híbrida del equipo de producción no se ha trasladado al contenido lingüístico en la distribución de la película, pues los productores han preferido trazar una frontera nítida que separa tajantemente *Metegol* de *Futbolín*, en lugar de confiar en que los espectadores españoles sepan confrontarse lingüísticamente con lo diferente, esto es, con la riqueza dialectal de la comunidad hispana.

## 6. Bibliografía citada

ALABARCES, Pablo, 1998: "Fútbol y academia: recorrido de un desencuentro" en Pablo ALABARCES, Roberto DI GIANO y Julio FRYDENBERG (eds.): *Deporte y Sociedad*, Buenos Aires: Eudeba, 259-281.

ALABARCES, Pablo, 2006: "Tropicalismos y europeísmos en el fútbol. La narración de la diferencia entre Brasil y Argentina", *Revista Internacional de Sociología* 45, 67-82.

ARCHETTI, Eduardo, 1999: "Fútbol: imágenes y estereotipos" en Fernando DEVOTO y Marta MADERO (dirs.): *Historia de la vida privada en la Argentina*, Madrid: Taurus, tomo III, 227-253.

ÁVILA, Alejandro, 1997: *El doblaje*, Madrid: Cátedra.

BAKER, Mona, 2006: *Translation and Conflict: A Narrative Account*, New York / London: Routledge.

BALLESTER, Ana, 1995: *La política del doblaje en España*, Universitat de València.

BUNDIO, Javier Sebastián, 2018: "La construcción del otro en el fútbol. Identidad y alteridad en los cantos de las hinchadas argentinas", *Cuadernos de Antropología Social* 47, 195-212.

CABRÉ, M.ª Teresa, 1999: *La terminología. Representación y comunicación*, Barcelona: IULA-UPF.

CARRERA, Judith, y Lourdes LORENZO, 2008: "Variedades de español en subtitulación para sordos: análisis de casos y propuestas de marcadores" en Catalina JIMÉNEZ y Ana RODRÍGUEZ (eds.): *Accesibilidad a los medios audiovisuales para personas con discapacidad*, Madrid: Real Patronato sobre discapacidad, 79-89.

CARRERA, Judith, 2014: *Aproximación a la traducción translectal de un corpus audiovisual de películas hispanoamericanas*. Tesis doctoral, Universidad de Valladolid.

COLLINSON, Ian, 2009: "Singing Songs, Making Places, Creating Selves: Football Songs & Fan Identity at Sidney FC", *Transforming Cultures eJournal* 4 (1), 15-27.

CREMONA, Cristiana, y Elizabeth BATES, 1977: "The Development of Attitudes toward Dialect in Italian Children", *Journal of Psycholinguistics Research* 6 (3), 223-232.

DÍAZ-CINTAS, Jorge, 2012: "Clearing the Smoke to See the Screen: Ideological Manipulation in Audiovisual Translation", *Meta* 57 (2), 279-293.

DOBROW, Julia, y Calvin GIDNEY, 1998: "The Good, the Bad and the Foreign: The Use of Dialect in Children's Animated Television", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 557, 105-119.

DUROVICOVA, Natasa, 1992: "Translating America: The Hollywood Multilinguals (1929-1933)" en Rick ALTMAN (ed.): *Sound Theory / Sound Practice*, New York / London: Routledge, 138-153.

EDENSOR, Kizzi, 2009: "Dialect in Films: Examples of South Yorkshire Grammatical and Lexical Features from Ken Loach Films", *Dialectología* 3, 1-21.

ELENA, Alberto, 1999: "Avatares del cine latinoamericano en España", *Archivos de la Filmoteca* 31, 228-235.

ELENA, Alberto, 2005: "Cruce de destinos: intercambios cinematográficos entre España y América Latina" en Julio PÉREZ PERUCHA y Santos ZUNZUNEGUI (eds.): *La nueva memoria: Historia(s) del cine español (1939-2000)*, La Coruña: Editorial Vía Láctea, 332-376.

FINE, Marlene, y Carolyn ANDERSON, 1980: "Dialectic Features of Black Characters in Situation Comedies on Television", *Phylon* 41, 396-409

GERBNER, George, y Nancy SIGNORELLI, 1979: *Women and Minorities in Television Drama (1969-1978)*, Philadelphia: University of Pennsylvania.

GRIJELMO, Álex, 2019: "Algunos bulos solemnes", *El País*, 8 de abril de 2019 [[https://elpais.com/cultura/2019/01/08/actualidad/1546979782\\_501950.html?rel=mas](https://elpais.com/cultura/2019/01/08/actualidad/1546979782_501950.html?rel=mas), fecha de consulta: 6 de octubre de 2019].

GUEDES, Simoni L., 2002: "De criollos e capoeiras: notas sobre futebol e identidade nacional na Argentina e no Brasil", ponencia ante el XXVI Encontro Anual da ANPOCS, Caxambu (MG), 22 a 26 de octubre de 2002.

GONZÁLEZ BALLESTEROS, Teodoro, 1981: *Aspectos jurídicos de la censura cinematográfica en España*, Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

IANNI, Octávio, 2002: "Tipos e mitos do pensamento brasileiro", *Revista Brasileira de Ciências sociais* 49, 5-10.

IRVINE, Judith T., y Susan GAL, 2000: "Language Ideology and Linguistic Differentiation" en Paul V. KROSKRITY (ed.): *Regimes of Language: Ideologies, Politics, and Identities*, Santa Fe: School of American Research, 35-83.



KINZLER, Kathrine, y otros, 2009: "Accent trumps race in guiding children's social preferences", *Social Cognition* 27 (4), 623-634.

LAWSON, Mark, 2012: "When does subtitling risk becoming racially offensive?", *The Guardian* 19 de julio de 2012 [<http://www.guardian.co.uk/tv-and-radio/tvandradioblog/2012/jul/19/subtitling-risk-racially-offensive>, fecha de consulta: 14 de octubre de 2019].

MERCER, Gene V., 1977: *The Development of Children's Ability to Discriminate between Languages and Varieties of the Same Language*. Tesis doctoral, McGill University.

NOMDEDEU RULL, Antoni, 2004: *Terminología, fútbol y diccionarios: elaboración de un diccionario de especialidad para el gran público*. Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona.

ROSENTHAL, Marilyn S., 1974: *The Magic Boxes: Children and Black English*, Arlington: ERIC/CLL.

SANTAOLALLA, Isabel, 2007: "La hispanización del cine español" en Pohl BURKHARD y Jörg TÜRSCHMANN (eds.): *Miradas locales: cine español en el cambio de milenio*, Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert, 141-154.

SEGGAR, John, y Penny WHEELER, 1973: "World of Work on Television: Ethnic and Sex Representation in Television Drama", *Journal of Broadcasting* 17 (2), 201-214.

SHOCHAT, Ella, y Robert STAM, 1985: "The Cinema after Babel: Language, Difference and Power", *Screen* 26 (3-4), 35-38.