

Películas musicales para adolescentes: características y estrategias de traducción

Belén Cruz-Durán¹

Recibido: 22 de agosto de 2021 / Aceptado: 22 de octubre de 2021

Resumen. El público adolescente español consume diariamente producciones audiovisuales extranjeras frecuentemente dobladas a su lengua materna. Por ello, el presente estudio aporta una perspectiva general de las características de producciones audiovisuales juveniles y las estrategias de traducción llevadas a cabo durante el siglo XXI, centrando el estudio en películas para adolescentes cuyo contenido musical es parte intrínseca tanto de los personajes como de la trama. Los espectadores adolescentes, inmersos en una etapa de cambios, necesitan ser comprendidos y buscan refugio en la pantalla. Por ello, no solo la traducción de los diálogos, sino también la traducción de canciones, son clave en el correcto desarrollo de uno de los grupos de la población más exigentes.

Palabras clave: público adolescente; musical adolescente; traducción de canciones; traducción audiovisual; subtítulo; doblaje

[en] Music movies for teenagers: characteristics and translation strategies

Abstract. Teenagers have turned into the main consumers of audiovisual productions often dubbed in their mother tongue. For that reason, the present study provides a general perspective of the characteristics of teen audiovisual productions and the translation strategies used during the 21st century, with a focus on the analysis of American teen music productions, whose music content is crucial for both the plot and characters. Teen spectators, who are going through certain stages of development and changes, need to be understood and, therefore, seek comfort in their screens. For that reason, not only the translation of dialogue exchanges, but also song translation is essential in the proper development of one of the most challenging groups of the current population.

Keywords: teen music movies; teen movies; song translation; audiovisual translation; dubbing; subtitling

Sumario. 1. Introducción. 2. Metodología. 3. La traducción audiovisual: el doblaje y el subtítulo. 4. La traducción de géneros audiovisuales destinados al público juvenil. 5. Grupos de destinatarios dentro del público juvenil. 6. Impacto y significado de la música en la trama. 7. Impacto y significado de la música en los personajes. 8. Música y fenómeno fan. 9. Estrategias de traducción de canciones aplicadas a producciones musicales estadounidenses destinadas al público adolescente. 10. Conclusión

Cómo citar: Cruz-Durán, B. (2022). Películas musicales para adolescentes: características y estrategias de traducción. *Estudios de Traducción*, 12, 173-184.

1. Introducción

Las producciones audiovisuales musicales destinadas al público juvenil tal como se conocen hoy en día tienen su origen en las primeras producciones de Hollywood dirigidas especialmente a destinatarios jóvenes en la década de los cincuenta. Precisamente, los primeros indicios de la también llamada cultura adolescente o *teenage culture* en Occidente empezaron a surgir al incrementarse el número de jóvenes con “increasing amounts of disposable income and leisure time” (Neale 2007: 367). Esta nueva necesidad de consumo por parte de los receptores más jóvenes abría las posibilidades de creación de un nuevo mercado cinematográfico y de entretenimiento enfocado principalmente a este sector de la población (García-Muñoz y Fedele 2011: 135; Neale 2007: 367-368).

A día de hoy, los adolescentes cuentan cada vez con más protagonismo en las producciones audiovisuales y la aparición de películas cuya finalidad principal es satisfacer las necesidades de unos destinatarios tan difíciles de complacer va en aumento. Por ello, los receptores adolescentes de producciones audiovisuales dobladas al español son

¹ Universidad de Málaga
belencruzdurán@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7828-1100>

un colectivo que necesita seguir siendo analizado y estudiado de cerca debido a los diferentes retos que plantea. La adolescencia representa una etapa de cambios, en las que se construyen valores e identidades propias del individuo, tanto dentro como fuera de la sociedad. Por tanto, las producciones audiovisuales que se les ofrecen a los receptores jóvenes españoles (especialmente aquellos con edades comprendidas entre los 10 y los 19 años de edad) son claves en su proceso de desarrollo hacia la edad adulta (García-Muñoz y Fedele 2011: 138).

El presente trabajo se ha realizado con el objetivo de profundizar en las características especiales que plantea este grupo de receptores, además de seguir profundizando acerca de la traducción para el doblaje de producciones audiovisuales musicales en la primera década del siglo xx. La traducción musical y, especialmente, la traducción de canciones en producciones audiovisuales dirigidas al público adolescente, es un campo de trabajo poco explorado. Por ello, el presente artículo no pretende más que dar una visión general que, se espera, ayude a otros investigadores a seguir interesándose en este campo de la traducción audiovisual.

2. Metodología

El corpus de la presente investigación se compone de 20 películas que han sido el resultado de una búsqueda, revisión y delimitación exhaustiva que atiende a los parámetros detallados a continuación.

En primer lugar, se han seleccionado películas² estadounidenses musicales fechadas entre el 2001 y el 2010. Para acotar el corpus, aparte de las búsquedas detalladas por descriptores generales (temática, género, año, etc.), también se ha tenido en cuenta que las producciones contuvieran en sus descriptores el indicador *música*, aunque no estuvieran marcadas específicamente como *películas musicales*. Se ha considerado como película objeto de estudio si, en al menos una de las fuentes utilizadas (eldoblaje.com 2019: en línea; FilmAffinity-MovieAffinity 2019: en línea; IMDb 2012: en línea), se la ha clasificado como *musical* o si ha utilizado el indicador *música* como descriptor en su ficha³. Quedan excluidas, por tanto, películas coproducidas entre Estados Unidos y otros países.

En segundo lugar, las películas seleccionadas están protagonizadas principalmente por adolescentes preuniversitarios (de 12 a 18 años aproximadamente). Esta delimitación permite, por un lado, acotar el corpus a un número abaricable de producciones y, por otro, analizar el contexto cultural en el que se enmarca desde dos puntos de vista: los adolescentes como receptores finales y, a la vez, como protagonistas de las escenas de las producciones elegidas.

Por último, todas las películas elegidas han sido contrastadas a partir de tres fases. En primer lugar, se han seleccionado la temática y género descritos en la web FilmAffinity España (2019: en línea) por considerarse la “base de datos de películas más importante y completa de cine en español de Internet, conocida por ser referencia en consulta de puntuaciones medias y críticas de usuarios de cada una de sus películas y series”. Posteriormente, se ha proseguido la búsqueda en la web IMDb (2012) debido a su carácter internacional: “IMDb is the world’s most popular and authoritative source for movie, TV and celebrity content”. De esta forma, se ha ampliado la información recogida en la web FilmAffinity España (2019). Finalmente, se ha contrastado toda la información de cada producción con la web eldoblaje.com (2019), “la base de datos de recursos sobre el doblaje en España”, y en webs de compra en línea, tales como Amazon.com (2021) o CeX (2021), así como en videotecas a nivel nacional.

3. La traducción audiovisual: el doblaje y el subtítulo

Según Bettetini (en Ávila 2009: 78), “traducir significa, en primera instancia, tomar el sentido de un enunciado y después reproducirlo en otro enunciado, por la forma significativa distinta respecto a la del primero”. Si ese enunciado es recibido a través de dos canales (el visual y el acústico), posee una presencia significativa de elementos no verbales, existe una sincronización entre elementos verbales y no verbales, se transmite a través de la pantalla (material reproducible) y cuenta con secuencias predeterminadas de imágenes y sonido (material grabado), se estará concretamente definiendo al texto audiovisual en sí (Sokoli 2004: 272).

Hurtado Albir (2017: 77) afirma que por *traducción audiovisual* se entiende la traducción para cine, TV o vídeo de textos audiovisuales de todo tipo en varias modalidades: voces superpuestas, doblaje, subtítulo e interpretación simultánea de películas. En la traducción audiovisual, el código visual no varía, ya que es el código lingüístico el que se traduce. Sin embargo, aunque su objeto de traducción sea el código lingüístico, también está condicionada por otros códigos, de ahí que se haya considerado desde sus inicios como una modalidad de traducción subordinada. Por otro lado, su código lingüístico se caracteriza por ser un modo oral, más o menos espontáneo y, por tanto, la traducción audiovisual queda marcada por la dominante de modo (Hurtado Albir 2017: 77-78).

² El presente estudio solo ha tenido en cuenta películas (largometrajes no animados completos) en las que las canciones sirven de hilo conductor de la trama y son consistentes a lo largo de cada producción. Quedan excluidas, por tanto, las producciones audiovisuales que no entran dentro de esta descripción (por ejemplo, series, conciertos, documentales, cortos, vídeos promocionales, etc.).

³ Se destaca como excepción *Un paseo para recordar* (Shankman 2003), que no estaba clasificada como *música* o *musical* en ninguna de las fuentes mencionadas en la fecha en la que se realizó la delimitación del corpus. Sin embargo, la autora de este trabajo ha creído conveniente incluirla por considerarla un producto musical en el que las canciones forman parte de la trama.

En el presente trabajo nos centramos en dos de las modalidades predominantes: el doblaje (sustitución de una banda sonora original por otra) y el subtítulo (en este el subtítulo el texto original no se altera, pero se le añade un texto escrito —los subtítulos— que son emitidos simultáneamente a las intervenciones en pantalla) (Hurtado Albir 2017: 78-79).

4. La traducción de géneros audiovisuales destinados al público juvenil

Cuando se interpretan mensajes durante el proceso traductor, hay que ser consciente de las relaciones que se establecen entre los diferentes elementos que conforman el texto audiovisual, ya que pueden aparecer simultáneamente, a continuación o con posterioridad en el mensaje que se está traduciendo. Entre las relaciones que se deben tener en cuenta entre los elementos del texto audiovisual se destacan aquí las relaciones de complementariedad y separabilidad (Zabalbeascoa 2001: 121-122, 2003: 315 y 2008: 29-30).

Por un lado, las relaciones de complementariedad se dan cuando los elementos verbales, no verbales, gráficos o acústicos, cualesquiera sea su combinación, dependen unos de otros y no pueden separarse sin perder la función para la que están diseñados en su conjunto. Por otro, las relaciones de separabilidad aparecen cuando alguno de los elementos del texto audiovisual puede funcionar (más o menos correctamente) de manera autónoma y separadamente del resto de elementos por el que fue creado en un origen.

“Admitimos que el texto audiovisual prototípico es el que emplea todos sus signos de tal manera que forman un entramado que es el que da coherencia al texto, y se hace imposible, desde este punto de vista, analizar ningún elemento separado de los demás componentes textuales” (Zabalbeascoa 2001: 120). Cuando Zabalbeascoa utiliza el concepto de separabilidad se refiere a que una de las partes resultantes de esa separación pueda funcionar de forma autónoma, aunque no deje de ser un texto “mutilado” o “incompleto” (2001: 121). Un ejemplo sería consumir la banda sonora de una película musical sin ver las actuaciones en pantalla, simplemente para disfrutar de los elementos acústicos —verbales y no verbales— dejando de lado a los elementos gráficos. Al separarse el componente acústico del gráfico, el destinatario solo disfrutaría de una parte del conjunto, pero dicha parte tendría una función independiente y constituiría un nuevo texto con una función propia a la del texto audiovisual original. De esta manera, el traductor puede plantearse utilizar diferentes tipos de compensación traductológica (Zabalbeascoa 2001: 123). Por ejemplo, subtítular la letra de las canciones en pantalla en producciones musicales (se compensan los elementos acústicos por los gráficos).

En relación con la traducción de acuerdo con los géneros audiovisuales, el presente estudio parte además del trabajo presentado por Agost (1999: 27-31), que incluye a las películas dentro de los géneros dramáticos. Estos textos audiovisuales cuentan con un foco contextual dominante narrativo y un foco secundario expresivo, rasgos a tener en cuenta en su traducción (tanto para doblaje como subtítulo).

Teniendo en cuenta lo descrito, se presenta una propuesta de clasificación de productos musicales audiovisuales teniendo en cuenta tres aproximaciones de género en relación con las producciones musicales destinadas al público juvenil:

- Géneros cinematográficos y televisivos (Schatz 1981; Altman 2000; Creeber 2001, 2015): engloba películas y series cuya trama gira en torno a una temática específica, como el drama (de acción, romántico, de época, de aventuras, de fantasía, de ciencia-ficción, policiaco, etc.), la comedia (de situación o *sitcoms*, romántica, estudiantil, etc.), el documental o el musical.
- El musical como género independiente (Altman 1989, 2000; Olarte 2005, 2009): un producto audiovisual se considera musical en el momento en el que la música diegética forma parte de la trama, diferenciándose así de la música extradiegética, que puede simplemente aparecer para crear ambiente o dar emoción a la escena (De Lucas 2017: en línea; Desblache 2019: 234; Franzon 2005: 271). Altman (1989: 126-128) y Olarte (2009: 495-220) presentan los siguientes subgéneros dentro del musical clásico⁴:
 - o El cuento de hadas (*fairy tale musical*): producciones de gran expresividad en las que “la utopía es la reina de la narración” (Olarte 2005: 119), con finales felices y protagonistas que crean un cuento de hadas utópico que sirve como excusa para huir del contexto que les rodea (Altman 1989: 126-127).
 - o El musical dentro del musical (*show musical*): producciones cuyas canciones siempre son diegéticas, poniendo en relieve principalmente “the stage illusion” (Altman 1989: 127).
 - o El musical populista (*folk musical*): producciones cuyo argumento contiene temas cercanos al destinatario, cuyos “protagonistas son gente corriente, con vidas habituales, y sobre cuya base se puede escribir ya una comedia, un drama o lo que el guionista quiera conseguir” (Olarte 2005: 9-10).
 - o El musical de hoy en día (*nowadays musical*): producciones que dan mayor importancia a personajes femeninos como protagonistas y que tratan la problemática adolescente en particular. Aquí, se presenta

⁴ Nótese que Altman (1989 y 2000) hace su clasificación basándose en los musicales clásicos estadounidenses recopilados desde 1927 hasta 1983 (1989: 372-378).

la “encrucijada de una generación cuyos padres han sido [de] la generación del mayo del 68 [y] que [han] probado todo, y [...] quieren otras experiencias y otros modelos de comportamiento para sus hijos” (Olarte 2009: 497).

- Las producciones audiovisuales juveniles como género independiente (Fedele y García-Muñoz 2010; García-Muñoz y Fedele 2011; Guarinos 2011; Moseley 2001: 41-43 y 2015: 38-43): producciones audiovisuales de ficción protagonizadas por personajes adolescentes y dirigidos en concreto al público juvenil. Cuentan con dos subgéneros diferenciados: películas para adolescentes (*teen movies* y *teen TV movies*) y series para adolescentes (*teen series*).

Teniendo en cuenta estas aproximaciones de género, y debido a que en la actualidad “[y]et little is known regarding the importance that music lovers give to lyrics and how much they focus when listening to vocal music. No large-scale survey exists of audiences’ opinions concerning how much they value information on popular music concerts and lyrics provision or their translation” (Desblache 2021: 56), este estudio se centra en las estrategias de traducción de canciones de 20 producciones audiovisuales dobladas al español donde las canciones cobran especial protagonismo tanto en la trama como en la caracterización de los personajes. Teniendo en cuenta la literatura previamente presentada, se han clasificado estas películas en dos grupos principales (véase Tabla 1)⁵: *teen music movies*, o películas musicales destinadas al público juvenil creadas para ser emitidas originalmente en los cines; y *teen music TV movies*, películas musicales destinadas al público juvenil creadas para ser principalmente emitidas en televisión.

Tabla 1. Películas musicales audiovisuales estadounidenses destinadas al público juvenil traducidas al español en el siglo XXI [Fuente: elaboración propia]

Nº	Título en versión doblada al español	Título en versión original	Año de estreno en España
<i>Teen music movies</i>			
1.	<i>Casi famosos</i>	<i>Almost Famous</i>	2001
2.	<i>Espera al último baile</i>	<i>Save the Last Dance</i>	2001
3.	<i>Crossroads: hasta el final</i>	<i>Crossroads</i>	2002
4.	<i>Un paseo para recordar</i>	<i>A Walk to Remember</i>	2003
5.	<i>Lizzie Superstar</i>	<i>The Lizzie McGuire Movie</i>	2003
6.	<i>Dirty Dancing 2</i>	<i>Dirty Dancing: Havana Nights</i>	2004
7.	<i>Quiero ser superfamosa</i>	<i>Confessions of a Teenage Drama Queen</i>	2004
8.	<i>Bailando (Step up)</i>	<i>Step Up</i>	2006
9.	<i>Hairspray</i>	<i>Hairspray</i>	2007
10.	<i>High School Musical 3: Fin de curso</i>	<i>High School Musical 3: Senior Year</i>	2008
<i>Teen music TV movies</i>			
1.	<i>Chicas Guepardo: todo por un sueño</i>	<i>The Cheetah Girls</i>	2003
2.	<i>Cheetah Girls 2</i>	<i>The Cheetah Girls 2</i>	2006
3.	<i>High School Musical</i>	<i>High School Musical</i>	2006
4.	<i>Escucha mi voz</i>	<i>Raise Your Voice</i>	2007
5.	<i>High School Musical 2</i>	<i>High School Musical 2</i>	2007
6.	<i>Una cenicienta moderna 2</i>	<i>Another Cinderella Story</i>	2008
7.	<i>Camp Rock</i>	<i>Camp Rock</i>	2008
8.	<i>The Cheetah Girls: un mundo</i>	<i>The Cheetah Girls: One World</i>	2008
9.	<i>Hannah Montana: La película</i>	<i>Hannah Montana: The Movie</i>	2009
10.	<i>Camp Rock 2: The Final Jam</i>	<i>Camp Rock 2: The Final Jam</i>	2010
Total de producciones estudiadas			20

⁵ Debido a que en ocasiones los límites entre lo que se considera películas y series musicales y/o películas y series con contenido musical son difusos, se ha preferido el adjetivo *music* (IMDb 2012; Abrams 2015; Nicolaou 2019) en lugar de *musical* en la denominación de las categorías.

5. Grupos de destinatarios dentro del público juvenil

Debido a que cada persona es única en su desarrollo y los seres humanos no alcanzan la madurez en un momento en concreto, no es simple dar una edad en particular para acotar el grupo de destinatario considerado como público juvenil. Algunos estudios especializados apuntan a que la juventud es la etapa de la vida comprendida entre los 15 y los 29 años de edad, e incluso puede llegar hasta los 40 años “de forma metafórica” (Guarinos 2009: 204). Actualmente, vivimos en una sociedad que cuenta con periodos de formación cada vez más prolongados y con un acceso al mercado laboral más tardío, lo que provoca a su vez un mayor retraso a la hora de que los individuos puedan emanciparse de la familia y, *por ende*, “la juventud se ve alargada” (Guarinos 2009: 204).

Por otro lado, no se concibe la juventud sin la adolescencia, entendida como aquellos años en la vida de toda persona que oscilan entre la inocencia del niño y la madurez del adulto (Neale 2007: 367), aunque no existe un consenso generalizado en cuanto al compendio de años que comprende. Si bien es verdad que muchos autores conciben la adolescencia como el periodo de años comprendido entre los 12 y 18 años (Guarinos 2011: 39; Espinosa, Ochaita y Gutiérrez 2014: 181-182); UNICEF (2020: en línea) aumenta este grupo de edad desde los 10 hasta los 19 años, distinguiendo tres etapas diferenciadas: adolescencia temprana (10-13 años), adolescencia mediana (14-16 años) y adolescencia tardía (17-19 años).

Por tanto, para nuestros propósitos se ha creído conveniente realizar una clasificación más detallada distinguiendo entre los dos grupos principales de destinatarios a los que las producciones musicales audiovisuales estadounidenses dobladas al español en el siglo XXI están dirigidas (véase Tabla 2).

En el grupo de destinatarios 1 se enmarcan los preadolescentes, adolescentes en etapa temprana o *tweens*, cuya edad oscila entre los 10 y los 13 años. Se caracterizan principalmente por sus marcados rasgos infantiles, aunque es cierto que sus gustos empiezan a cambiar (comienzan a interesarse por tramas más románticas, buscan un mayor individualismo, etc.). Su aún temprana edad, sin embargo, les impide disfrutar de productos audiovisuales que aborden temas más complejos como el sexo o las drogas (Fedele y García-Muñoz 2010: 4; Guarinos 2011: 39; Sørenssen 2018: 214-222).

En el grupo de destinatarios 2 se encuentran los adolescentes en etapa media y tardía o *teens/teenagers*, con una edad que oscila entre los 14 a 19 años. Se caracterizan por ser en su mayoría jóvenes en conflicto con problemas de autonomía, identidad, personalidad, independencia o madurez (Neale 2007: 367-368); temáticas con las que, por tanto, se verán identificados más tarde en pantalla (García-Muñoz y Fedele 2011: 136). Normalmente, estos destinatarios son fácilmente influenciados y necesitan pertenecer a algún grupo social reconocible: “La necesidad de sentirse en el endogrupo lleva al adolescente a consumir el mismo tipo de series, canciones, libros y otros productos de marca o moda para poder mantener conversaciones y sentirse aceptado, parte de un todo con el que se identifica” (Guarinos 2011: 39).

Tabla 2. Clasificación de las películas según el grupo de destinatarios dentro del público juvenil [Fuente: elaboración propia]

Nº	Título en versión doblada al español	Grupo 1	Grupo 2
<i>Teen music movies</i>			
1.	<i>Casi famosos</i>		x
2.	<i>Espera al último baile</i>		x
3.	<i>Crossroads: hasta el final</i>		x
4.	<i>Un paseo para recordar</i>		x
5.	<i>Lizzie Superstar</i>	x	
6.	<i>Dirty Dancing 2</i>		x
7.	<i>Quiero ser superfamosa</i>	x	
8.	<i>Bailando (Step up)</i>		x
9.	<i>Hairspray</i>		x
10.	<i>High School Musical 3: Fin de curso</i>	x	
<i>Teen music TV movies</i>			
1.	<i>Chicas Guepardo: todo por un sueño</i>	x	
2.	<i>Cheetah Girls 2</i>	x	
3.	<i>High School Musical</i>	x	
4.	<i>Escucha mi voz</i>		x
5.	<i>High School Musical 2</i>	x	
6.	<i>Una cenicienta moderna 2</i>	x	
7.	<i>Camp Rock</i>	x	
8.	<i>The Cheetah Girls: un mundo</i>	x	
9.	<i>Hannah Montana: La película</i>	x	
10.	<i>Camp Rock 2: The Final Jam</i>	x	
Total		12	8

6. Impacto y significado de la música en la trama

Los temas tratados en las producciones audiovisuales musicales traducidas al español destinadas al público juvenil durante el siglo XXI están intrínsecamente ligados a los cambios que los adolescentes experimentan en su camino a la madurez, tanto a nivel físico, psicológico y/o conductual (García-Muñoz y Fedele 2011: 138; Guarinos 2011: 44). A modo de síntesis, los adolescentes sufren tres pérdidas principales en esta fase de transformación: la del cuerpo infantil (nivel físico e iconográfico), la del rol de niño (nivel psicológico) y la de la figura de los padres (nivel conductual y relacional), según confirman autores como Guarinos (2011: 41-44). Esta misma autora también ofrece una aproximación a los tres niveles de pérdidas del adolescente y relaciona dichas pérdidas con las diferentes tramas presentadas en estas producciones audiovisuales como se analiza a continuación:

- Nivel físico e iconográfico: aunque la pubertad da lugar a que surja mayor inseguridad sobre la apariencia física, la belleza exterior no se hipertrofia en estas producciones y se le da, en cambio, más valor a la belleza interior. Por ello, se hace en un mayor énfasis en los valores de amistad, superación personal y esfuerzo por conseguir metas. Las tramas en las que la belleza física se exagera, sin embargo, “forman parte de la iconografía propia de las villanas” (Guarinos 2011: 41).
- Nivel psicológico: son tramas diseñadas para que “triunfe la justicia y el mérito personal basado en el trabajo duro y la superación de uno mismo” (Guarinos 2011: 43). Es común que la trama adolescente se vea ambientada en dos escenarios principales: el instituto y el hogar familiar, en donde la habitación del adolescente cobra un papel importante. Por un lado, el instituto es lugar de confrontación, humillación o deseo (pasillos, taquillas, aulas...), además de un lugar para “the performance and elaboration of key character types and behaviours” (Moseley 2015: 39), como la cafetería. Por otro lado, la habitación del adolescente es de vital importancia: la búsqueda de identidad “is expressed in conversation, action and the *the mise en scène*: band posters on the walls, diegetic and non-diegetic music, books, clothing and other accoutrements of teenage life” (Moseley 2015: 39). Finalmente, los espacios compartidos del hogar familiar se aprovechan para que las relaciones familiares se desarrollen con más intensidad y surjan posteriores conflictos integrados en la trama (Moseley 2015: 39).
- Nivel conductual y relacional: si bien es verdad que las tramas especialmente dirigidas a los destinatarios del grupo 1 proyectan argumentos en los que el “sexo, la homosexualidad, la delincuencia, el alcohol o las drogas” (Guarinos 2011: 43) no tienen cabida por considerarse temas tabú, en las producciones dirigidas a los destinatarios del grupo 2 resultan todo lo contrario. En las producciones dirigidas al grupo 1 predominan temas inocentes relacionados con “la amistad entre compañeros de instituto o vecinos o las relaciones de familia, el primer amor y las travesuras arriesgadas” (Guarinos 2009: 208), mientras que en las destinadas al grupo 2 se focalizan principalmente en los dramas adolescentes (*teen drama*): problemas de identidad, amor, sexo y romance, sexualidad, grupos sociales dentro del instituto, estereotipos y/o relaciones familiares más profundas (García-Muñoz y Fedele 2011: 133; Moseley 2015: 38-43). Además, el simple hecho de ser adolescente se percibe como un problema en sí mismo, “as a figure both troubled and troubling and in need of education and guidance” (Moseley 2015: 42).

En estas producciones, el elemento musical es esencial para que la trama se pueda desarrollar coherentemente en los diferentes niveles mencionados. De ahí que cobre un gran protagonismo en la historia que se está desarrollando y se utilicen las canciones “as a means of self-expression” (Moseley 2015: 42). En la mayoría de los casos, incluso se podría afirmar que las canciones son el elemento conductor de la trama narrativa (Altman 1989: 107-109; Olarte 2005: 111).

7. Impacto y significado de la música en los personajes

Las producciones musicales audiovisuales estadounidenses destinadas al público juvenil en el siglo XXI incorporan un gran número de clichés (Sørenssen 2018: 221). En lo que respecta a la caracterización de los personajes masculinos y femeninos, estos estereotipos resultan especialmente reseñables:

[E]l paso a la preadolescencia se da hacia ambientes lujosos, ya no regios, y hacia la belleza interior, como bondad, al valor de la belleza ética de la superación de uno mismo y la amistad en limpia competitividad, al menos a simple vista. Se pasa de las brujas a las malas y de los príncipes de sangre azul a los galanes. (Guarinos 2011: 41)

Si bien es cierto que las producciones musicales juveniles actuales son herederas directas de las películas musicales clásicas (Altman 1989: 126-128; Olarte 2009: 495-498), aun así presentan temáticas contemporáneas y cercanas al receptor final del siglo XXI. Esta actualización en los argumentos planteados ha supuesto la aparición de personajes masculinos diferentes al actor-bailarín en torno al que se diseñaron y crearon muchos de los musicales clásicos a partir de los años veinte, con actores como Fred Astaire o Gene Kelly, protagonistas de clásicos como

Ritmo loco (*Shall We Dance?*, Mark Sandrich, 1937) y *Cantando bajo la lluvia* (*Singin' in the Rain*, Gene Kelly y Stanley Donen, 1952) respectivamente (Schatz 1981; Altman 1989; Di Giovanni 2008; Olarte 2009). Por el contrario, cada vez se destacan más a las “protagonistas femeninas y su mundo interior, con un enfoque en cuestiones esenciales para la mujer (y posiblemente banales para muchos hombres), como disfrutar bailando aunque tengas sobrepeso (*Hairspray*)⁶ [...]” (Olarte 2009: 497).

La belleza ocupa un papel capital a la hora de presentar a las protagonistas femeninas. Al contrario de las producciones infantiles, donde la “fealdad y maldad es directa” (Guarinos 2011: 41), en la producciones destinadas a las adolescentes la belleza de los personajes está presente más sutilmente y de diferentes formas: “No hay actividades atractivas si los personajes no lo son” (Guarinos 2011: 41). Estos rasgos son especialmente representativos de las producciones destinadas a los destinatarios del grupo 1, mostrando a protagonistas “puritana[s] como rasgos básicos” (Guarinos 2011: 43), sencillas y con “intenciones de apariencias físicas agradables sólo para ocasiones especiales” (Guarinos 2011: 42), como los bailes del instituto. Los personajes femeninos antagonistas, irónicamente, resultan más parecidos al que un día fueron estereotipos de princesas de Disney: rubias, delgadas y con demasiados complementos que resaltan una “apariciencia ya [...] ridícula y no deseable” a esa edad (Guarinos 2011: 42).

En lo que respecta a los personajes masculinos, estos se caracterizan por su forma de vestir deportiva e informal, “sin el exceso de las chicas por parecer mayores” (Guarinos 2011: 42). Especialmente en las producciones destinadas al grupo 1 de destinatarios, los protagonistas adolescentes masculinos “no sufren acné ni deformidades físicas, no incorporan *piercings* ni tatuajes ni dejan entrever pertenencia a tribus urbanas” (Guarinos 2011: 42).

En la representación tanto de los roles femeninos como de los masculinos, la música cobra protagonismo especialmente en lo que respecta a la caracterización de su mundo interior. Las canciones ya no son un simple elemento estético de fondo, sino un instrumento mediante el cual los personajes expresan y exteriorizan sus sentimientos: descontento con el mundo que los rodea o alegría y tristeza con lo que están viviendo (Díaz Cintas y Remael 2007: 208-211; Guarinos 2009: 204; García-Muñoz y Fedele 2011: 133-135; Moseley 2015: 38-43; Sørenssen 2018: 216-218).

8. Música y fenómeno fan

Hoy en día, el término *fan* va más allá de su origen etimológico: fanático o *fanatic*. De acuerdo con Casarini (2014: 45), “most of the recent literature on fandoms identifies fannish passion as a pivotal element in contemporary television reception and appropriation and the media industry has begun to court fans directly, precisely because of their profitable devotion”. Debido al auge de las nuevas tecnologías y a la proliferación de nuevos canales de comunicación, en los últimos años compañías como Disney han sabido redefinir sus estrategias de mercado y escuchar a sus receptores finales, ofreciéndoles productos de interés que responden a sus necesidades de consumo y ocio (Casarini 2014: 46-47).

Para cubrir especialmente estas necesidades de los preadolescentes o *tweens* (especialmente en los que respecta a los destinatarios del grupo 1), la factoría Disney utiliza el canal de televisión Disney Channel. Según Guarinos (2011: 40), la programación que ofrece el canal gira en torno a una estandarización de la mentalidad y valores estadounidenses globalizados: Disney imagina destinatarios que están en proceso de convertirse en adolescentes y evita tratar en sus producciones temáticas en torno a la droga, el alcohol o el sexo⁷. El destinatario adolescente busca un perfil de representación más completo: “Disney lo sabe y sabe que el consumo televisivo aumenta en esas edades, de ahí que el perfil de adolescente tenga que ver con estos dos factores: aumento de complejidad y paso del cine a la tele a través del canal temático Disney Channel” (Guarinos 2011: 40). Sin embargo, el consumo de películas y series traspasa la pantalla: “ropa interior y exterior, complementos, carteles, accesorios para embellecer máquinas portátiles de juegos, móviles, ratones, alfombrillas, juegos de PC, libros, parques temáticos...” (Guarinos 2009: 206), así como la venta de CD con la banda sonora de series y películas musicales.

Por todo ello, consciente de que la música constituye un factor esencial en la vida diaria de la mayoría de sus destinatarios, desde comienzos del siglo XXI la factoría Disney apostó por producciones audiovisuales, especialmente en los primeros años del siglo XXI, en las que la música tenía especial protagonismo, teniendo en su haber éxitos tales como las sagas de *High School Musical* (Ortega 2006b, 2007 y 2008) y *Camp Rock* (Diamond 2008; Hoen 2010), entre otras muchas. Originalmente, estas producciones estaban concebidas para estrenarse directamente en televisión, pero tal fue el éxito de algunas sagas que hizo que películas como *High School Musical 3: Fin de curso* (Ortega 2008) se estrenasen en primer lugar en las salas de cine, llegando incluso a “provocar el malestar en el mundo cinematográfico” (Guarinos 2009: 204).

⁶ Olarte podría referirse aquí tanto a la versión de *Hairspray* (*Hairspray*, John Waters, 1988) como a la de 2007 (*Hairspray*, Adam Shankman, 2007).

⁷ Según Guarinos, el mensaje de inocencia que divulga Disney en sus producciones “lleva a nuestros adolescentes a afrontar la llegada de mensajes contradictorios, ya que los adolescentes representados en series españolas nada tienen que ver con los estadounidenses” (2011: 39).

9. Estrategias de traducción de canciones aplicadas a producciones musicales estadounidenses destinadas al público adolescente

Si bien es cierto que los primeros estudios en torno a la traducción de canciones estaban centrados especialmente en la ópera (Franzon 2008: 374), la relación entre texto y música de forma multidisciplinar es un campo que ha recibido más atención en los últimos años. Tomando como base los estudios de Low (2003a, 2003b, 2005, 2008, 2013 y 2017) y Franzon (2005, 2008 y 2015), a lo largo de los últimos años han surgido trabajos interesados en aportar diferentes visiones en torno a la traducción de canciones y cuyo foco principal de interés es delimitar las diferentes estrategias de traducción aplicando las bases previamente expuestas en sus lenguas de trabajo y campos de estudio (obras musicales teatrales, películas y series musicales, canciones contemporáneas, canciones tradicionales, vínculos entre música y sociedad, etc.).

Entre las investigaciones más recientes destacan trabajos universitarios (de estudios especializados de grado, de máster o tesis doctorales) que están contribuyendo en gran medida a que el interés por continuar profundizando en el campo siga en aumento (Rodríguez 2008; García 2013; Tido 2014; Costa 2015; Vargas 2015; García 2016; Morales 2016). Por otro lado, son varias también las publicaciones de mayor impacto a nivel académico que en los últimos años se han aventurado a analizar la relación entre texto y música. Entre los principales trabajos de referencia a día de hoy se encuentran, entre otros, el número especial de *The Translator* (Susam-Sarajeva 2008), las publicaciones de *Song and Significance* (Gorlée 2005) y *Music, Text and Translation* (Minors 2014) y el monográfico *Music and Translation: new mediations in the digital age* (Desblache 2019). El corpus de trabajo usado en el presente estudio (véase Tabla 1) ha servido para contrastar las estrategias de traducción analizadas principalmente en las investigaciones de Di Giovanni (2008: 300-306), Costa (2015: 21) y García (2017: 208-210), que se detallan a modo de síntesis en la Tabla 3.

Tabla 3. Clasificación de las estrategias de traducción para el doblaje de productos audiovisuales musicales [Fuente: elaboración propia]

Estrategias de traducción		Diálogos hablados		Canciones		
		Doblados	Subtitulados	Dobladas	Subtituladas	Sin traducción
Traducción parcial		X				X
Traducción completa	Mixta	X			X	
	Doblada	X		X		

Teniendo esto en cuenta, a continuación se ofrecen los datos extraídos de la investigación sobre producciones audiovisuales musicales con canciones sin traducir (traducción parcial) o con la mayoría de canciones traducidas (traducción completa):

- Traducción parcial: las producciones audiovisuales musicales analizadas en las que los diálogos están doblados del inglés al español, pero que todas (o la mayoría de las canciones) están en versión original y no cuentan con traducción al español, y que del presente corpus son las siguientes: *Casi Famosos* (Crow 2001), *Espera al último baile* (Carter 2001), *Crossroad: hasta el final* (David 2002), *Un paseo para recordar* (Shankman 2003) o *Dirty Dancing 2* (Ferland 2004).
- Traducción completa: las producciones audiovisuales musicales en las que tanto los diálogos como la mayoría de las canciones están traducidas al español en el presente corpus y en las que se ha aplicado una traducción mixta (diálogos doblados y canciones subtituladas), las canciones están subtituladas interlingüísticamente del inglés al español. Ejemplo de ello son las películas *High School Musical* (Ortega 2006) y *Hairspray* (Shankman 2007)⁸.

En definitiva, como se muestra en la Tabla 4 y en la Figura 1, el 90 % de las películas analizadas corresponde a películas a las que se le ha aplicado una traducción parcial, frente a solo el 10 % de las películas a las que se les ha aplicado una traducción completa. En relación con las diferencias de traducción en relación al grupo de destinatarios juveniles al que van dirigidas, al comparar la Tabla 2 con la Tabla 4 se observa que la distribución de las estrategias de traducción es similar, contando solo con una película con traducción completa tanto en el grupo 1 como en el grupo 2 de destinatarios y utilizando traducciones parciales en el resto de películas que conforman cada grupo.

⁸ En el corpus no se ha encontrado ninguna producción donde el doblaje sea la principal estrategia de traducción de canciones usada.

Tabla 4. Distribución de las estrategias de traducción por película [Fuente: elaboración propia]

Nº	Título en versión doblada al español	Traducción completa	Traducción parcial
<i>Teen music movies</i>			
11.	<i>Casi famosos</i>		x
12.	<i>Espera al último baile</i>		x
13.	<i>Crossroads: hasta el final</i>		x
14.	<i>Un paseo para recordar</i>		x
15.	<i>Lizzie Superstar</i>		x
16.	<i>Dirty Dancing 2</i>		x
17.	<i>Quiero ser superfamosa</i>		x
18.	<i>Bailando (Step up)</i>		x
19.	<i>Hairspray</i>	x	
20.	<i>High School Musical 3: Fin de curso</i>		x
<i>Teen music TV movies</i>			
11.	<i>Chicas Guepardo: todo por un sueño</i>		x
12.	<i>Cheetah Girls 2</i>		x
13.	<i>High School Musical</i>	x	
14.	<i>Escucha mi voz</i>		x
15.	<i>High School Musical 2</i>		x
16.	<i>Una cenicienta moderna 2</i>		x
17.	<i>Camp Rock</i>		x
18.	<i>The Cheetah Girls: un mundo</i>		x
19.	<i>Hannah Montana: La película</i>		x
20.	<i>Camp Rock 2: The Final Jam</i>		x
Total		2	18

Estrategias de traducción utilizadas

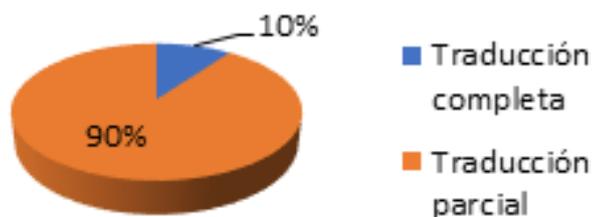


Figura 1. Estrategias de traducción utilizadas en películas con contenido musical destinadas al público juvenil [Fuente: elaboración propia]

10. Conclusión

El espectador adolescente es un público difícil de fidelizar y complacer, pero cuando esto ocurre, es el público más fiel y leal de todos. Ya sean adolescentes pertenecientes al grupo 1 (10-13 años), más infantil, como los pertenecientes al grupo 2 (14-19 años), con aspiraciones más adultas, lo cierto es que es un público que se entrega a lo que de verdad conecta con sus intereses: le gusta coleccionar y adquirir *merchandising* de sus series y películas favoritas, tiene muy presentes las películas que han marcado su aún corta vida y no duda en compartir sus sensaciones en torno a todo ello usando, por ejemplo, las redes sociales.

El adolescente está en continuo cambio, tanto física como mentalmente, y necesita sentirse constantemente identificado con lo que le rodea o, de lo contrario, entrará en conflicto con aquello que no concuerda con lo que está viviendo. Por ello, verse reflejado en la pequeña o gran pantalla es tan importante: viviendo en un mundo donde los adultos

son los que ponen las reglas, necesitan verse también como protagonistas de sus propios cuentos de hadas, donde las princesas y príncipes pasan a convertirse en jóvenes de 13 años que van al instituto y tienen sus mismos problemas. Y es aquí donde la traducción de las producciones juveniles audiovisuales en su lengua materna es tan crucial, ya que el espectador adolescente español necesita sentir la misma fuerza y determinación en el mensaje que transmiten que los espectadores de la lengua original de las producciones musicales, en este caso, estadounidenses. Si bien es cierto que en los últimos años el uso masivo de las nuevas tecnologías ha supuesto grandes avances en la accesibilidad a la información y existe cada vez más un mayor interés por el aprendizaje de lenguas por los adolescentes, no se ha observado que ello haya influido en la tendencia de la traducción de canciones en producciones audiovisuales destinadas al público juvenil. El presente trabajo coincide con Desblache (2021: 49) en el hecho de que, debido incluso al interés creciente por el aprendizaje de lenguas, “[c]ontemporary audiences seem to appreciate a range of translations, including those that are not intended for them”.

Como se ha detallado a lo largo de este artículo, las canciones que forman parte de las producciones estudiadas no son meros elementos de decoración y embellecimiento de la trama o los personajes que la conforman; al contrario, son canales de comunicación que sirven para traspasar la pantalla y establecer conexiones estrechas con el receptor adolescente. Las canciones, por tanto, son una de las formas predilectas para el adolescente, donde se siente más libre para expresar sus sentimientos y vivencias que reflejan tanto su día a día como sus aspiraciones más viscerales. Por todo ello, la traducción de estas canciones se presenta *a priori* como esencial y crucial para que el mensaje llegue al receptor meta de forma clara y transparente. Sin embargo, como bien se ha visto, la traducción de canciones no siempre se presenta como una prioridad, y existen numerosos ejemplos en los que las canciones permanecen en versión original pese a que tengan un gran peso tanto en la trama como en la caracterización de los personajes: el 90 % de las películas que conforman el corpus así lo constatan.

Por todo ello, el principal objetivo del presente trabajo es aportar una visión general de las características de las producciones musicales y las estrategias de traducción predominantes dirigidas a un sector del público del que aún queda mucho por investigar, sobre todo en cuanto a la relación existente entre música y traducción en producciones audiovisuales musicales juveniles. Factores tales como los económicos, mediáticos o, incluso, de formato son aspectos esenciales merecedores de atención para ahondar en el origen del qué y del porqué de la traducción de canciones en películas.

Sin duda, los nuevos tiempos que estamos viviendo serán clave para ver cómo evolucionan también los intereses de este sector de la población y cómo estos repercutirán en las estrategias de traducción usadas.

Referencias

- ABC.es, “Disney Channel se verá en abierto por la TDT a partir del 1 de julio”, *ABC* 2008 (28/05/2008). https://www.abc.es/espana/abci-disney-channel-vera-abierto-partir-julio-200805280300-1641898843337_noticia.html [último acceso: 15 de mayo 2022].
- Abrams, M., “14 Awesome Music Movies (That Aren’t Musicals)”, *Teen Vogue* 2015. <https://www.teenvogue.com/gallery/music-movies-to-watch> [último acceso: 15 de mayo 2022].
- Agost, R., *Traducción y doblaje: palabras, voces e imágenes*. Barcelona: Ariel Practicum 1999.
- Altman, R., *The American Film Musical*. Indiana: Indiana University Press 1989.
- Altman, R., *Los géneros cinematográficos*. Barcelona: Espasa Libros 2000.
- Ávila, A., *El doblaje* (3.ª edición). Madrid: Cátedra 2009.
- Casarini, A., *The perception of American adolescent culture through the dubbing and fansubbing of a selection of US teen series from 1990 to 2013*. Bolonia: Università di Bologna 2014.
- Casarini, A., “Chorus Lines—Translating musical television series in the age of participatory culture: the Case of Glee”, en Díaz Cintas, J. y Neves, J. (eds.), *Audiovisual translation: taking stock*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing 2015, 209-229.
- Cex (ES), *Cex* 2020. <https://es.webuy.com/> [último acceso: 15 de mayo 2022].
- Chaume, F., *Audiovisual Translation: Dubbing. Volume 1 (Translation Practices Explained)*. Manchester: St. Jerome Publishing 2012.
- Costa, P., *La traducción para el doblaje de las canciones de la serie Hora de Aventuras*. Alicante: Universidad de Alicante 2015.
- Creeber, G., *The television genre book*. (1.ª ed.) Londres: British Film Institute 2001.
- Creeber, G., *The television genre book*. (3.ª ed.) Londres: Palgrave 2015.
- De Lucas, J., *Música diegética y extradiegética en el cine*. <https://www.formacionaudiovisual.com/blog/cine-y-tv/musica-diegética-y-extradiegética-en-el-cine/> 2017 [último acceso: 15 de mayo 2022].
- Desblache, L., “Music and translation”, en Washbourne, K. y Van Wyke, B. (eds.), *The Routledge Handbook of Literary Translation*. Londres/Nueva York: Routledge 2019, 282-297.
- Desblache, L., “Live music and translation: The case of performances involving singing”, *JoSTrans* 35 (2021), 45-68.
- Di Giovanni, E., “The American Film Musical in Italy”, *The Translator* 14, 2 (2008), 295-318. doi: <https://dx.doi.org/10.1080/13556509.2008.10799260>
- Díaz Cintas, J., “El subtítulo y los avances tecnológicos”, en Merino, R., Santamaría, J. M. y Pajares, E. (eds.), *Trasvases Culturales: literatura, cine, traducción 4*. Bilbao: UPV 2004, 155-175.
- Díaz Cintas, J. y Remael, A., *Audiovisual Translation: Subtitling. Volume 2 (Translation Practices Explained)*. Londres/Nueva York: Routledge 2014.

- Eldoblaje.com, *Eldoblaje.com*. <http://www.eldoblaje.com/home/> 2019 [último acceso: 15 de mayo 2022].
- Espinosa, M. A., Ochaíta, E. y Gutiérrez, H., “Adolescentes consumidores de televisión: Autopercepciones sobre sus derechos”, *Comunicar* 22, 43 (2014) 181-188. doi: <https://dx.doi.org/10.3916/C43-2014-18>
- Fedele, M. y García-Muñoz, N., “El consumo adolescente de la ficción seriada”, *Vivat Academia* 111 (2010), 48-65.
- Filmaffinity-Movieaffinity, *Filmaffinity España*. <https://www.filmaffinity.com/es/advsearch.php> 2019 [último acceso: 22 de agosto 2021].
- Franzon, J., “Musical Comedy Translation: Fidelity and Format in the Scandinavian *My Fair Lady*”, en Gorrée, D. (ed.), *Song and Significance. Virtues and Vices of Vocal Translation*. Londres/Nueva York: Rodopi 2005, 263-297.
- Franzon, J., “Choices in song translation. Singability in Print, Subtitles and Sung Performance”, *The Translator* 14, 2, (2008), 373-379.
- Franzon, J., “Three dimensions of singability. An approach to subtitled and sung translations”, en Proto, T.; Canettieri, P. y Valenti, G. (eds.), *Text and Tune. On the Association of Music and Lyrics in Sung Verse*. Berna: Peter Lang 2015.
- García, A., *El teatro musical: ¿traducción o adaptación?*. Salamanca: Universidad de Salamanca 2013.
- García, R., “Song translation and AVT. The same thing?”, *Babel* 63, vol. 2 (2017), 200-213. doi: <https://dx.doi.org/10.1075/babel.63.2.03jim>
- García, S., *La traducción de canciones en el cine musical: las adaptaciones al español de Ernesto Santandreu como ejemplo*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona 2016.
- García-Muñoz, N. y Fedele, M., “Las series televisivas juveniles: tramas y conflictos en una ‘teen series’”, *Comunicar* 19, 37 (2011), 133-140. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C37-2011-03-05>
- Gorrée, D., *Song and significance: Virtues and Vices of Vocal Translation*. Ámsterdam: Rodopi 2005.
- Guarinos, V., “Fenómenos televisivos ‘teenagers’ : Prototipias adolescentes en series vistas en España”, *Comunicar* 16, 33 (2009), 203-211. doi: <https://dx.doi.org/10.3916/c33-2009-03-012>
- Guarinos, V., “La edad adolescente de la mujer. Estereotipos y prototipos audiovisuales femeninos adolescentes en la propuesta de Disney Channel”, *Comunicación y Medios* 23 (2011), 37-46.
- Hurtado Albir, A., *Traducción y Traductología* (9.ª edición). Madrid: Cátedra 2017.
- IMDb., *100 Best Music movies*. <https://www.imdb.com/list/ls009668187/> 2012 [último acceso: 1 de febrero 2020].
- Ivarsson, J. y Carroll, M., *Subtitling*. Berlín: TransEdit 1998.
- Low, P., “Singable translations of songs”. *Perspectives: Studies in Translatology* 11, 2 (2003a), 87-104. doi: <https://doi.org/10.1080/0907676X.2003.9961466>
- Low, P., “Translating poetic songs: An attempt at a functional account of strategies”, *Target* 15, 1 (2003b), 91-110. doi: <https://dx.doi.org/10.1075/target.15.1.05low>
- Low, P., “The Pentathlon Approach to Translating Songs”, en Gorrée, D. (ed.), *Song and Significance. Virtues and Vices of Vocal Translation*. Ámsterdam: Rodopi 2005, 185-20.
- Low, P., “Translating Songs that Rhyme”. *Perspectives: Studies in Translatology* 16, 1-2 (2008), 1-20.
- Low, P., “When Songs Cross Language Borders: Translations, Adaptations and ‘Replacement Texts’”, *The Translator* 19, 2 (2013), 229-244.
- Low, P., *Translating Song. Lyrics and Texts*. Londres: Routledge 2017.
- Minors, H. J. (ed.) *Music, Text and Translation*. Londres: Bloomsbury 2014.
- Morales, N., *La adaptación de letras de canciones: una propuesta de traducción para el doblaje*. Las Palmas de Gran Canarias: Universidad de las Palmas de Gran Canarias 2016.
- Moseley, R., “The Teen Series”, en Creeber, G. (ed.), *The Television Genre Book*. Londres: British Film Institute 2001, 41-43.
- Moseley, R., “Teen Drama”, en Creeber, G. (ed.), *The Television Genre Book*. Londres: British Film Institute 2015, 41-43.
- Neale, S., “Teenpics”, en Cook, P. (ed.), *The Cinema Book*. Londres: British Film Institute 2007, 367-369.
- Nicolaou, E., *Music Movies To Watch Tonight If You Didn't Get Coachella Tickets* <https://www.refinery29.com/en-us/2018/04/196229/best-movies-about-music> 2019. [último acceso: 1 de febrero 2020].
- Olarte, M., “El género del musical y la utilización de sus melodías con fines expresivos”, en Olarte, M. (ed.), *La música en los medios audiovisuales*. Salamanca: Plaza Universitaria Ediciones 2005, 101-118.
- Olarte, M., “La inserción del número musical como elemento recurrente en las películas: ¿una nueva tipología nowadays musical?”, en Olarte, M. (ed.), *Reflexiones en torno a la música y la imagen desde la Musicología española*. Salamanca: Plaza Universitaria Ediciones 2009, 495-520.
- Rodríguez, M., *La traducción de las canciones en el cine*. Las Palmas de Gran Canarias: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria 2008.
- Sanchez, N., “Subtitling in the Era of the Blu-ray”, en Baños, R. y Díaz Cintas, J. (eds.), *Audiovisual Translation in a global context. Mapping an ever-changing landscape*. Londres: Palgrave Macmillan UK 2015, 140-160.
- Schatz, T., *Hollywood Genres*. Boston: McGraw-Hill 1981.
- Sokolí, S., “Omisión y Distribución de los Subtítulos en España y Grecia: cómo y por qué”, en Merino, R.; Santamaría, J. y Pajares, E. (eds.), *Trasvases Culturales: literatura, cine, traducción 4*. Bilbao: UPV 2004, 271-282.
- Sørenssen, I., “Disney’s High School Musical and the construction of the tween audience”, *Global Studies of Childhood* 8, 3 (2018), 213-224. doi: <https://dx.doi.org/10.1177/2043610618796722>
- Susam-Sarajeva, Ş., *Translation and music: special issue of The Translator* 14, 2. Manchester: St Jerome 2008.
- Talaván, N., Ávila-Cabrera, J. J. y Costal, T., *Traducción y accesibilidad audiovisual*. Barcelona: Editorial UOC 2016.
- Tido, F., *La subtitulación de las canciones en el cine: Análisis de los subtítulos de la versión en DVD de la película Los Miserables (Tom Hooper; 2012)*. Castellón de la Plana: Universidad Jaume I 2014.
- Vargas, L., *Análisis de la fidelidad de las traducciones del inglés al español de canciones cristianas*. Trujillo: Universidad César Vallejo 2015.
- Zabalbeascoa, P., “El texto audiovisual: factores semióticos y traducción”, en Sanderson, J. (ed.), *¡Doble o nada!*. Alicante: Editorial Universitat d’Alacant 2001, 113-126.

Zabalbeascoa, P., "Translating Audiovisual Screen Irony", en Pérez González, L. (ed.), *Speaking in Tongues: Languages across Contexts and Users*. Valencia: Edicions Universitat de València 2003, 305-322.

Zabalbeascoa, P., "The nature of the audiovisual text and its parameters, en Díaz Cintas, J. (ed.), *The Didactics of Audiovisual Translation*. Amsterdam: John Benjamins 2008, 21-37. doi: <https://dx.doi.org/10.1075/btl.77.05zab>

Zabalbeascoa, P., "Teorías de la traducción audiovisual: un viaje de ida y vuelta para progresar", en Martínez Sierra, J. (ed.), *Reflexiones sobre la traducción audiovisual. Tres espectros, tres momentos*. Valencia: Universitat de València 2013, 187-200.

Videografía

Carter, T., *Espera al último baile*. Albacete: Paramount Home Entertainment (Spain) 2001.

Chelsom, P., *Hannah Montana: La película*. Madrid: Walt Disney Studios Home Entertainment (TWDCI, S.L.) 2009.

Crowe, C., *Casi famosos*. Madrid: Columbia Tristar Home Entertainment 2001.

Davis, T., *Crossroads: hasta el final*. Madrid: TWENTIETH CENTURY FOX HOME ENTERTAINMENT ESPAÑA, S.A 2002.

Diamond, M., *Camp Rock*. Madrid: Walt Disney Studios Home Entertainment (TWDCI, S.L.) 2008.

Fall, J., *Lizzie Superstar*. Madrid: Buena Vista Home Entertainment (TWDCI, S.L.) 2003.

Ferland, G., *Dirty Dancing 2*. Barcelona: Savor Ediciones, S.A. 2004.

Fletcher, A., *Bailando (Step up)*. Madrid: The Walt Disney Company Iberia S.L. (TWDCI) 2006.

Hoën, P., *Camp Rock 2: The Final Jam*. Madrid: Walt Disney Studios Home Entertainment (TWDCI, S.L.) 2010.

Hoën, P., *The Cheetah Girls: un mundo*. Madrid: Walt Disney Studios Home Entertainment (TWDCI, S.L.) 2008.

McNamara, S., *Escucha mi voz*. Madrid: Universal Pictures Iberia, S.L. 2007.

Ortega, K., *Cheetah Girls 2*. Madrid: Buena Vista Home Entertainment (TWDCI, S.L.) 2006.

Ortega, K., *High School Musical*. Madrid: Buena Vista Home Entertainment (TWDCI, S.L.) 2006.

Ortega, K., *High School Musical 2*. Madrid: Walt Disney Studios Home Entertainment (TWDCI, S.L.) 2007.

Ortega, K., *High School Musical 3: Fin de curso*. Madrid: Walt Disney Studios Home Entertainment (TWDCI, S.L.) 2008.

Santostefano, D., *Una cenicienta moderna 2*. Madrid: Warner Bros. Entertainment España S.L. 2008.

Scott, O., *Chicas Guepardo: todo por un sueño*. Madrid: Buena Vista Home Entertainment (TWDCI, S.L.) 2003.

Shankman, A., *Hairspray*. Madrid: Tripictures 2007.

Shankman, A., *Un paseo para recordar*. Barcelona: Filmax Home Video 2003.

Sugarman, S., *Quiero ser superfamosa*. Madrid: Buena Vista Home Entertainment (TWDCI, S.L.) 2004.