

CULTURA, LENGUAJE Y REPRESENTACIÓN / CULTURE, LANGUAGE AND REPRESENTATION · ISSN 1697-7750 · VOL. XIV \ 2015, pp. 61-123  
REVISTA DE ESTUDIOS CULTURALES DE LA UNIVERSITAT JAUME I / CULTURAL STUDIES JOURNAL OF UNIVERSITAT JAUME I  
DOI: [HTTP://DX.DOI.ORG/10.6035/CLR.2015.14.3](http://dx.doi.org/10.6035/CLR.2015.14.3)

# La traducción de los culturemas en el doblaje y la subtitulación de *Mad Men*

## Cultureme Translation in the Dubbing and Subtitling of *Mad Men*

CRISTINA A. HUERTAS  
ANA BURGOS BARCENA  
UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

Artículo recibido el / *Article received*: 30-10-2014  
Artículo aceptado el / *Article accepted*: 15-03-2015

**RESUMEN:** La ficción televisiva estadounidense, y concretamente las *sitcom*, ha experimentado un gran auge en las últimas décadas. En ellas, los culturemas presentan un reto constante para el traductor. Así, el presente trabajo tiene como objetivo fundamental analizar los culturemas en el doblaje y subtítulo de la serie *Mad Men* (Weiner, 2007). Tras realizar una breve aproximación al concepto de culturema, proponemos un modelo de ficha de análisis para estudiar su traducción en el doblaje y subtítulo de los tres primeros episodios de la primera temporada de dicha serie. Obtuvimos un total de 58 fichas y los resultados extraídos se clasificaron en torno a cuatro categorías (medio natural, patrimonio cultural, cultura social y cultura lingüística), que nos permitieron apreciar una cierta tendencia a la extranjerización tanto en el doblaje como en el subtítulo.

*Palabras clave:* traducción audiovisual, culturemas, *mad men*, doblaje, subtítulo, comedias de situación.

**ABSTRACT:** American television fiction, and mainly sitcoms, have dramatically increased in popularity in the last years. As a consequence, cultural references are a continuous challenge for audiovisual translators. This paper aims to analyse the cultural references in the dubbing and subtitling of the television series *Mad Men* (Weiner, 2007). After laying out our working definition of cultural reference, we suggest an analysis based on an analytical data sheet in order to study cultureme translation into Spanish of the first three episodes of the first season of *Mad Men*. A total of 58 tokens were obtained, and the results were classified into four categories (natural environment, cultural heritage, social culture, and

linguistic culture). The results show a certain tendency to foreignization both in dubbing and subtitling.

*Keywords:* Audiovisual Translation, Cultural References, *Mad Men*, Dubbing, Subtitling, Sitcoms.

## 0. Introducción

El presente trabajo tiene como principal motivación el auge que ha experimentado la ficción televisiva estadounidense en la última década, asimilándose cada vez más a la posición hegemónica de la industria cinematográfica hollywoodense. En este contexto, destacamos especialmente las comedias de situación (*sitcom*), producciones que cuentan con unos índices de audiencia muy destacables en la actualidad en todo el mundo y ocupan un porcentaje elevado de la ficción televisiva emitida, lo cual está ocasionando un destacado auge en el mercado de la traducción.

Este fenómeno, desde una perspectiva abarcadora, se debe a que la ficción de producción ajena resulta más rentable para aumentar la audiencia; al no acarrear gastos de producción, sino solamente de emisión, resulta ser un producto más barato y su adquisición es más rápida: solo hay que comprarlo y emitirlo. Además, la ficción estadounidense ha recibido una excelente acogida por parte del público español y, en consecuencia, muchas cadenas no han dudado en crear *spin-offs* y realizar numerosas repeticiones. Por otra parte, cabe señalar que, de acuerdo con Chaume (2004: 32), el doblaje es la forma de traducción audiovisual más extendida en España para la producción ajena de distribuidoras y cadenas de televisión, tanto por razones económicas como por hábitos de consumo. Esta modalidad es la preferida por las clases populares ya que su disfrute no requiere ningún esfuerzo lingüístico.

Sin embargo, a día de hoy, la subtitulación está adquiriendo más fuerza en nuestro país debido a la creciente demanda de películas en versión original, tanto por parte de una élite, como de ciertos sectores más jóvenes con mayor grado de alfabetización y con conocimientos de la lengua y la cultura anglosajona cada vez más profundos. Del mismo modo, no solo las salas de cine en versión original, sino también las pistas de audio en distintos idiomas en los formatos físicos, y la posibilidad del sonido dual en la TDT están contribuyendo a que la subtitulación se torne cada vez más popular.

Las siguientes páginas tienen como objetivo fundamental el estudio de la recepción de los culturemas en la traducción audiovisual de *sitcoms*. Concretamente, nuestro objeto de estudio, *Mad Men* (Weiner,<sup>1</sup> 2007), es una serie televisiva de origen estadounidense y perteneciente al género de drama de época, que se inclina hacia el revisionismo histórico ya que, a pesar de que interpreta el pasado y muestra los cambios sociales, estéticos y morales que sufrió la sociedad estadounidense desde 1962, también pone de relieve preocupaciones éticas, políticas e ideológicas propias de nuestro tiempo. Diversos expertos en estudios culturales, como Cabrera *et al.* (2010), afirman que *Mad Men* es una clara anfibología, pues en ella se emplean voces o cláusulas de doble sentido y que pueden interpretarse de varios modos. Por un lado, se puede tomar su significado literal: «hombres locos»; por otro, es el término que se utilizaba en la década de 1950 para referirse a los ejecutivos que trabajaban en la avenida Madison de Nueva York. De hecho, el primer capítulo arranca con un texto que explica el origen del término y añade que fueron los propios ejecutivos de dicha zona quienes lo acuñaron.

De este modo, Weiner, creador y productor de la serie, ofrece a los espectadores desde el primer momento un adelanto del argumento de la serie: el negocio de las agencias de publicidad de Manhattan en los años 60. Para ello, se sirve de las vidas de una serie de personajes que aparecen desbordados por una sociedad donde la materialización del «sueño americano» parece más una pesadilla opresiva que un sueño al alcance de cualquiera. En esta época, la publicidad se consideraba una de las profesiones con más *glamour*, y la serie muestra explícitamente que la manipulación profesional y el acoso sexual eran prácticas habituales para conseguir poder.

Además, gracias a un excelente guion y a una brillante reconstrucción de los escenarios y los vestuarios propios de los años 1960, *Mad Men* muestra los cambios sociales, políticos, estéticos y morales que sufrió la población norteamericana de la época. La serie presenta unos sectores de la sociedad estadounidense marcados por los prejuicios raciales, los excesos, el sexismo y el adulterio, así como por la crueldad y la homofobia. Por consiguiente, el espectador puede percibir la supremacía del hombre blanco anglosajón, unos arquetipos de género muy rígidos, numerosos conflictos de identidad y unas profundas desigualdades sociales.

---

1. Matthew Weiner es el creador de la serie y director de los últimos episodios de la primera temporada. No obstante, junto con Weiner, los directores que participaron en la primera temporada son Alan Taylor, Ed Bianchi, Tim Hunter, Lesli Linka Glatter, Andrew Bernstein, Phil Abraham y Paul Feig.

A tenor de lo expuesto anteriormente, no cabe duda de la importancia que los referentes culturales sobre la sociedad estadounidense de los años 60 tienen en *Mad Men*. Por este motivo, el objetivo fundamental del presente trabajo consiste en el estudio y el análisis del doblaje y la subtitulación al español de la primera temporada. Indiscutiblemente, las series y los filmes estadounidenses cuentan cada vez con un número más elevado de seguidores hispanohablantes, y estas producciones representan una gran parte de la programación, motivo por el cual el éxito del producto audiovisual dependerá de si la versión de doblaje o de subtitulación cubre las expectativas del espectador (sobre todo, del conocedor de la lengua origen); y, en esta línea, la traducción de referentes culturales siempre supone un reto importante para los profesionales de la traducción.

## 1. La traducción de culturemas

### 1.1. Breve esbozo de la definición de culturema

Son numerosos los autores (Vlakhov y Florin, 1970; House, 1973; Nida, 1975; Franco Aixelá, 1995, 1996; Nord, 1997; Newmark, 2004; Díaz-Cintas y Remael, 2007; Chaume, 2012) que defienden que el trasvase de los elementos culturales presentes en un texto es uno de los retos más difíciles que los traductores deben afrontar. En esta línea, Martínez-Garrido (2013: 112) afirma:

CBES [Cultural-Bound Elements], the plurality of concepts and denominations associated with them, the lack of consensus on the use of nomenclature, and the arbitrary way in which they are categorised are all factors that have been analysed in depth by various authors and theoretical approaches.

Existe una gran diversidad de definiciones para identificar aquellos elementos propios de la realidad cultural: referentes culturales, palabras culturales, marcas culturales, términos o elementos culturales, *realia*, culturemas, etc. De acuerdo con Mayoral (2001), dicha diversidad refleja la falta de consenso existente en la comunidad investigadora de traductores con respecto a este concepto. Tal es el interés de los elementos culturales en la traductología que, ya en el primer tercio del siglo XX, escuelas como la soviética o la eslava pusieron de relieve la existencia de signos o referencias lingüísticas, gracias principalmente a Fiodorov.

Nida (1945) da inicio al estudio de los elementos culturales como tales, mostrándolos como uno de los puntos clave de la traducción. Por su parte, Vlahov y Florin (1970) introducen el término «realia» para referirse a los elementos textuales que denotan color local e histórico. Bödeker y Freese (1987) y Koller (1992) retoman esta denominación pero en un sentido más amplio, pues también abordan las realidades físicas e ideológicas propias de una cultura concreta.

En 1977, House acuñó los términos «overt» y «covert translation» (traducción patente y encubierta; cf. Rabadán, 1991) para clasificar las traducciones en función de la distancia cultural existente entre estas y sus textos origen. Para conseguir que la traducción mantenga en la cultura meta la misma función textual que el texto origen tenía en su cultura, House (2006) propone utilizar un *filtro cultural* a través del cual se superen las dificultades generadas por los elementos de carácter cultural. Este concepto fue posteriormente utilizado por Herve y Higgins (1992), quienes afirman que este filtro hace referencia a toda trasposición cultural derivada de cualquier solución traductora que no dé como resultado una traducción literal.

Posteriormente, Newmark (1992: 134) plantea una adaptación de los ámbitos culturales propuestos por Nida, e introduce la noción de «palabras culturales extranjeras» o categorías culturales. Newmark insiste en la diferencia existente entre el lenguaje universal (conceptos que aparecen en casi todas las culturas y que, por tanto, no presentan problemas de traducción) y el lenguaje cultural y el personal, que sí crean problemas en la traducción. El lenguaje cultural causará problemas si no existe un referente equivalente en la lengua meta. Por su parte, el lenguaje personal se entiende como idiolecto, lo que dificulta la traducción debido a la manera personal de explicarse de cada persona. Newmark también acuña el término «foco cultural» para referirse a aquellos campos del discurso que no tienen equivalencia en la cultura de llegada y en los que una comunidad focaliza su atención en un tema particular.<sup>2</sup>

Por su parte, Reiss (1996), perteneciente a la escuela funcionalista, acuña el término «determinantes extralingüísticos» para referirse a aquellas palabras que determinan la historia y la cultura específicas de una comunidad. Mayoral, en 2001, muestra su apoyo a la denominación «referencias culturales», término que hace referencia tanto a la referencia cultural (signo), como al referente (el concepto). Posteriormente, Calvi (2006: 67) utiliza el apelativo «términos culturales» para referirse tanto a las palabras que no tienen referente en otras

---

2. Por citar algunos ejemplos al respecto, en español serían los términos sobre la tauromaquia; en inglés, términos sobre el críquet; o en árabe, el vocabulario referente al desierto.

culturas como a las acepciones culturalmente marcadas de términos corrientes.

En lo que atañe al concepto de «culturema», si bien su origen es incierto, Nord (1997: 34) lo atribuye a Oksaar y lo redefine de la siguiente manera: «Fenómeno social de una cultura A que es considerado relevante por los miembros de esa cultura y que, cuando se compara como un fenómeno social correspondiente en la cultura B, se encuentra que es específico de la cultura A».

Posteriormente, Nord amplía la definición de culturema e incluye los elementos paraverbales. Por su parte, Molina (2001: 78 ss) ofrece la siguiente definición: «Elemento verbal o paraverbal que posee una carga cultural específica en una cultura y que al entrar en contacto con otra cultura a través de la traducción puede provocar un problema de índole cultural entre los textos origen y meta». De acuerdo con este autor, los dos rasgos comunes que caracterizan a los culturemas son que su origen se debe a la transferencia cultural que se produce entre dos culturas concretas y, por lo tanto, no deben plantearse como elementos propios de una única cultura, sino como la consecuencia de un trasvase cultural; y, por otra parte, que la actuación de un culturema como tal depende del contexto en que aparezca.

Para Luque (2009: 97), un culturema es cualquier elemento cultural que corresponda a un objeto, idea, actividad o hecho, que sea suficientemente conocido entre los miembros de una sociedad, que tenga valor simbólico y sirva como referencia, o modelo de interpretación o acción para sus miembros. Por consiguiente, podrá utilizarse como medio comunicativo y expresivo en la interacción comunicativa de los miembros de esa cultura. La mayor aportación de esta autora al concepto de culturema es, no obstante, el carácter cambiante que le confiere al afirmar que los culturemas pierden validez y actualidad.

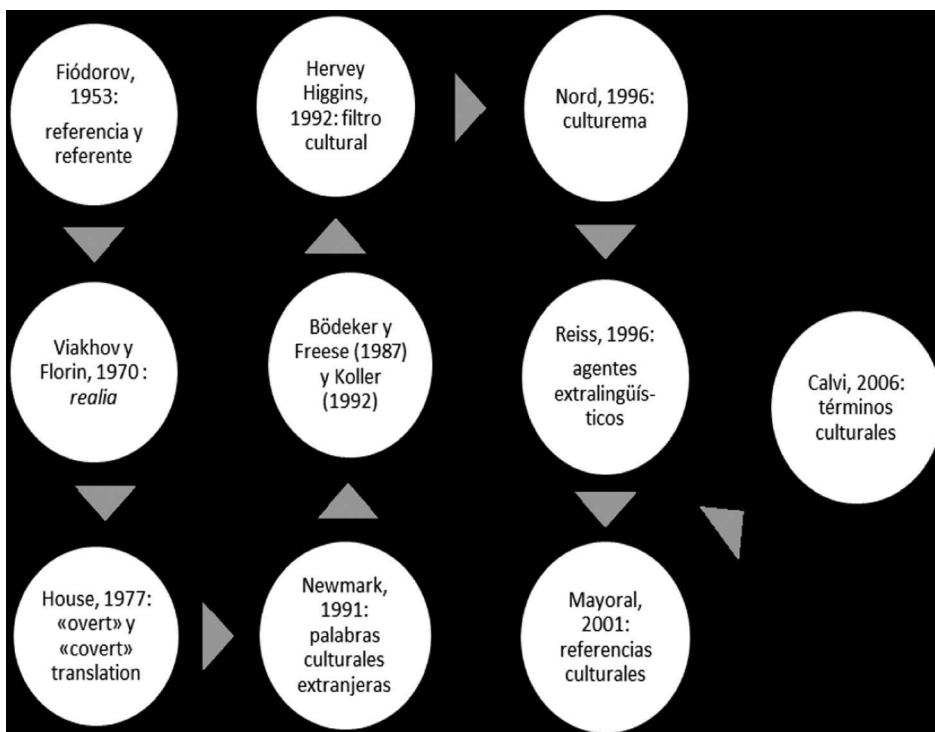
Más recientemente, Pedersen (2011: 43) ha propuesto la siguiente definición, muy interesante en tanto que destaca la recepción de los referentes culturales:

Extralinguistic Cultural Reference (ECR) is defined as reference that is attempted by means of any cultural linguistic expression, which refers to an extralinguistic entity or process. The referent of the said expression may prototypically be assumed to be identifiable to a relevant audience as this referent is within the encyclopaedic knowledge of this audience.

En suma, habida cuenta de las distintas definiciones conferidas al término culturema (opción que emplearemos en este trabajo a tenor de las definiciones recogidas previamente) hasta la fecha, podemos concluir que abarca términos de índole cultural, pertenecientes a ámbitos diferentes de una misma cultura, conocidos y compartidos por todos los miembros de una sociedad y que, al ser transferidos a otra cultura, pueden dar lugar a problemas traductológicos. Esto conlleva

potenciales adaptaciones lingüísticas del término por medio de diversas técnicas de traducción con el fin de hacerlo comprensible en la cultura receptora.

Recogemos a continuación un cuadro resumen con las principales denominaciones y los autores que las acuñaron:



**Gráfico 1. Evolución de las denominaciones de términos culturales y los autores que las acuñaron**

## 1.2. Clasificación de los culturemas

Es indudable la relación entre cultura, lengua y traducción, motivo por el cual distintos autores han proporcionado hasta la fecha aproximaciones diferenciadas al concepto de cultural. De acuerdo con Santoyo (1994), la cultura se encuentra relacionada con lo individual y particular de una comunidad dada (en contraposición con la idea de civilización), donde frecuentemente existen «zonas de cultura» que pueden coincidir (o no) con las de otra comunidad. En estas situaciones, la traducción se erige como herramienta para la mediación intercultural.

No obstante, como señala Franco Aixelá (1995), las referencias culturales *per se* no existen en la traducción, puesto que en ellas intervienen aspectos como el par de lenguas de trabajo, la existencia de referencias equivalentes o de igual valor, etc. Así, Franco Aixelá (1995) define las referencias culturales (*specific cultural items*) como «those textually actualized items whose function and intertextual load in a ST [source text] cause a translation problem due to either the non-existence of the referred item in the target system or to its different intertextual and cultural implications».

En este apartado, veremos cómo diversas clases de referencias culturales pueden clasificarse atendiendo a diferentes factores.

Nida (1975) establece cinco dominios en los que se pueden producir interferencias culturales y que, por tanto, pueden generar problemas de traducción: 1) ecología (flora, fauna y fenómenos atmosféricos); 2) cultura material; 3) cultura social (trabajo y tiempo libre); 4) cultura religiosa; 5) cultura lingüística. Posteriormente, Newmark (1992) realiza una adaptación de la clasificación de Nida, cuya importancia radica en la introducción de una nueva categoría cultural: la de los «gestos y hábitos», primera inclusión de elementos paraverbales.

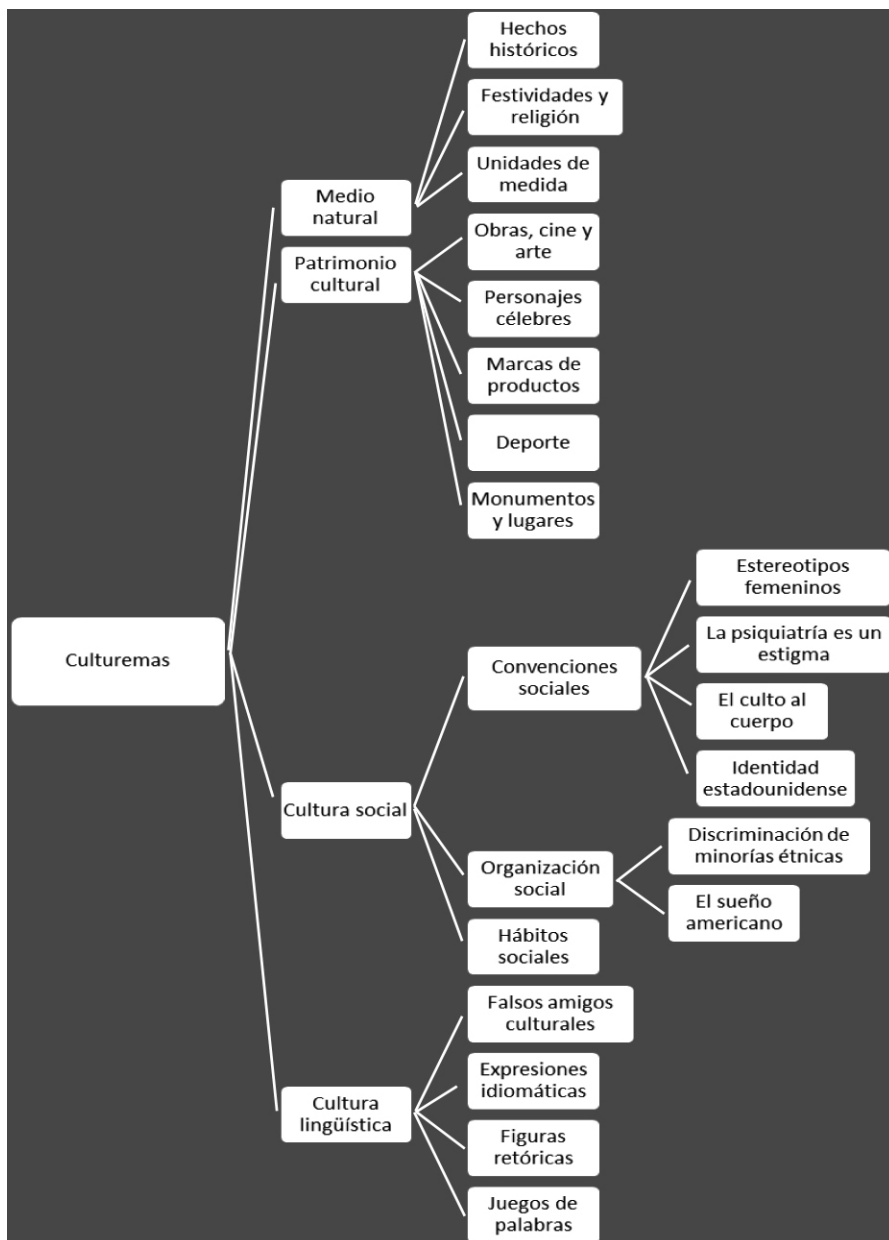
Nord (1997) también recoge los referentes culturales que aparecen en un texto como consecuencia del trasfondo sociocultural que lo acompaña. De esta manera, distingue cuatro elementos: 1) ambiente natural; 2) modo de vivir; 3) historia; 4) patrimonio cultural.

Katan (1999), sin embargo, se aleja de las clasificaciones de Nida y Newmark al afirmar que los aspectos de la cultura operan en todos los niveles. Así, este autor realiza una clasificación de seis niveles lógicos de cultura: 1) el entorno: el entorno físico, el ideológico, el clima, el espacio, las viviendas, los olores, la manera de vestir, etc.; 2) la conducta, las acciones y las reacciones que se perciben en cualquier cultura; 3) las capacidades, estrategias y habilidades para comunicarse: el modo de transmitir un mensaje y cómo se percibe a través de lo que se ha leído, visto o sentido; 4) los valores de una sociedad y su jerarquía; 5) las creencias: dado que afectan a la lengua y la conducta, a menudo son fuente de malentendidos culturales; 6) la identidad.

Finalmente, Molina (2001) revisa los autores anteriormente citados y propone un concepto amplio para cada categoría. Su propuesta está dividida en cuatro grandes ámbitos culturales: 1) medio natural; 2) patrimonio cultural; 3) cultura social; 4) cultura lingüística. Además, esta autora señala el fenómeno de la interferencia cultural, que se puede dividir en dos grupos: por una parte, los falsos amigos culturales: fenómeno similar a los falsos amigos lingüísticos y que se refieren al mismo concepto, hábito o gesto, pero con diferente connotación cultural; por otra, las injerencias culturales, fenómeno que surge cuando aparecen elementos de la



cultura meta en el texto origen. Recogemos a continuación un cuadro resumen con las categorías propuestas por Molina adaptadas al presente trabajo:



**Gráfico 2. Ámbitos culturales propuestos por Molina (2001), adaptados para el estudio de *Mad Men***

Para el propósito de este trabajo, nos centraremos en todas las categorías por igual, ya que el concepto de «cultura» no puede ser concebido omitiendo alguna de ellas. Con respecto a la categorización de estos culturemas, emplearemos la que ofrece Molina, ya que nos parece la más completa y abarcadora al recoger las propuestas de todos los expertos anteriores.

### *1.3. Técnicas para la traducción de culturemas*

Una vez delimitado nuestro campo de actuación, conviene repasar brevemente cuáles son las estrategias o técnicas empleadas para la traducción de culturemas. Para este propósito, recogemos las propuestas de Hurtado (2011), que hace una clara distinción entre los términos «método», «técnica» y «estrategia». De acuerdo con Hurtado (2001: 249 ss.), el método supone el desarrollo de un proceso traductor determinado regulado por unos principios en función del objetivo del profesional de la traducción; el método tiene, por consiguiente, un carácter intraindividual y consciente (aunque a veces pudiera ser inconsciente), y responde a una opción global que recorre todo el texto. Los métodos de traducción están íntimamente relacionados con la finalidad de la traducción.

Por otro lado, la técnica de traducción hace referencia al procedimiento verbal concreto, visible en el resultado de la traducción, para conseguir equivalencias traductoras. Y, por último, la estrategia es de carácter individual y procesual, y consiste en los mecanismos utilizados por el traductor para resolver los problemas encontrados en el desarrollo del proceso traductor en función de sus necesidades específicas. Entre las numerosas consideraciones que Hurtado ha realizado en relación con las técnicas de traducción, nos gustaría resaltar que la autora destaca que «la calificación de una técnica de traducción solo tiene sentido cuando se evalúa dentro de una situación concreta de traducción» (2001: 267). Otra consideración destacable, relacionada con la concepción dinámica y funcional de las técnicas de traducción que Hurtado (2001: 268) defiende, se formula de la siguiente forma:

Las técnicas de traducción no son buenas ni malas en abstracto, sino que tienen un carácter funcional y dinámico y se utilizará una u otra dependiendo de: 1) el género al que pertenece el texto [...]; 2) el tipo de traducción [...]; 3) modalidad de traducción [...]; 4) la finalidad de la traducción y las características del destinatario; 5) el método elegido.

Veamos más detalladamente algunos de los factores más destacados que se han de tener en cuenta en la traducción de culturemas:

- 1) La relación entre las dos culturas (si la traducción se efectúa de una cultura minoritaria a una dominante, o al revés, si existe paridad o similitudes entre las dos culturas, cercanía o lejanía cultural), que determina el grado de acercamiento o visión que una cultura tiene de la otra, así como el trasvase de los elementos culturales. Hay que considerar que, en algunos casos, pueden existir tópicos culturales para los que no existan equivalencias en la lengua de llegada, falsos amigos culturales (gestos, conceptos o comportamientos iguales pero con connotaciones diferentes según la cultura), injerencias culturales (cuando en una cultura se utilizan elementos de otra cultura, a veces distorsionados), etc.
- 2) El género textual en el que se inserta. Las características del TO condicionan la función del culturema en el texto. El culturema puede aparecer en cualquier ámbito (literario, técnico, publicitario, etc.) y en cualquier género textual, produciendo en cada caso problemas de traducción diferentes.
- 3) La función del culturema en el texto original, es decir, su relevancia o no relevancia, en relación con el conjunto del texto.
- 4) La naturaleza del culturema: el registro a que pertenece, su grado de novedad, de universalidad, etc.
- 5) Las características del destinatario: su motivación, nivel cultural, etc.
- 6) La finalidad de la traducción, que, al determinar la elección del método traductor (traducción interpretativa-comunicativa, adaptación, etc.) llevará al traductor a optar por una solución traductora u otra y a utilizar diferentes técnicas.

## **2. Metodología para el análisis de los culturemas en *Mad Men***

El análisis de los culturemas de *Mad Men* se ha llevado a cabo mediante fichas de análisis como la siguiente (tabla 1):

**Tabla 1. Modelo de ficha de análisis**

<b>FICHA:</b> □	
<b>Contexto:</b> □	
<b>Temporada:</b> □	<b>Episodio:</b> □
<b>TCR:</b> □	
<b>V.O.:</b> □	
<b>V.D.:</b> □	
<b>V.O.S.:</b> □	
<b>Categoría de culturema:</b> □	<b>Subcategoría de culturema:</b> □
<b>Técnica de traducción empleada en la V.D.:</b> □	<b>Técnica de traducción empleada en la V.O.S.:</b> □
<b>Mantenimiento del culturema:</b> □	<b>Mantenimiento del culturema:</b> □

Para la elaboración del contenido de la ficha, nos hemos situado en la perspectiva del receptor modelo o ideal que los guionistas de la serie tienen en mente a la hora de escribir los distintos episodios. Por consiguiente, cabe la posibilidad de que la serie contenga referencias tan específicas o sutiles que se escapen al conocimiento de los miembros de la audiencia meta. Con respecto a las técnicas de traducción empleadas en la versión doblada y en la versión original subtitulada, seguimos la propuesta de Hurtado (2001, 2011).

Respecto al comentario que incluimos tras cada ejemplo, hemos optado por considerar que dicho espectador carecerá de un saber especial o específico sobre la comunidad, la cultura o la lengua origen que le permita acceder a toda la información que ofrece cada episodio. En este caso, pues, aplicaremos la noción de *telespectador ideal* en el sentido que sugiere Kovačič (1995: 378). Si bien somos conscientes de que existe la posibilidad de que un alto porcentaje de telespectadores posean un conocimiento más profundo sobre la cultura

norteamericana, sería muy complicado contemplar todas estas individualidades en un trabajo de estas características.

### 3. Análisis y resultados

En este apartado se lleva a cabo la comparación de los resultados a partir de los culturemas que hemos recopilado en las fichas detalladas en el apartado 2, acompañados de algunos ejemplos. En nuestro estudio, contamos con un total de 58 fichas (recogemos una versión abreviada de las mismas en el anexo) que recogen culturemas de tres capítulos diferentes de la serie *Mad Men*, teniendo en cuenta que se entienden como tales tanto sin son conocidos como desconocidos por la cultura receptora.

Si atendemos a los factores destacados de la traducción de culturemas estudiados en el apartado dedicado a las técnicas de traducción, hemos de destacar que cuatro de ellos pueden analizarse de manera conjunta en la primera temporada de la serie objeto de estudio. Así, la relación entre las dos culturas presenta una cierta asimetría, pues en el producto audiovisual final se imponen, en gran medida, las referencias de la cultura estadounidense, concretamente de las décadas de los años 1950 y los 1960 del siglo xx. Esta asimetría queda reflejada en la traducción en tanto que se mantiene en la misma un número elevado de referencias culturales. De igual modo, el género textual se mantiene constante al ser distintas entregas del mismo producto audiovisual en el que, no obstante, aparecen referencias al ámbito publicitario profesional.

Por otra parte, las características del destinatario las consideramos variables, debido a que los productos televisivos pueden ser accesibles por un gran número de espectadores, con distintos intereses, entornos sociales y conocimientos de la cultura original. En este sentido, no cabe duda de que la finalidad de la traducción en el conjunto de los productos televisivos se encuentra íntimamente relacionada con los destinatarios (televidentes) a los que se quiere alcanzar. En el caso de las *sitcom*, y a diferencia de otros productos audiovisuales (como los documentales, por citar tan solo un ejemplo) la finalidad principal consiste en buscar los mayores índices de audiencia posibles, por lo que la adaptación es un recurso habitual, que frecuentemente es combinada con traducciones literales para mantener un cierto matiz extranjerizante que atraiga la atención del espectador.<sup>3</sup>

---

3. Con respecto a los métodos de traducción extranjerizante y familiarizante, véase Martí Ferriol (2010). *Cine independiente y traducción*. Valencia: Tirant lo Blanch.

La función y la naturaleza de los culturemas varían en cada caso concreto, motivo por el cual se han recogido en las fichas. En este sentido, hemos de señalar que el análisis de los resultados se centrará en los tipos de referentes culturales, las técnicas de traducción empleadas, y el mantenimiento o la pérdida de dichos referentes tanto en la versión doblada como en la subtitulada. Se analizarán principalmente los aspectos lingüísticos de los diálogos; pero también, en ocasiones, los paralingüísticos.

### 3.1. Clasificación de los resultados obtenidos

En primer lugar, veamos esta tabla, en la que se realiza una división entre los cuatro tipos de culturemas de acuerdo con Molina (2001):

**Tabla 2. División entre los cuatro diferentes tipos de culturemas**

Medio natural	Patrimonio cultural	Cultura social	Cultura lingüística
1	27	30	12
1,40 %	38 %	45 %	15,60 %

Como podemos observar, del total de 71 culturemas obtenidos en los tres primeros capítulos de *Mad Men*, tan solo uno pertenece a la categoría de medio natural; 27 a la de patrimonio cultural; 30 a la de cultura social; y 12 a la de cultura lingüística. Veamos un ejemplo de cada una de estas categorías:

## a) Medio natural

FICHA: 30	
Contexto: Harry, Ken y otro ejecutivo hablan de la postal que han recibido de Peter	
Temporada: 2	Episodio: «Ladies room» («El tocador de señoras»)
TCR: 00: 10: 21	
V. O.: Ken: Niagara falls. Harry: «Greetings from the wettest place on earth».	
V. D.: Ken: Las cataratas del Niágara. Harry: «Saludos desde el lugar más húmedo del planeta».	
V. O. S.: Ken: Las cataratas del Niágara. Harry: «Saludos desde el lugar más húmedo del planeta».	
Categoría de culturema: 1. medio natural	
Subcategoría de culturema: 1. lugar natural	
Técnica de traducción empleada en la V. D.: 1. Traducción literal	Técnica de traducción empleada en la V. O. S.: 1. Traducción literal
Mantenimiento del culturema: Sí	Mantenimiento del culturema: Sí
Comentario: en primer lugar encontramos un culturema de la categoría medio natural. Las cataratas del Niágara, un lugar natural de la zona oriental de América del Norte. Son muy populares no solo por su belleza, sino por constituir una importante fuente de energía. En ambas versiones se ha empleado la técnica de la traducción literal y se ha mantenido el culturema. En inglés, además, hay un juego de palabras con el adjetivo <i>wet</i> , que de acuerdo con el <i>Urban Dictionary</i> , puede utilizarse para describir a una mujer que está excitada sexualmente. <sup>4</sup> Tanto en la versión doblada como en la versión subtitulada se ha empleado la técnica de la traducción literal para este juego de palabras. A pesar de que, gracias al contexto y a elementos paralingüísticos como el tono jocoso de Harry, el espectador puede intuir el significado de esta expresión, el adjetivo «húmedo» no cuenta con una acepción equivalente en español.	

4. *Urban dictionary*: <http://fr.urbandictionary.com/define.php?term=wet>.

## b) Patrimonio cultural

<b>FICHA: 14</b>	
Contexto: Don y Peter mantienen una conversación sobre la nueva chica de taquigrafía, Peggy	
Temporada: 1	Episodio: 1. «Smoke gets in your eyes» («El humo ciega tus ojos»)
TCR: 00: 17: 27	
V. O.: Peter: Do I get first crack at her? Word is she took down more sailors than The Arizona.	
V. D.: Peter: ¿Seré el primero en entrarla? Dicen que lleva más hombres que el buque de Arizona.	
V.O.S.: Peter: ¿Seré el primero en entrarla? Dicen que lleva más hombres que el buque de Arizona.	
Categoría de culturema: Patrimonio cultural	
Subcategoría de culturema: Hechos históricos	
Técnica de traducción empleada en la V. D.: amplificación	Técnica de traducción empleada en la V.O.S.: amplificación
Mantenimiento del culturema: No	Mantenimiento del culturema: No
Comentario: The Arizona o USS Arizona (BB-39) fue un acorazado de la Armada de los Estados Unidos. Es más conocido por su catastrófico hundimiento en 1941, en el que 1117 personas perdieron la vida durante el ataque japonés a Pearl Harbour. Tanto en la versión doblada como en la subtitulada se ha optado por la técnica de la amplificación y se ha añadido el término «buque» para facilitar la comprensión del telespectador hispanohablante, a pesar de que en el original se haga referencia a <i>sailors</i> («marineros»). No obstante, este juego de palabras en español no tiene el mismo impacto sobre la audiencia que la expresión original, probablemente más familiar para los estadounidenses.	



## c) Cultura social

FICHA: 7	
Contexto: Joan le explica el funcionamiento de la agencia a Peggy	
Temporada: 1	Episodio: 1. «Smoke gets in your eyes» («El humo ciega tus ojos»)
TCR: 00: 08: 15	
V. O.: Joan: In a couple of years, with the right moves, you'll be in the city with us. Of course, if you really make the right moves, you'll be <u>out in the country</u> , and you won't be going to work at all.	
V. D.: Joan: En un par de años, si sabes moverte, vivirás en la ciudad como nosotros. Aunque si te sabes mover de verdad, vivirás en <u>un barrio residencial</u> y no trabajarás.	
V. O. S.: Joan: En un par de años, si sabes moverte, vivirás en la ciudad como nosotros. Naturalmente, si sabes moverte de verdad, vivirás en <u>un barrio residencial</u> y no trabajarás.	
Categoría de culturema: cultura social	
Subcategoría de culturema: organización social → el sueño americano para la mujer conservadora	
Técnica de traducción empleada en la V. D.: traducción literal + adaptación (barrio residencial)	Técnica de traducción empleada en la V. O. S.: traducción literal + adaptación (barrio residencial)
Mantenimiento del culturema: Sí	Mantenimiento del culturema: Sí
Comentario: podemos apreciar claramente las aspiraciones de una mujer estadounidense conservadora de los años 60. Los roles más comunes para la mujer de aquella época eran el de ama de casa, esposa fiel y madre cariñosa. Además, la mujer no era económicamente autónoma, sino que dependía de su marido. El valor de un individuo solía basarse en valores como la posesión de bienes materiales, su empleo, su estatus social, etc. La expresión <i>out in the country</i> , desde una aproximación literal, hace referencia a «en el campo» (en tanto que alejado de la ciudad). En ambas versiones, gracias a la técnica de la traducción literal y una pequeña adaptación para la expresión <i>out in the country</i> , se mantiene el culturema, en tendiendo así el barrio residencial como una señal de poder y buena posición en la jerarquía social, y alejado de las exigencias de la vida urbana.	

## d) Cultura lingüística

<b>FICHA: 13</b>	
Contexto: Peter Campbell entra al despacho de Don sin esperar a que Peggy le haga pasar	
Temporada: 1	Episodio: 1. «Smoke gets in your eyes» («El humo ciega tus ojos»)
TCR: 00: 16: 26	
V. O.: Peter: You look like a hundred bucks.	
V. D.: Peter: ¡Pero si estás hecho un pincel!	
V. O. S.: Peter: ¡Estás hecho un pincel!	
Categoría de culturema: cultura lingüística	
Subcategoría de culturema: frase hecha	
Técnica de traducción empleada en la V. D.: Equivalente acuñado	Técnica de traducción empleada en la V. O. S.: Equivalente acuñado
Mantenimiento del culturema: Sí	Mantenimiento del culturema: Sí
Comentario: Esta frase hecha, con alusión a la divisa estadounidense, resulta realmente interesante, puesto que es originalmente era <i>You look like a million bucks</i> , que hace referencia a alguien bien vestido o atractivo; sin embargo, <i>You look like a hundred bucks</i> es en realidad despectiva, puesto que es una cifra significativamente inferior (a pesar del contexto de mitad de siglo donde se produce). Así, esta frase hecha ha sido traducida a través de la técnica del equivalente acuñado como «Estás hecho un pincel» en las dos versiones. Esta frase hecha en español mantiene perfectamente el significado de la expresión inglesa.	

## 3.2. Análisis cuantitativo de los resultados por subcategorías

A continuación, recogemos en diversas tablas y gráficos el análisis cuantitativo de las subcategorías de los culturemas recogidos en las 58 fichas que componen nuestro objeto de estudio.

**Tabla 3. División entre subcategorías de medio cultural**

Categoría: Medio natural		
Subcategoría	Resultados	Porcentaje
Paisajes	1	100

## Medio natural

**Gráfico 3. Porcentaje de las subcategorías de medio natural****Tabla 4. División entre subcategorías de patrimonio cultural**

Categoría: patrimonio cultural		
Subcategoría	Resultados	Porcentaje
Hechos históricos	7	24 %
Marcas de productos	6	21 %
Obras y arte (series, cine, música)	5	18 %
Personajes célebres	3	11 %
Unidades de medida	3	11 %
Monumentos y lugares	3	11 %
Deportes	1	4 %

### Patrimonio cultural

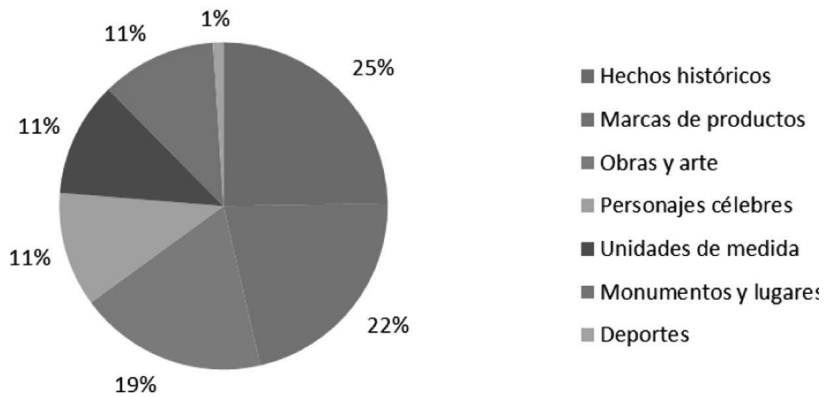


Gráfico 4. Porcentaje de las subcategorías de patrimonio cultural

Categoría: cultura social		
Subcategoría	Resultados	Porcentaje
Convenciones sociales	21	70 %
Organización social	9	30 %

Tabla 5. División entre subcategorías de cultura social

### Cultura social

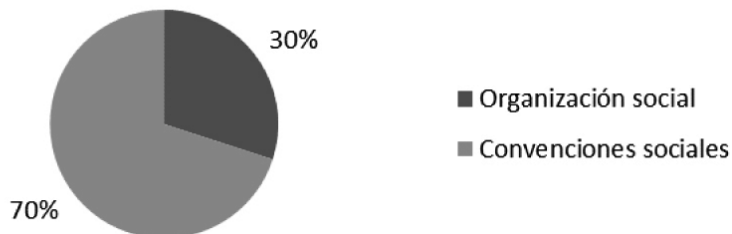
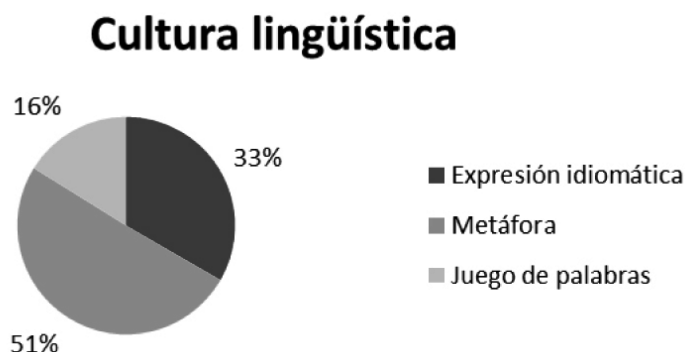


Gráfico 5. Porcentaje de las subcategorías de cultura social

Categoría: cultura lingüística		
Subcategoría	Resultados	Porcentaje
Expresión idiomática	4	33,3 %
Figuras retóricas	6	50 %
Juego de palabras	2	16,7 %

**Tabla 6. División entre subcategorías de cultura lingüística**



**Gráfico 6. Porcentaje de las subcategorías de cultura lingüística**

### 3.3. Resultados relativos a la conservación o pérdida del culturema

A continuación, procederemos a clasificar los ejemplos recogidos en las tablas en tres categorías, en función de si el culturema se mantiene en el texto meta de forma íntegra, de forma parcial o si se pierde:

- Grupo 1: ejemplos en los que se mantiene el culturema de forma íntegra;
- Grupo 2: ejemplos en los que se mantiene el culturema parcialmente;
- Grupo 3: ejemplos en los que se pierde el culturema.

## a) Ejemplo del Grupo 1 (el culturema se mantiene de manera íntegra)

<b>FICHA: 7</b>	
Contexto: Joan le explica el funcionamiento de la agencia a Peggy	
Temporada: 1	Episodio: 1. «Smoke gets in your eyes» («El humo ciega tus ojos»)
TCR: 00: 08: 15	
V. O.: Joan: In a couple of years, with the right moves, you'll be in the city with us. Of course, if you really make the right moves, you'll be <u>out in the country</u> , and you won't be going to work at all.	
V. D.: Joan: En un par de años, si sabes moverte, vivirás en la ciudad como nosotros. Aunque si te sabes mover de verdad, vivirás en <u>un barrio residencial</u> y no trabajarás.	
V. O. S.: Joan: En un par de años, si sabes moverte, vivirás en la ciudad como nosotros. Naturalmente, si sabes moverte de verdad, vivirás en <u>un barrio residencial</u> y no trabajarás.	
Categoría de culturema: cultura social	
Subcategoría de culturema: organización social → el sueño americano para la mujer conservadora	
Técnica de traducción empleada en la V. D.: traducción literal + adaptación (barrio residencial)	Técnica de traducción empleada en la V. O. S.: traducción literal + adaptación (barrio residencial)
Mantenimiento del culturema: Sí	Mantenimiento del culturema: Sí
Comentario: podemos apreciar claramente las aspiraciones de una mujer estadounidense conservadora de los años 60. Los roles más comunes para la mujer de aquella época eran el de ama de casa, esposa fiel y madre cariñosa. Además, la mujer no era económicamente autónoma sino que dependía de su marido. El valor de un individuo solía basarse en valores como la posesión de bienes materiales, su empleo, su estatus social, etc. Por consiguiente, un barrio residencial era una señal de poder y buena posición en la jerarquía social. En ambas versiones, gracias a la técnica de la traducción literal y una pequeña adaptación para la expresión <i>out in the country</i> , se mantiene el culturema.	

## b) Ejemplo del Grupo 2 (el culturema se mantiene parcialmente)

<b>FICHA: 10</b>	
Contexto: Roger le pregunta a Don si alguna vez han contratado algún judío en la agencia dado que los próximos clientes con los que se va a reunir son judíos	
Temporada: 1	Episodio: 1. «Smoke gets in your eyes» («El humo ciega tus ojos»)
TCR: 00: 10: 38	
V. O.: Don: Most of the Jewish work for Jewish firms. Roger: Yeah, I know. Selling Jewish products to Jewish people. [...] Don: Want me to run to the deli and grab somebody?	
V. D.: Don: La mayoría trabaja en empresas judías. Roger: Sí, lo sé. Venden productos judíos a gente judía. [...] Don: ¿Quieres que baje a la tienda y suba uno?	
V. O. S.: Don: Casi todos los judíos trabajan en empresas judías. Roger: Sí, lo sé. Vendiendo judíos a judíos. [...] Don: ¿Bajo a la tienda y subo alguno?	
Categoría de culturema: cultura social	
Subcategoría de culturema: organización social → discriminación de las minorías étnicas	
Técnica de traducción empleada en la V. D.: generalización	Técnica de traducción empleada en la V. O. S.: generalización
Mantenimiento del culturema: parcialmente	Mantenimiento del culturema: parcialmente
Comentario: en EE. UU. una tienda de delicatessen o una <i>deli</i> podría describirse como una mezcla entre una tienda de ultramarinos y un restaurante de comida rápida. Muchas tiendas de este tipo son propiedad de personas judías y venden productos con la etiqueta <i>cashier</i> o <i>kosher</i> , que indica que dichos productos respetan los preceptos de la religión judía, y que por tanto se consideran puros y aptos para ser ingeridos por los practicantes de dicha religión. En esta escena, varios elementos paralingüísticos como el tono de Don y su risa nos indican que se está burlando del hecho de que gran parte de la población judía trabaja en <i>delis</i> y que, si quieren encontrar a un judío, saben dónde buscarlo. En mi opinión, a través del empleo de la técnica de la generalización, se pierde el culturema por dos razones principalmente. En primer lugar, el término «tienda» es demasiado general y neutro y puede confundir al telespectador; y en segundo lugar, si bien en España existe este tipo de tiendas, no son propiedad de personas judías, sino de otras etnias, por lo que el «chiste» de Don no es el más adecuado en la cultura meta.	

## c) Ejemplo del Grupo 3 (el culturema se pierde)

<b>FICHA: 21</b>	
Contexto: Peggy agradece a Don que le defendiera delante de Peter	
Temporada: 1	Episodio: 1. «Smoke gets in your eyes» («El humo ciega tus ojos»)
TCR: 00: 34: 10	
V. O.: Don: First of all, Peggy, I'm your boss, not your boyfriend. Second of all, you ever let Pete Campbell go through my trash again, you won't be able to find a job selling sandwiches in <u>Penn Station.</u>	
V. D.: Don: Primero, Peggy, soy tu jefe, no tu novio y segundo, si vuelves a dejar que Campbell mire mi basura, no encontrarás trabajo ni vendiendo bocadillos <u>en una estación.</u>	
V. O. S.: Don: Lo primero de todo, Peggy, soy tu jefe, no tu novio. Lo segundo, no vuelvas a permitirle a Pete Campbell tocar mi papelera o no trabajarás ni vendiendo sándwiches <u>en Penn St.</u>	
Categoría de culturema: patrimonio cultural	
Subcategoría de culturema: monumentos y lugares	
Técnica de traducción empleada en la V. D.: Generalización	Técnica de traducción empleada en la V. O. S.: Préstamo
Mantenimiento del culturema: No	Mantenimiento del culturema: No
Comentario: <i>Pennsylvania Station</i> (más comúnmente conocida como <i>Penn Station</i> ) es un importante punto ferroviario de Nueva York. Es la estación con mayor actividad en EE. UU. dado que recibe un promedio de mil personas cada 90 segundos. En la versión doblada, se ha empleado la técnica de la generalización y, en consecuencia, el culturema se pierde, puesto que el término «estación» es muy general y neutro. Por otro lado, en la versión doblada se ha mantenido <i>Penn St.</i> , de modo que el culturema no se pierde, pero puede no entenderse, ya que a pesar de que dicha estación es muy conocida, puede que algunos telespectadores no estén familiarizados con ella o no entiendan sus matices.	

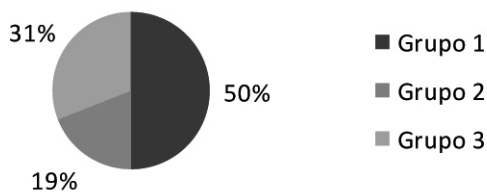
Veamos, en forma de tablas, cómo se recogen estos fenómenos. En la versión doblada, los resultados son los siguientes:



**Tabla 7. Resultados grupo 1, 2 y 3 en la versión doblada**

Versión doblada		
Grupo	Resultados	Porcentaje
Grupo 1	34	50 %
Grupo 2	13	19 %
Grupo 3	21	31 %

## Doblaje

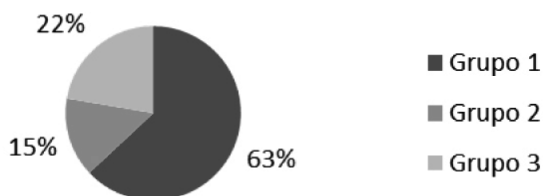
**Gráfico 7. Porcentajes de los resultados en doblaje**

A continuación, mostramos la tabla 8, que contiene los resultados de los tres grupos en la versión subtitulada:

**Tabla 8. Resultados grupo 1, 2 y 3 en la versión subtitulada**

Versión subtitulada		
Grupo	Resultados	Porcentaje
Grupo 1	41	61 %
Grupo 2	10	14,7 %
Grupo 3	16	24,3 %

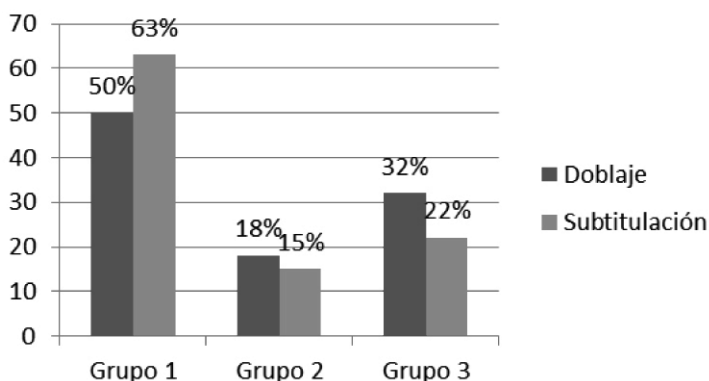
## Subtitulación



**Gráfico 8. Porcentajes de los resultados en subtitulación**

Tanto en la versión doblada como en la subtitulada, los ejemplos que pertenecen al grupo 1 son, con diferencia, los más numerosos (suponen un 50 % y un 61 % respectivamente). A estos les siguen los ejemplos del grupo 3 (31 % y 22 % respectivamente) y, por último, los del grupo 2 (19 % y 14 % respectivamente).

Si comparamos los resultados de las tablas 5 y 6, vemos que los ejemplos del grupo 1, es decir, aquellos culturemas que se mantienen en la versión traducida, son más numerosos en la versión subtitulada. Por el contrario, los ejemplos del grupo 2 y del grupo 3 son más numerosos en la versión doblada. En resumen, la versión doblada contiene menos culturemas que se han mantenido de forma íntegra que la versión subtitulada, pero más culturemas que se han mantenido de forma parcial.



**Gráfico 9. Comparación de los tres grupos de estudio**

### 3.4. Interpretación de los resultados

A partir de los datos que hemos obtenido de los análisis presentados en el apartado anterior, podemos concluir que:

- a) La mayor parte de los referentes culturales presentes en los tres primeros capítulos de la primera temporada de la serie *Mad Men* pertenecen a la categoría culturema social y suponen un 42 % del total de culturemas analizados.
- b) En la mayoría de los ejemplos analizados tanto en la versión doblada como en la subtitulada, se mantienen los culturemas de la sociedad estadounidense de la década de 1960 gracias al uso de diferentes técnicas (51 % y 63 % respectivamente).
- c) La técnica de traducción más empleada tanto en la versión doblada como en la subtitulada es la traducción literal (22 % y 25 % respectivamente).
- d) La tendencia de traducción para los referentes culturales de *Mad Men* del doblaje y de la subtitulación es la extranjerizante. Un 40 % de los elementos del doblaje se ha traducido mediante alguna de las técnicas clasificadas como principalmente extranjerizantes, y un 48 % en la versión subtitulada; el resto, no obstante, se ha realizado con otras técnicas de traducción.

Nuestro objetivo principal era realizar un análisis comparativo de la traducción al español de los referentes culturales que caracterizan a los personajes principales de la serie y, por ende, a la sociedad estadounidense de los años 60, para así identificar cuáles son los problemas más comunes que debe afrontar el traductor audiovisual a la hora de transferir referentes culturales de la lengua origen a la lengua meta y cuáles son las técnicas de traducción que se emplean con más frecuencia. En nuestro análisis, se ha realizado una comparación descriptiva de la versión doblada y la versión subtitulada de los referentes culturales de *Mad Men*, donde hemos podido apreciar algunas diferencias significativas. Asimismo, también hemos podido identificar las técnicas de traducción que se emplean con más frecuencia.

#### 4. Conclusiones

A tenor del análisis realizado, podemos señalar que en la versión subtitulada se han empleado tanto técnicas más cercanas al polo de la extranjerización, en concreto, la traducción literal, el préstamo o el calco, así como técnicas más cercanas al polo de la familiarización, en concreto, la creación discursiva y la adaptación. En lo que al doblaje se refiere, la isocronía fonética y la cinésica han exigido en muchos casos el empleo de técnicas más familiarizantes como la adaptación o la creación discursiva. Sin embargo, cabe destacar que la técnica más utilizada en esta modalidad coincide con la más utilizada en la subtitulación: la traducción literal, técnica extranjerizante. Por consiguiente, debido a la amplia variedad de técnicas empleadas en la versión doblada y en la subtitulada, resulta difícil establecer ningún tipo de asociación directa entre las restricciones de ambas modalidades de traducción audiovisual y un determinado grupo de técnicas de traducción.

Con respecto a la conservación o la pérdida de los culturemas en el texto meta, cabe destacar que, mientras el porcentaje de ejemplos de la versión subtitulada en los que se mantiene el culturema de forma íntegra representa un 63 %, en la versión doblada este desciende hasta el 51 %. Del mismo modo, mientras la proporción de ejemplos en los que se pierde el culturema en la versión subtitulada supone un 22,3 %, en la versión doblada representa un 30 %.

Consideramos que, en este caso en particular, dichos resultados pueden deberse a restricciones propias del doblaje o del subtitulado, lo que daría lugar a un posterior análisis. Existen varios ejemplos en la versión doblada en los que expresiones idiomáticas del inglés se han traducido de forma literal, aun cuando los personajes no aparecían en un primer plano. A consecuencia de la falta de correspondencia entre original y traducción, se pierde el culturema y el impacto de la serie sobre el espectador se ve afectado de forma negativa.

Finalmente, hemos detectado una tendencia extranjerizante común y predominante en las dos versiones (sobre todo en la subtitulación, en la que las técnicas extranjerizantes suponen un 48 %). Dicha tendencia podría relacionarse con uno de los factores que Hurtado destaca al hablar de las técnicas de traducción: la relación entre las dos culturas y, en el presente caso, con la hegemonía de la cultura anglosajona en el mundo actual.

En España y, en general, en toda Europa, el influjo de la cultura estadounidense en las formas de vida, gestos, actitudes y modas es enorme desde hace varias décadas. Este doble papel de la lengua y cultura anglosajona, como lengua de interferencia por un lado, y como punto referencia cultural por otro, se ve con bastante claridad en el mundo del cine. El séptimo arte se ha convertido

en un mecanismo exportador del estilo de vida americano –o el *American way of life*– y, por lo tanto, los telespectadores estamos cada vez más familiarizados con las referencias de la cultura norteamericana, motivo por el que se explica la tendencia extranjerizante de las versiones doblada y subtitulada de *Mad Men*.

## Referencias bibliográficas

- CABRERA GARCÍA-OCHOA, Y.; C. FANJUL PEYRÓ; F. CABEZUELO LORENZO** (2010): «“Sane women” vs. “*Mad Men*”, arquetipos de género en la ficción audiovisual americana», Comunicación presentada en el *Congrès Internacional Congènere*, Universitat de Girona.
- CALVI, M. V.** (2006): *Lengua y comunicación en el español del turismo*, Madrid, Arco Libros.
- CHAUME, F.** (2004): *Cine y traducción*, Madrid, Cátedra.  
— (2012): *Audiovisual Translation: Dubbing*, Londres/Nueva York, Routledge.
- DÍAZ CINTAS, J.; A. REMAEL** (2007): *Audiovisual Translation: Subtitling*, Londres/Nueva York, Routledge.
- FRANCO AIXELÁ, J.** (1995): «Specific Cultural Items and their Translation», en **JANSEN, P.** (ed.) (1995): *Translation and the Manipulation of Discourse. Selected Papers of the CERA Research Seminars in Translation Studies 1992-1993*, Leuven, CETRA, The Leuven Research Centre for Translation, Communication and Cultures, 109-123.
- (1996): «Culture-Specific Items in Translation» en **ÁLVAREZ, R.; M. C. VIDAL** (eds.) (1996): *Translation, Power, Subversion*, Clevedon, Multilingual Matters, 52-78.
- GONZÁLEZ PASTOR, D. M.** (2012): *Análisis descriptivo de la traducción de culturemas en el texto turístico*, Valencia, Universidad Politécnica de Valencia.
- HERVEY, S.; I. HIGGINS** (1992): *Thinking translation: a course in translation method*, Londres, Routledge.
- HOUSE, J.** (1973). «On the limits of translability», *Babel*, 19 (4): 166-167.  
— (2006). «Covert Translation, Language Contact, Variation and Change», *Synaps*, 19: 25-47.
- HURTADO, A.** (2011 [2001]): *Traducción y traductología. Introducción a la Traductología*, Madrid, Cátedra.
- KATAN, D.** (1999): *Translating Cultures. An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators*, Manchester, St. Jerome.

- KOLLER, W.** (1992): *Einführung in die Übersetzungswissenschaft*, Heidelberg, Quelle und Meyer.
- LUQUE, L.** (2009): «Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales?», *Language Design*, 11: 93-120.
- MARTÍ FERRIOL, J. L.** (2006): *Estudio empírico y descriptivo del método de traducción para doblaje y subtitulación*, Castellón, Publicacions de Universitat Jaume I.
- (2010): *Cine independiente y traducción*, Valencia, Tirant lo Blanch.
- MARTÍNEZ GARRIDO, G.** (2013): «Minority Languages and Film Subtitling: An Empirical Study Based on the Translation of Culture-Bound Elements from Catalan into English», *Cultus*, 6: 109-124.
- MAYORAL, R.** 2001. *Aspectos epistemológicos de la traducción*, Castellón, Publicacions de Universitat Jaume I.
- MOLINA, L.** (2001): *Análisis descriptivo de la traducción de los culturemas árabe-español*, Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona.
- MORENO, A.** (2005): «La traducción de la intertextualidad en textos audiovisuales: a la búsqueda de una metodologías» en **ROMANA, M. L.** (ed.) (2005): *Actas del II Congreso Internacional de la AIETI*, Madrid, AIETI, 1207-1217.
- NEWMARK, P.** (2004 [1988, 1992]). *Manual de traducción*, Madrid, Cátedra.
- NIDA, E.** (1975 [1945]). «Linguistics and ethnology in translation problems» en **NIDA, E.** (ed.) (1975): *Exploring Semantic Structures*, Múnich, Wilhelm Fink Verlag, 194-208.
- NORD, C.** (1997): *Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained*, Manchester, St. Jerome Publishing.
- PEDERSEN, J.** (2011). *Subtitling Norms for Television*. Ámsterdam-Filadelfia, John Benjamins.
- PÉREZ VICENTE, N.** (2008): «El culturema en la tipología textual turística: ejemplos de traducción al italiano» en **PEGENAUTE, L.; J. DECESARIS; M. TRICÁS; E. BERNAL** (eds.) (2008): *Actas del III Congreso Internacional de la AIETI*, vol. 1, Barcelona, PPU, 459-470.
- RABADÁN, R.** (1991): *Equivalencia y traducción*, León, Universidad de León.
- REISS, K.; H. J. VERMEER** (1996): *Fundamentos para una teoría funcional de la traducción*, Madrid, Akal.
- SANTOYO, J. C.** (1994): «Traducción de cultura, traducción de civilización» en **HURTADO, A.** (ed.) (1994): *Estudis sobre la traducció*, Castellón, Publicacions de la Universitat Jaume I. 141-152.
- VLAKHOV, S.; S. FLORIN** (1970): *Neperevodimoye v perevode: realii. Masters-tvo perevoda*, Moscú, Sovetskii pisatel. 432-456.

**Anexo: fichas de análisis resumidas**

Temporada 1. Capítulo 1: «Smoke gets in your eyes» («El humo ciega tus ojos»)

<b>FICHA: 1</b>
Contexto: Donal Draper se encuentra en un bar tomando una copa mientras intenta encontrar un nuevo eslogan para la campaña publicitaria de la empresa tabacalera Lucky Strike
TCR: 00:01:26
V. O.: Don: Can I ask you a question? Why do you smoke Old Gold? Waiter: I'm sorry, sir. Is Sam here bothering you? He can be a little chatty.
V. D.: Don: ¿Puedo preguntarle por qué fuma Old Gold? Camarero: Disculpe señor, ¿es que Sam le está molestando? Le gusta hablar demasiado.
V. O. S.: Don: ¿Puedo preguntarle por qué fuma Old Gold? Camarero: Disculpe señor, ¿Sam le está molestando? A veces habla demasiado.
Categoría de culturema: cultura social
Subcategoría de culturema: Organización social →Discriminación de las minorías étnicas - el problema negro

<b>FICHA: 2</b>
Contexto: Don se encuentra en un bar y mantiene una conversación con un camarero de color
TCR: 00:02:28
V. O.: Waiter: My wife hates it. <i>Reader's Digest</i> says it will kill you. Don: Yeah, I heard about that. Waiter: Ladies love their magazines.
V. D.: Camarero: Mi esposa lo odia. Según el <i>Reader's Digest</i> mata. Don: Sí, eso comentan. Camarero: Las mujeres adoran sus revistas.

<b>FICHA: 2 (continuación)</b>
V. O. S.: Camarero: Mi esposa lo odia. El «Reader's Digest» dice que te mata. Don: Sí, eso he oído. Camarero: A las mujeres les encantan sus revistas.
Categoría de culturema: 1. patrimonio cultural 1. cultura social
Subcategoría de culturema: 1. obras y arte 1. convenciones sociales → estereotipos femeninos e infravaloración de la mujer

<b>FICHA: 3</b>
Contexto: Don va a visitar a su amante porque está desesperado al no poder encontrar un buen eslogan para su próxima campaña publicitaria
TCR: 00:04:17
V. O.: Midge: Is this the part where I say, Don Draper is the greatest ad-man ever, and his big, strong brain will find a way <u>to lead the sheep to the slaughterhouse?</u> [...] Don: Next time you see me, there'll be a bunch of young executives.
V. D.: Midge: ¿Esta es la parte en la que digo: Don Draper es el mejor publicista que puede haber y su magnífico cerebro encontrará una forma de <u>venderles la cabra?</u> [...] Don: La próxima vez que me veas habrá una panda de niños con corbata <u>merendándoseme.</u>
V. O. S.: Midge: ¿Es aquí donde digo: Don Draper es el mejor entre los publicistas y su magnífico cerebro encontrara la forma de <u>venderles la moto?</u> [...] Don: La próxima vez que me veas, habrá un puñado de jóvenes ejecutivos <u>haciéndome picadillo.</u>
Categoría de culturema: 1. cultura lingüística 1. cultura lingüística
Subcategoría de culturema: 1. frase hecha 1. metáfora



<b>FICHA: 4</b>
Contexto: Está amaneciendo, y Don y Midge están juntos en la cama
TCR: 00:05:13
V. O.: Don: We should get married. Midge: You think I'd make a good exwife? Don: I'm serious. You have your own business. You don't mind when I come over. <u>What size Cadillac do you take?</u>
V. D.: Don: Deberíamos casarnos. Mitch: ¿Crees que sería una buena exmujer? Don: Hablo en serio. Tienes tu trabajo. Te da igual a qué hora vuelvo. <u>¿Qué modelo de Cadillac te gusta?</u>
V. O. S.: Don: Deberíamos casarnos. Mitch: ¿Crees que sería una buena exmujer? Don: Hablo en serio. Tienes tu propio negocio. Te da igual cuando aparezco por casa. <u>¿Qué tipo de Cadillac prefieres?</u>
Categoría de culturema: cultural social
Subcategoría de culturema: convenciones sociales → estereotipos femeninos y el sueño americano

<b>FICHA: 5</b>
Contexto: Paul, Ken y Harry mantienen una conversación en el ascensor de la agencia, en el cual se encuentra también Peggy Olson
TCR: 00:06:46
V. O.: Paul: What did you do that for? She'll probably be assigned to one of us. Ken: <u>Then she'll know what she's in for. You got to let them know what kind of guy you are.</u> <u>Then they'll know what kind of girl to be.</u> Harry: I have a feeling we won't be going to your bachelor party anytime son. Ken: Yeah, well, compared to Campbell, <u>I'm a Boy Scout.</u>

<b>FICHA: 5 (continuación)</b>
<p>V. D.:                      Paul: ¿Por qué has hecho eso? Seguro que nos la asignan a alguno.                      Ken: <u>Así sabrá a qué atenerse. Solo si le demuestras qué tipo de chico eres sabrá qué tipo de chica debe ser.</u>                      Harry: Creo que tardaremos mucho tiempo en ir a tu despedida de soltero.                      Ken: Pues comparado con Campbell, <u>soy un Boy Scout.</u></p>
<p>V. O. S.:                      Paul: ¿Por qué has hecho eso? Probablemente nos la asignarán a alguno.                      Ken: <u>Así sabrá a qué atenerse. Además, sabrá qué clase de tipo eres y así qué tipo de chica debe ser.</u>                      Harry: Me da que no iremos pronto a tu despedida.                      Ken: Bueno, comparado con Campbell, <u>soy un Boy Scout.</u></p>
<p>Categoría de culturema:                      1. cultura social                      1. cultura lingüística</p>
<p>Subcategoría de culturema:                      1. convenciones sociales → estereotipos femeninos                      1. metáfora</p>

<b>FICHA: 6</b>
<p>Contexto: Peter Campbell mantiene una conversación telefónica mientras sus compañeros le esperan para comenzar su despedida de soltero</p>
<p>TCR: 00:07:37</p>
<p>V. O.:                      Peter Campbell: Of course I love you. I'm giving up my life to be with you, aren't I?                      What a great gal. I tell you boys, she stole my heart.                      Paul: And her old man's loaded.</p>
<p>V. D.:                      Peter Campbell: Pues claro que te quiero. Voy a pasar toda mi vida contigo, o ¿no? Es maravillosa. En serio chicos... me ha conquistado.                      Paul: Y su viejo está forrado.</p>
<p>V. O. S.:                      Peter Campbell: Claro que te quiero. Renuncio a mi vida por estar contigo, ¿no? Qué chica tan maravillosa. Os lo digo de verdad... me ha robado el corazón.                      Paul: Y su viejo está forrado.</p>

<b>FICHA: 6 (continuación)</b>
Categoría de culturema: 1. cultura social 1. cultura lingüística
Subcategoría de culturema: 1. convenciones sociales → estereotipos femeninos e infravaloración de la mujer 1. metáfora

<b>FICHA: 7</b>
Contexto: Joan le explica el funcionamiento de la agencia a Peggy
TCR: 00:08:15
V. O.: Joan: In a couple of years, with the right moves, you'll be in the city with us. Of course, if you really make the right moves, you'll be <u>out in the country</u> , and you won't be going to work at all.
V. D.: Joan: En un par de años, si sabes moverte, vivirás en la ciudad como nosotros. Aunque si te sabes mover de verdad, vivirás en <u>un barrio residencial</u> y no trabajarás.
V. O. S.: Joan: En un par de años, si sabes moverte, vivirás en la ciudad como nosotros. Naturalmente, si sabes moverte de verdad, vivirás en <u>un barrio residencial</u> y no trabajarás.
Categoría de culturema: cultura social
Subcategoría de culturema: organización social → el sueño americano para la mujer conservadora

<b>FICHA: 8</b>
Contexto: Joan intenta ayudar a Peggy y le da consejos sobre feminidad
TCR: 00:08:58
V. O.: Joan: Go home, take a paper bag, and cut some eyeholes out of it. Put it over your head, get undressed, and look at yourself in the mirror. Really evaluate where your strengths and weaknesses are, and be honest.

<b>FICHA: 8 (continuación)</b>
<p>V. D.: Joan: Coge una bolsa de papel y hazle dos agujeros. Póntela en la cabeza, desnúdate y mírate en el espejo. Valora qué puntos fuertes y qué puntos débiles tienes y sé honesta.</p>
<p>V. O. S.: Joan: Coge una bolsa de papel y hazle dos agujeros. Colócatela en la cabeza, desnúdate y mírate en el espejo. Determina cuáles son tus puntos fuertes y tus debilidades. Sé honesta.</p>
<p>Categoría de culturema: cultural social</p>
<p>Subcategoría de culturema: convenciones sociales → los modelos y el culto al cuerpo</p>

<b>FICHA: 9</b>
<p>Contexto: Joan le explica a Peggy cómo funcionan los aparatos de la agencia</p>
<p>TCR: 00:09:14</p>
<p>V. O.: Joan: Now, try not to be overwhelmed by all this technology. It looks complicated, but the men who designed it made it simple enough for a woman to use.</p>
<p>V. D.: No te agobies por toda esta tecnología. Parece complicada pero la diseñaron para que pudiera usarla hasta una mujer.</p>
<p>V. O. S.: Intenta no agobiarte con toda esta tecnología. Parece complicada pero la diseñaron para que pudiera usarla hasta una mujer.</p>
<p>Categoría de culturema: cultura social</p>
<p>Subcategoría de culturema: convenciones sociales → estereotipos femeninos</p>

<b>FICHA: 10</b>
<p>Contexto: Roger le pregunta a Don si alguna vez han contratado algún judío en la agencia dado que los próximos clientes con los que se va a reunir son judíos</p>
<p>TCR: 00:10:38</p>
<p>V. O.: Don: Most of the Jewish work for Jewish firms. Roger: Yeah, I know. Selling Jewish products to Jewish people. [...] Don: Want me to run to the deli and grab somebody?</p>

<b>FICHA: 10 (continuación)</b>
<p>V. D.:  Don: La mayoría trabaja en empresas judías.  Roger: Sí, lo sé. Venden productos judíos a gente judía. [...]  Don: ¿Quieres que baje a la tienda y suba uno?</p>
<p>V. O. S.:  Don: Casi todos los judíos trabajan en empresas judías.  Roger: Sí, lo sé. Vendiendo judíos a judíos. [...]  Don: ¿Bajo a la tienda y subo alguno?</p>
Categoría de culturema: cultura social
Subcategoría de culturema: organización social → discriminación de las minorías étnicas

<b>FICHA: 11</b>
Contexto: Don y Sal están reunidos en la oficina de Don y reciben la visita de la doctora Guttman
TCR: 00:12:42
<p>V. O.:  Sal: Oh, great! Now we get to hear from our man in research.</p>
<p>V. D.:  Sal: Genial. A ver qué nos cuenta doña Investigaciones.</p>
<p>V. O. S.:  Sal: Estupendo. A ver qué se cuenta doña Investigaciones.</p>
Categoría de culturema: cultura social
Subcategoría de culturema: convenciones sociales → estereotipos femeninos

<b>FICHA: 12</b>
Contexto: La doctora Guttman sugiere argumentos para la campaña publicitaria del tabaco
TCR: 00:13:16
<p>V. O.:  Doctora Guttman: We can still suggest that cigarettes are part of American life, or, most appealing, an assertion of independence.</p>

<b>FICHA: 12 (continuación)</b>
V. D.: Doctora Guttman: Sugerir que los cigarrillos son parte de la vida americana, o más atractivo, una prueba de independencia.
V. O. S.: Doctora Guttman: Podemos sugerir que los cigarrillos son parte de la vida americana. O más atractivo, una prueba de independencia.
Categoría de culturema: cultural social
Subcategoría de culturema: organización social → el sueño americano

<b>FICHA: 13</b>
Contexto: Peter Campbell entra al despacho de Don sin esperar a que Peggy le haga pasar
TCR: 00:16:26
V. O.: Peter: You look like a hundred bucks.
V. D.: Peter: ¡Pero si estás hecho un pincel!
V. O. S.: Peter: ¡Estás hecho un pincel!
Categoría de culturema: cultura lingüística
Subcategoría de culturema: frase hecha

<b>FICHA: 14</b>
Contexto: Don y Peter mantienen una conversación sobre la nueva chica de taquigrafía, Peggy
TCR: 00:17:27
V. O.: Peter: Do I get first crack at her? Word is she took down more sailors than The Arizona.

<b>FICHA: 14 (continuación)</b>
V. D.: Peter: ¿Seré el primero en entrarla? Dicen que lleva más hombres que el buque de Arizona.
V. O. S.: Peter: ¿Seré el primero en entrarla? Dicen que lleva más hombres que el buque de Arizona.
Categoría de culturema: Patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: Hechos históricos

<b>FICHA: 15</b>
Contexto: La propietaria de los almacenes Menken llega a la agencia, pero Don se equivoca de persona
TCR: 00:18:30
V. O.: Rachel: I'm Rachel Menken. Don: Oh. Uh, sorry. I was expecting... Rachel: You were expecting me to be a man. My father was, too.
V. D.: Rachel: Soy Rachel Menken. Don: Lo siento, esperaba... Rachel: Esperaba que fuera un hombre. Mi padre también.
V. O. S.: Rachel: Soy Rachel Menken. Don: Lo siento, esperaba... Rachel: Esperaba que fuera un hombre. Mi padre también.
Categoría de culturema: cultura social
Subcategoría de culturema: convenciones sociales → estereotipos femeninos

<b>FICHA: 16</b>
Contexto: La propietaria de los almacenes Menken llega a la agencia pero Don se equivoca de persona
TCR: 00:20:16

<b>FICHA: 16 (continuación)</b>
<p>V. O.:                      Doctor: Although, as a doctor, I'd like to think that putting a woman in this situation is not gonna turn her into some kind of strumpet. [...] The fact is, even in our modern times, easy women don't find husbands.</p>
<p>V. D.:                      Ginecólogo: Aunque como médico me gustaría pensar que facilitar esta situación a una mujer no va a convertirla en una ramera. [...] La realidad es que incluso en los tiempos modernos, las chicas fáciles no encuentran marido.</p>
<p>V. O. S.:                      Ginecólogo: Aunque, como médico, no me gustaría pensar que facilitar esta situación a una mujer la convertirá en una ramera. [...] La realidad es que incluso en los tiempos modernos, las chicas fáciles no encuentran marido.</p>
<p>Categoría de culturema: cultura social</p>
<p>Subcategoría de culturema: convenciones sociales → estereotipos femeninos</p>

<b>FICHA: 17</b>
<p>Contexto: Peggy se encuentra en la consulta del ginecólogo</p>
<p>TCR: 00:21:06</p>
<p>V. O.:                      Doctor: I'm gonna write you a prescription for Enovid. They're \$11 a month, but don't think you have to go out and become the town pump just to get your money's worth. Excuse my French.</p>
<p>V. D.:                      Ginecólogo: Bien, voy a hacerte una receta de Enovid. Cuestan 11 dólares al mes. Pero ahora no te conviertas en la puta de la ciudad solo para amortizarlos. Perdona la palabra.</p>
<p>V. O. S.:                      Ginecólogo: Bien, voy a hacerte una receta de Enovid. Cuestan 11 dólares al mes, pero no te ofrezcas a toda la ciudad solo para amortizarlos. Perdona la expresión.</p>
<p>Categoría de culturema:                      1. Patrimonio cultural                      1. Cultura lingüística</p>
<p>Subcategoría de culturema:                      1. marcas de productos                      1. frase hecha</p>



<b>FICHA: 18</b>
Contexto: Conversación entre Peter y Don sobre el futuro de Peter en la empresa
TCR: 00:23:49
<p>V. O.:</p> <p>Peter: So I'm kind of counting on you to help me out. There's plenty of room at the top. [...]</p> <p>Peter: A man like you I'd follow into combat blindfolded, and I wouldn't be the first. Am I right, buddy?</p> <p>Don: Let's take it a little slower. I don't want to wake up pregnant.</p>
<p>V. D.:</p> <p>Peter: Don, te necesito para ayudarme a subir. Hay mucho sitio en la cima. [...]</p> <p>Peter: Yo te seguiría en el combate con los ojos vendados y no sería el primero, ¿no, camarada?</p> <p>Don: Vayamos un poco más despacio, no quiero quedarme embarazada.</p>
<p>V. O. S.:</p> <p>Peter: Así que cuento con tu ayuda para poder subir. Hay mucho sitio en la cima. [...]</p> <p>Peter: Yo te seguiría en combate con los ojos vendados y no sería el primero, ¿no es cierto?</p> <p>Don: Vayamos más despacio, no quiero quedarme embarazada.</p>
Categoría de culturema: cultura social
Subcategoría de culturema: organización social → el sueño americano

<b>FICHA: 19</b>
Contexto: Todos los ejecutivos de Sterling & Cooper se encuentran reunidos con los directores de Lucky Strike. Por desgracia, aún no han encontrado un buen eslogan para su campaña publicitaria
TCR: 00:28:31
<p>V. O.:</p> <p>Lucky Strike CEO: I'm not selling rifles here. I'm in the tobacco business. We're selling America. The Indian gave it to us, for shit sake.</p>
<p>V. D.:</p> <p>Director de Lucky Strike: Yo no vendo rifles, estoy en la industria del tabaco. Vendemos América. Los indios nos la dieron. ¡Por el amor de Dios!</p>

<b>FICHA: 19 (continuación)</b>
V. O. S.: Director de Lucky Strike: Yo no vendo rifles, mi negocio es el tabaco. Vendemos América. Los indios nos lo trajeron, me cago en la leche.
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: hechos históricos → colonización de América

<b>FICHA: 20</b>
Contexto: Roger felicita a Don por su exitosa campaña publicitaria a pesar de que se le ocurrió en el último momento
TCR: 00:32:18
V. O.: Roger: Don, thanks again for the home run. Don: I love to come through.
V. D.: Roger: Don, gracias por marcar el tanto. Don: Me gusta cumplir.
V. O. S.: Roger: Gracias por el tanto. Don: Me gusta cumplir.
Categoría de culturema: patrimonio cultural + cultura lingüística
Subcategoría de culturema: 1. deporte 1. metáfora

<b>FICHA: 21</b>
Contexto: Peggy agradece a Don que le defendiera delante de Peter
TCR: 00:34:10
V. O.: Don: First of all, Peggy, I'm your boss, not your boyfriend. Second of all, you ever let Pete Campbell go through my trash again, you won't be able to find a job selling sandwiches in <u>Penn Station</u> .

<b>FICHA: 21 (continuación)</b>
V. D.: Don: Primero, Peggy, soy tu jefe, no tu novio y segundo, si vuelves a dejar que Campbell mire mi basura, no encontrarás trabajo ni vendiendo bocadillos <u>en una estación.</u>
V. O. S.: Don: Lo primero de todo, Peggy, soy tu jefe, no tu novio. Lo segundo, no vuelvas a permitirle a Pete Campbell tocar mi papelera o no trabajarás ni vendiendo sándwiches <u>en Penn St.</u>
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: monumentos y lugares

<b>FICHA: 22</b>
Contexto: Don se vuelve a encontrar con Rachel Menken para disculparse por su comportamiento en la reunión. Toman una copa juntos en un bar.
TCR: 00:38:24
V. O.: Don: It's just that you're a beautiful, educated woman. Don't you think that getting married and having a family would make you happier than all the headaches that go along with fighting people like me? Rachel: If I weren't a woman, I'd be allowed to ask you the same question? And if I weren't a woman, I wouldn't have to choose between putting on an apron and the thrill of making my father's store what I've always thought it should be.
V. D.: Don: Solo digo que es una mujer culta y guapa. ¿No cree que casarse y formar una familia la haría más feliz que los quebraderos de cabeza de discutir con gente como yo? Rachel: Si no fuera una mujer, ¿podría hacerle a usted la misma pregunta? Y si no fuera una mujer, no tendría que elegir entre ponerme un delantal y el reto de convertir el negocio de mi padre en lo que he creído siempre.
V. O. S.: Don: Solo digo que es culta y guapa. ¿No cree que casarse y formar una familia la haría más feliz que los quebraderos de cabeza por discutir con gente como yo? Rachel: Si no fuese mujer, ¿me estaría permitido preguntarle lo mismo? Y si no fuese mujer, no tendría que elegir entre ponerme un delantal y la emoción de convertir el negocio de mi padre en lo que debería ser.
Categoría de culturema: cultura social
Subcategoría de culturema: convenciones sociales → estereotipos femeninos, la mística de la feminidad

Temporada 1. Capítulo 2: «Ladies room» («El tocador de señoras»)

<b>FICHA: 23</b>
Contexto: Roger y su esposa salen a cenar con Don y Betty y hablan de su infancia
TCR: 00:01:33
V. O.: Roger: I had another nanny originally, a German girl, round face, en ormous bosom. My parents got rid of her after the Lindbergh baby.
V. D.: Roger: Antes tuve otra niñera, alemana, de cara redonda y pechos enormes. Mis padres la despidieron por demasiado voluptuosa.
V. O. S.: Roger: Antes tuve otra niñera, una alemana, de cara redonda y pechos enormes. Mis padres la echaron tras el secuestro del niño de Lindbergh.
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: hechos históricos

<b>FICHA: 24</b>
Contexto: Roger, Mona, Don y Betty hablan sobre Margaret, la hija de Roger y Mona, quien acaba de empezar a ir a un psicólogo.
TCR: 00:01:46
V. O.: Roger: Belva raised me and I turned out just fine. Didn't have to go to a psychiatrist like some people's kids.
V. D.: Roger: Belva me crió a mí y he salido bien. Nunca necesité un psiquiatra como los hijos de otros.
V. O. S.: Roger: Belva me crió y he salido bien. No tuve que ir al psiquiatra como otros niños.
Categoría de culturema: cultura social
Subcategoría de culturema: convenciones sociales → incredulidad acerca de la psiquiatría

<b>FICHA: 25</b>
Contexto: Roger, Mona, Don y Betty hablan sobre Margaret, la hija de Roger y Mona, quien acaba de empezar a ir a un psicólogo
TCR: 00:01:56
V. O.: Roger: 16 years old and wouldn't get out of bed. I tell ya, I cannot wait until that girl is another man's problem.
V. D.: Roger: 16 años y no sale de la cama. En serio, estoy impaciente porque sea el problema de otro hombre.
V. O. S.: Roger: 16 años y no sale de la cama. Estoy impaciente porque esa chica sea el problema de otro hombre.
Categoría de culturema: cultural social
Subcategoría de culturema: convenciones sociales → estereotipos femeninos

<b>FICHA: 26</b>
Contexto: La mujer de Roger retoca a Betty en los servicios del restaurante
TCR: 00:03:21
V. O.: Mona: Look at those lips. I bet it's not hard for you to hold on to <u>a man like that</u> . [...] Betty: It's hard to hold on to anything right now with the children and <u>running the house</u> .
V. D.: Mona: ¡Mira qué labios! No puede ser muy difícil conservar a un hombre <u>con ellos</u> . [...] Betty: Ahora es difícil conservar cualquier cosa con los niños y <u>la casa</u> ...
V. O. S.: Mona: Mira qué labios. Seguro que no te cuesta retener a un hombre como él. [...] Betty: Cuesta retener nada en estos momentos con los niños y el cuidado de la casa.
Categoría de culturema: cultura social
Subcategoría de culturema: convenciones sociales → estereotipos femeninos

<b>FICHA: 27</b>
Contexto: Betty le confiesa a Mona sus preocupaciones
TCR: 00:03:55
V. O.: Cleaning lady: Those purses get any smaller, we're gonna starve.
V. D.: Señora de la limpieza: Si traen bolsos más pequeños, nos moriremos de hambre.
V. O. S.: Señora de la limpieza: Con esos bolsos cada día más pequeños nos moriremos de hambre.
Categoría de culturema: cultura social
Subcategoría de culturema: organización social → discriminación de las minorías étnicas

<b>FICHA: 28</b>
Contexto: Peggy y Joan hablan del sueldo de Peggy
TCR: 00:06:54
V. O.: Peggy: For two weeks I've been telling people I have a job in Manhattan. Joan: Look at you, you're indomitable! You'd never know you were the very bottom of the food chain.
V. D.: Peggy: Llevo dos semanas presumiendo de que trabajo en Manhattan. Joan: Hay que ver, eres indomable. ¿No ves que estás al final de la cadena alimentaria?
V. O. S.: Peggy: Llevo dos semanas presumiendo de que trabajo en Manhattan. Joan: Hay que ver, eres indomable. No te enteras de que estás al final de la cadena alimentaria.
Categoría de culturema: 1. patrimonio cultural 1. cultura social
Subcategoría de culturema: 1. lugares célebres 1. organización social

<b>FICHA: 29</b>
Contexto: Bert, Roger y Don hablan sobre la campaña publicitaria que deben preparar para Dick Nixon
TCR: 00:08:39
V. O.: Bert Cooper: Make no mistake. We know better what Dick Nixon needs. Better than Nick Dixon. Don: And what does Dick Nixon think he needs? Roger: What he already has... Ted Rogers, brains behind that checkers broadcast.
V. D.: Bert Cooper: No te equivoques, aquí sabemos lo que necesita Dick Nixon mejor que Dick Nixon. Don: ¿Y qué cree que necesita? Roger: Lo que ya tiene: a Ted Rogers, el cerebro creador del discurso Checkers.
V. O. S.: Bert Cooper: No te equivoques, sabemos lo que Dick Nixon necesita. Mejor que el propio Dick Nixon. Don: ¿Y qué cree que Nixon necesita? Roger: Lo que ya tiene: a Ted Rogers. El cerebro creador del discurso Checkers.
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: hecho histórico

<b>FICHA: 30</b>
Contexto: Harry, Ken y otro ejecutivo hablan de la postal que han recibido de Peter
TCR: 00:10:21
V. O.: Ken: Niagara falls. Harry: «Greetings from the wettest place on earth».
V. D.: Ken: Las cataratas del Niágara. Harry: «Saludos desde el lugar más húmedo del planeta».
V. O. S.: Ken: Las cataratas del Niágara. Harry: «Saludos desde el lugar más húmedo del planeta».

<b>FICHA: 30 (continuación)</b>	
Categoría de culturema: 1. medio natural 1. cultural lingüística	
Subcategoría de culturema: 1. lugar natural 1. juego de palabras	

<b>FICHA: 31</b>	
Contexto: Peggy y Joan salen a comer con Harry, Ken y otro ejecutivo	
TCR: 00:11:48	
V. O.: Ken: Perhaps, I can interest you in a 42 long. Executive: That's not his suit size.	
V. D.: Ken: Puede que te interese una talla 42. Ejecutivo: Y no habla de trajes.	
V. O. S.: Ken: Quizá te interese una talla 42. Ejecutivo: No habla de trajes.	
Categoría de culturema: patrimonio cultural	
Subcategoría de culturema: unidades de medida	
Técnica de traducción empleada en la V. D.: Adaptación	Técnica de traducción empleada en la V. O. S.: Adaptación

<b>FICHA: 32</b>	
Contexto: Francine y Peggy hablan sobre la posibilidad de que Peggy forme parte de la APA del colegio de sus hijos	
TCR: 00:12:17	
V. O.: Francine: I will not have Marilyn Kechner dictate the agenda. The woman is obsessed with nutrition. Although, you wouldn't know it to look at her.	



<b>FICHA: 32 (continuación)</b>
V. D.: Francine: Me niego a que Marilyn Kechner dicte la orden del día. Está obsesionada con la nutrición, aunque nadie lo diría al verla.
V. O. S.: Francine: Me niego a que Marilyn Kechner dicte la orden del día. Está obsesionada con la nutrición, aunque nadie lo diría al verla.
Categoría de culturema: cultura social
Subcategoría de culturema: convenciones sociales → estereotipos femeninos y modelos de belleza

<b>FICHA: 33</b>
Contexto: Betty y Francine siguen en la cocina de la casa de Betty y Don criticando a otras mujeres, como, por ejemplo, la nueva vecina de Chilmark
TCR: 00:12:55
V. O.: Francine: I ran into Juanita Cabot at <u>square dancing</u> and I found out who is moving into that little Dutch colonial down the street. Her name is Helen Bishop. Betty: Is she an old lady? Francine: Divorced. Betty: Really? Francine: Nine-year-old boy and a baby. Betty: That's awful. Francine: I know. Betty: All on her own? Francine: I know. Can you imagine worrying about money at this point in our lives? [...] Francine: Juanita it might be bad for real estate value of Chilmark. Betty: One divorcee?

**FICHA: 33 (continuación)**

V. D.:

Francine: Me encontré a Juanita Cabot en contrabaile y ya sé quién se muda a la casa del final de la calle. Se llama Helen Bishop.

Betty: ¿Es una anciana?

Francine: Divorciada.

Betty: ¿De verdad?

Francine: Con un niño de nueve y un bebé.

Betty: Es horrible.

Francine: Lo sé.

Betty: ¿Ella sola?

Francine: Lo sé. ¿Te imaginas preocuparte por el dinero a estas alturas de tu vida?

[...]

Francine: Juanita cree que afectará a la tasación inmobiliaria de Chilmark.

Betty: ¿Una divorciada?

V. O. S.:

Francine: Me encontré a Juanita Cabo en contradanza y ya sé quién se muda al final de la calle. Se llama Helen Bishop.

Betty: ¿Es una anciana?

Francine: Divorciada.

Betty: ¿De verdad?

Francine: Con un niño de nueve y un bebé.

Betty: ¡Qué horror!

Francine: Ya.

Betty: ¿Ella sola?

Francine: Lo sé. ¿Te imaginas preocuparte por el dinero a estas alturas de la vida?

[...]

Francine: Según Juanita, podría ser malo para la tasación inmobiliaria de Chilmark.

Betty: ¿Una divorciada?

Categoría de culturema:

1. patrimonio cultural
1. cultura social

Subcategoría de culturema:

1. bailes tradicionales y música
1. convenciones sociales → estereotipos femeninos

<b>FICHA: 34</b>
Contexto: Betty ha tenido un accidente con el coche mientras conducía por el vecindario debido a que se le han entumecido los dedos de nuevo
TCR: 00:17:31
V. O.: Betty: Uh, thank God I was only going 25-tops.
V. D.: Betty: Gracias a Dios iba solo a 15 km/h.
V. O. S.: Betty: Gracias a Dios, iba solo a 40 km/h a lo sumo.
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: unidades de medida

<b>FICHA: 35</b>
Contexto: Betty le explica a Don lo que el médico que la trata el día del accidente le recomienda para su problema
TCR: 00:18:45
V. O.: Betty: Well he said I could go to New-York and run the <u>dye test</u> . [...] Betty: Then I told him what happened and he said that I should see a psychiatrist. Don: Doctors must love that they now have an answer for I don't know what's wrong.
V. D.: Betty: Que fuera a Nueva York a hacerme la <u>prueba de Sabin-Fieldman</u> . [...] Betty: Le he contado que debería ir a un psiquiatra. Don: Deben de estar contentos. Ahora tienen una respuesta cuando no saben lo que pasa.
V. O. S.: Betty: Que fuera a Nueva York para hacerme la <u>prueba de Sabin-Fieldman</u> . [...] Betty: Entonces le conté lo sucedido y dijo que debería ir al psiquiatra. Don: A los médicos les encantará tener ahora respuesta para cuando no saben qué pasa.

**FICHA: 35 (continuación)**

Categoría de culturema:

1. patrimonio cultural
1. cultura social

Subcategoría de culturema:

1. nombres de tratamientos médicos
2. convenciones sociales → la psiquiatría es un estigma

**FICHA: 36**

Contexto: Betty y Don hablan sobre la posibilidad de que Betty visite a un psiquiatra

TCR: 00:20:40

V. O.:

Betty: It doesn't have as much of a sigma today.

Don: I just Don't know what they can possibly tell you. [...]

I always thought people saw psychiatrists when they were unhappy...

But I look at you...

And this...

And them...

And that...

And I think, are you unhappy?

Betty: Of course I'm happy.

V. D.:

Betty: Y tampoco es un estigma hoy en día.

Don: Es que no sé qué es lo que puede decirte. [...]

Don: Siempre he creído que una persona va al psiquiatra cuando se siente infeliz. Pero te miro...

Esto... A ellos... Y a ti... Y pienso: ¿no eres feliz?

Betty: Claro que soy feliz.

<b>FICHA: 36 (continuación)</b>
<p>V. O. S.:            Betty... y tampoco es un estigma hoy en día.            Don: No sé qué podrían decirte. [...]            Don: Siempre pensé que la gente iba al psiquiatra cuando no era feliz. Pero te miro...            Y esto...            Y a ellos...            Y a ti...            Y pienso: ¿no eres feliz?            Betty: Claro que soy feliz.</p>
Categoría de culturema: cultura social
Subcategoría de culturema: convenciones sociales → estereotipos de la mujer

<b>FICHA: 37</b>
Contexto: Paul y Peggy van a la cantina de la agencia a comprar un sándwich
TCR: 00:25:09
<p>V. O.:            Paul: Samuel, that drape, man, <u>it's sadder than a map</u>.            Samuel: Well, it's lightweight and it tells me I'm at work, <u>but you sure can talk</u>, Mr. Kensey.</p>
<p>V. D.:            Paul: Samuel, ese envoltorio <u>quita hasta el hambre</u>.            Samuel: Pero no pesa y me recuerda que estoy en el trabajo. <u>Gracias por su opinión</u> Sr. Kensey.</p>
<p>V. O. S.:            Paul: Samuel, ese envoltorio <u>da pena</u>.            Samuel: Pero no pesa y me recuerda que estoy trabajando. <u>Pero es libre de opinar</u>, Sr. Kensey.</p>
Categoría de culturema: 1. cultura lingüística 1. cultura social
Subcategoría de culturema: 1. figura retórica 1. organización social → discriminación de las minorías étnicas

<b>FICHA: 38</b>
Contexto: Paul le enseña a Peggy todos los rincones de la oficina
TCR: 00:26:50
V. O.: Paul: Have you seen it... <i>The twilight zone</i> ? Mitch in media says CBS might pull the plug.
V. D.: Paul: ¿No ves <i>La dimensión desconocida</i> ? Mitch, de medios, dice que la quieren cancelar.
V. O. S.: Paul: ¿La ves? ¿No ves «La dimensión desconocida»? Mitch, de medios, dice que la CBS quiere retirarla.
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: series televisivas

<b>FICHA: 39</b>
Contexto: Paul hace de guía en la agencia para Peggy y le muestra todos los departamentos
TCR: 00:27:21
V. O.: Paul: You know, there are women copywriters. Peggy: Good ones? Paul: Sure. I mean, you... you can always tell when a woman's writing copy, but sometimes she just might be the right man, for the job, you know?
V. D.: Paul: ¿Sabes? También hay mujeres creativas. Peggy: ¿Buenas? Paul: Claro. Aunque hay muchas que tienen talento para hacerlo pero solo algunas tienen todo lo que aportaría un hombre.
V. O. S.: Paul: Pues también hay mujeres creativas. Peggy: ¿Buenas? Paul: Claro. Siempre se sabe cuándo una mujer está hecha para la publicidad, pero solo algunas tienen todo lo que aportaría un hombre, ¿sabes?
Categoría de culturema: cultura social

<b>FICHA: 39 (continuación)</b>	
Subcategoría de culturema: convenciones sociales → estereotipos de las mujeres (techo de cristal)	
Técnica de traducción empleada en la V. D.: Modulación	Técnica de traducción empleada en la V. O. S.: Traducción literal

<b>FICHA: 40</b>
Contexto: Don y Roger critican a los psiquiatras y hablan sobre los problemas de las mujeres
TCR: 00:29:43
V. O.: Don: Who could not be happy with all of this. Roger: Jesus, you know what they want? Everything. Especially if the other girls have it. Trust me, psychiatry is just this year's <u>candy pink stove.</u>
V. D.: Don: ¿Quién no es feliz con todo esto? Roger: ¿Te digo lo que quieren? Todo. Sobre todo si lo tienen las demás. Créeme, la psiquiatría es <u>solo el regalo de estas Navidades.</u>
V. O. S.: Don: ¿Quién podría no ser feliz así? Roger: ¿Sabes qué quieren? Todo. Sobre todo si lo tienen las demás. Créeme, la psiquiatría es solo <u>la moda de este año.</u>
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: marcas de productos

<b>FICHA: 41</b>
Contexto: Betty y Don hablan de la posibilidad de que le hubiera quedado una cicatriz en la cara a Sally tras el accidente
TCR: 00:31:24

<b>FICHA: 41 (continuación)</b>
<p>V. O.:                      Betty: if it had happened to Bobby it would've been okay because a boy with a scar is nothing but a girl... so much worse. [...]                      Sally could've survived and gone on living with this horrible scar on her face and...                      Some long, lonely, miserable life.</p>
<p>V. D.:                      Betty: Si le hubiera pasado a Bobby no sería grave porque una cicatriz en un chico no es nada pero en una chica... es mucho peor. [...]                      ...Sally hubiera sobrevivido y tuviera que seguir con una horrible cicatriz en la cara y vivir siempre sola, marginada por todos.</p>
<p>V. O. S.:                      Betty: ¿Y si le hubiera quedado una cicatriz permanente? Si le hubiera pasado a Bobby no sería grave. Un chico con cicatriz en no importa pero una chica... Es peor. [...]                      ...Sally hubiera sobrevivido y tuviera que vivir con una horrible cicatriz en la cara y... vivir siempre sola y sintiéndose desgraciada.</p>
<p>Categoría de culturema: cultura social</p>
<p>Subcategoría de culturema: convenciones sociales → estereotipos femeninos (la mística de la feminidad)</p>

<b>FICHA: 42</b>
<p>Contexto: Peggy está de mal humor porque Paul ha intentado besarla en su oficina</p>
<p>TCR: 00:36:26</p>
<p>V. O.:                      Peggy: I'm from <u>Bay Ridge</u>. We have manners.</p>
<p>V. D.:                      Peggy: Soy de <u>Bay Ridge</u>. Tengo modales.</p>
<p>V. O. S.:                      Peggy: Soy de <u>Bay Ridge</u>. Tengo modales.</p>
<p>Categoría de culturema: patrimonio cultural</p>
<p>Subcategoría de culturema: procedencia</p>



<b>FICHA: 43</b>
Contexto: Don le comenta a Betty que ha leído en el <i>Journal American</i> que la compañía telefónica va a cobrar un recargo a aquellos números que no figuren en la guía
TCR: 00:42:21
V. O.: Don: Some people agree with you and they're giving aliases to <u>Ma bell</u> . They call it nom-de phone. Betty: Isn't that smart? Don: Of course, most of them are pornographic. Best one? <u>Pat McGroin</u> .
V. D.: Don: Muchos piensan como tú y le están poniendo apodos a <u>mamá Bell</u> . Por ejemplo, «la apuntadora». Betty: No tiene gracia. Don: Claro que la mayoría son pornográficos. ¿El mejor? <u>Mama-bell</u> .
V. O. S.: Don: Muchos opinan igual y están poniéndole motes a <u>mamá Bell</u> como «la apuntadora». Betty: Qué gracia. Don: Claro que la mayoría son apodos pornográficos. ¿El mejor? <u>Mama-bell</u>
Categoría de culturema: 1. patrimonio cultural 1. cultura lingüística
Subcategoría de culturema: 1. marcas (compañía de teléfonos) 1. juego de palabras

Temporada 1. Capítulo 3: «Marriage of Figaro» («Las bodas de Fígaro»)

<b>FICHA: 44</b>
Contexto: Don va en el tren y se encuentra con un excompañero de la guerra de Vietnam
TCR: 00:00:51
V. O.: Larry Krazinski: <u>Holy smokes</u> , is that you? <u>As I live and breathe!</u>
V. D.: Larry Krazinski: ¡ <u>Madre mía!</u> ¿Eres tú? ¡ <u>El mundo es un pañuelo!</u>

<b>FICHA: 44 (continuación)</b>
V. O. S.: Larry Krazinski: ¡Por Dios bendito! ¿Eres tú? ¡El mundo es un pañuelo!
Categoría de culturema: cultura lingüística
Subcategoría de culturema: expresión idiomática

<b>FICHA: 45</b>
Contexto: Anuncio de un vehículo Volkswagen en la revista que lee Don en el tren
TCR: 00:01:48
V. O.: Lemon.
V. D.: Defectuoso.
V. O. S.: Defectuoso.
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: publicidad/marcas de productos

<b>FICHA: 46</b>
Contexto: Los ejecutivos de Sterling & Cooper se montan en el ascensor juntos
TCR: 00:02:03
V. O.: Ken: It's France. What are they doing with the bomb? Paul: No way <u>the francs</u> came up with it on their own.
V. D.: Ken: ¿Y esto de Francia? ¿Qué hacen con la bomba? Paul: Se la habremos regalado. <u>Los gabachos</u> no han podido hacerlo solos.
V. O. S.: Ken: Es Francia. ¿Qué hacen con la bomba? Paul: Se la habremos regalado. <u>Los gabachos</u> no han podido fabricarla solos.

<b>FICHA: 46 (continuación)</b>
Categoría de culturema: cultura social
Subcategoría de culturema: convenciones sociales → identidad estadounidense

<b>FICHA: 47</b>
Contexto: Los ejecutivos entran en la oficina y hablan de la luna de miel de Peter
TCR: 00:03:09
V. O.: Peter: Did you know that 600, 000 gallons of water go over the falls per second?
V. D.: Peter: ¿Sabes que por las cataratas caen 2 millones de litros de agua por segundo?
V. O. S.: Peter: ¿Sabes que por las cataratas caen 2 millones de litros de agua por segundo?
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: unidades de medida

<b>FICHA: 48</b>
Contexto: Paul, Harry, Sal y Don intentan encontrar un eslogan para unos laxantes
TCR: 00:04:54
V. O.: Paul: I don't get it. Elvis just got back from West Germany. Why not put him in it.
V. D.: Paul: Elvis acaba de volver de Alemania. ¿Por qué no usar su imagen?
V. O. S.: Paul: Elvis acaba de volver de Alemania. ¿Por qué no usar su imagen?
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: hechos históricos

<b>FICHA: 49</b>
Contexto: Los ejecutivos siguen debatiendo sobre el anuncio de Volkswagen, diseñado por William Bernbach
TCR: 00:06:36
V. O.: Roger: Bernbach, he's a Jew. If I were him I wouldn't want to help reindustrialize Germany.
V. D.: Roger: Bernbach es judío. Dudo que quiera reimpulsar la economía alemana.
V. O. S.: Roger: Bernbach es judío. Dudo que quiera reimpulsar la economía alemana.
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: personajes célebres

<b>FICHA: 50</b>
Contexto: Peter y Harry hablan sobre la reunión con Rachel Menken
TCR: 00:13:08
V. O.: Peter: Don and Molly Goldberg, did you see that?
V. D.: Peter: Don y doña Negocios. ¿No lo has visto?
V. O. S.: Peter: Don y doña Negocios, ¿lo viste?
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: personajes célebres

<b>FICHA: 51</b>
Contexto: Don acaba de llegar a los almacenes Menken y Rachel le explica que acaba de producirse una pelea entre dos empleadas
TCR: 00:15:08
V. O.: Rachel: Why do I hire young girls? Don: Because they cost practically nothing.

<b>FICHA: 51 (continuación)</b>
V. D.: Rachel: ¿Por qué contrataré a crías? Don: Porque salen de lo más rentables.
V. O. S.: Rachel: ¿Por qué contrataré a crías? Don: Porque apenas cuestan.
Categoría de culturema: cultura social
Subcategoría de culturema: convenciones sociales → estereotipos femeninos y el techo de cristal

<b>FICHA: 52</b>
Contexto: Don y Rachel hablan sobre los almacenes Menken
TCR: 00:15:18
V. O.: Rachel: The original tenants laid the last brick the day before the crash.
V. D.: Rachel: Lo inauguraron un día antes de la crisis del 29.
V. O. S.: Rachel: Sus primeros dueños lo inauguraron la víspera de la crisis del 29.
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: hechos históricos

<b>FICHA: 54</b>
Contexto: Betty le recuerda a Don que tiene que ir a buscar la tarta para su hija y le pide que grabe un vídeo de la fiesta de cumpleaños
TCR: 00:31:07
V. O.: Betty: ...and, oh, can you take some movies this time? Don: Of everyone, or just chief Tiny Tim?
V. D.: Betty: ... ¡Oh! ¿Y podrías grabarnos con la cámara? Don: ¿Grabo a todo el circo o solo a los payasos?

<b>FICHA: 54 (continuación)</b>
V. O. S.: Betty: ¿Podrías grabarnos con la cámara? Don: ¿Grabo todo el circo o solo al payasito?
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: personajes célebres

<b>FICHA: 55</b>
Contexto: Los vecinos de Don y Betty bromean sobre Helen Bishop y su coche
TCR: 00:31:43
V. O.: Neighbour: Last time I saw one of those, I think I was throwing a grenade into it.
V. D.: Vecino: La última vez que vi uno, fue en una tienda de juguetes.
V. O. S.: Vecino: La última vez que vi uno, pensé que iba a lanzarle una granada.
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: hecho histórico

<b>FICHA: 56</b>
Contexto: Las vecinas de Chilmark hablan sobre las vacaciones de Semana Santa
TCR: 00:31:56
V. O.: Neighbour: We were thinking about seven days, six nights in Boca Ratón. With mosquitoes as big as a silver dollar.
V. D.: Vecina: Estamos pensando en irnos siete días y seis noches a boca ratón. Con mosquitos del tamaño de una moneda.
V. O. S.: Vecina: Estamos pensando en irnos siete días y seis noches a boca ratón. Con mosquitos del tamaño de una moneda.
Categoría de culturema: cultura lingüística
Subcategoría de culturema: figura retórica

<b>FICHA: 57</b>
Contexto: Las vecinas de Chilmark hablan sobre sus lunas de miel y Betty explica que fue de viaje a Italia tras graduarse y pasó un verano estupendo
TCR: 00:32:45
V. O.: Neighbour: <i>Three coins in the fountain.</i> Betty: It was right about that time.
V. D.: Vecina: Como en <i>Creemos en el amor.</i> Betty: Sí, fue por esa época.
V. O. S.: Vecina: Como en «Creemos en el amor». Betty: Fue por entonces.
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: cine estadounidense

<b>FICHA: 58</b>
Contexto: Betty está decepcionada porque Don no llega con la tarta
TCR: 00:38:46
V. O.: Helen: I might have a cake. A Sara Lee in my freezer.
V. D.: Helen: Yo tengo una tarta. Es congelada pero podría servir.
V. O. S.: Helen: Quizá yo tenga una tarta. Una congelada.
Categoría de culturema: patrimonio cultural
Subcategoría de culturema: marcas de productos