

De Hollywood al aula: la adaptación de títulos de películas en español y su potencial pedagógico en la enseñanza de ELE

ROCÍO CRUZ ORTIZ

Universidad de Granada

Received: 2025-05-21 / Accepted: 2025-10-14

DOI: <https://doi.org/10.30827/portalin.viXV.33719>

Porta Linguarum ISSN paper edition: 1697-7467, ISSN digital edition: 2695-8244

RESUMEN: Este artículo explora el potencial pedagógico de la titulación cinematográfica en la enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ELE). Basado en un corpus de 250 títulos de películas internacionalmente conocidas provenientes de Hollywood a lo largo de cinco décadas (desde los años 70 hasta la actualidad), el estudio examina las estrategias de traducción y adaptación utilizadas en el mundo hispanohablante (España e Hispanoamérica). Estos mecanismos incluyen la conservación del título original, traducciones literales, adaptaciones parciales, supresiones, adiciones y recreaciones completas. Partiendo de la comparación entre el titulado en inglés y sus versiones en español, se analizan las diferencias lingüísticas, culturales y contextuales que enriquecen el aprendizaje del idioma. Los títulos de películas, por su brevedad y relevancia cultural, son recursos atractivos y valiosos para trabajar vocabulario, expresiones idiomáticas y matices culturales. A través de ejemplos prácticos, se proponen actividades didácticas que fomentan la reflexión sobre los procesos de adaptación lingüística y cultural, fortaleciendo tanto las competencias comunicativas como el pensamiento crítico de los estudiantes. Este enfoque no solo acerca al alumnado al idioma, sino que también los introduce al universo cultural hispanohablante a través del cine, un medio que conecta lenguas y culturas de manera accesible y dinámica.

Palabras clave: Títulos de películas, Variación lingüística, Español como Lengua Extranjera (ELE), Traducción audiovisual, Didáctica del cine.

From Hollywood to the classroom: The adaptation of film titles into Spanish and their pedagogical potential in teaching Spanish as a Foreign Language

ABSTRACT: This article explores the pedagogical potential of movie titles in the teaching of Spanish as a Foreign Language (ELE). Based on a corpus of 250 internationally known film titles from Hollywood spanning five decades (from the 1970s to the present), the study examines the translation and adaptation strategies used in the Spanish-speaking world (Spain and Spanish America). These mechanisms include retaining the original title, literal translations, partial adaptations, omissions, additions, and complete recreations. By comparing the English titles with their Spanish versions, the study analyzes the linguistic, cultural, and contextual differences that enrich language learning. Due to their brevity and cultural relevance, movie titles are appealing and valuable resources for working on vocabulary, idiomatic expressions, and cultural nuances. Through practical examples, the article proposes didactic activities that encourage reflection on linguistic and cultural adaptation processes, strengthening both students' communicative skills and critical thinking. This approach not only brings learners closer to the language but also introduces them to the Spanish-speaking

cultural universe through cinema—a medium that connects languages and cultures in an accessible and dynamic way.

Keywords: Film titles, Linguistic variation, Spanish as a Foreign Language (ELE), Audio-visual translation, Film pedagogy

1. INTRODUCCIÓN

El cine es un lenguaje universal que trasciende fronteras, culturas e idiomas. A través de este medio artístico se reflejan realidades sociales, valores y tradiciones de diferentes partes del mundo, convirtiéndose así en un patrimonio compartido por toda la humanidad (Pereira, 2005; Astudillo y Mendicueta, 2008; Bonilla et al., 2012; Zorroza, 2022).

Numerosos estudios han puesto ya de manifiesto que el universo cinematográfico constituye un recurso pedagógico sumamente eficaz en el aula (Martínez, 2003; Reia, 2005; Paladino, 2014; Peñalver, 2015; Pulido, 2016; Arcoba, 2018; Núñez-Gómez et al., 2020; Mujika y Gaintza, 2021, entre otros). En esta misma línea, el presente artículo se centrará específicamente en el uso de adaptaciones¹ de títulos cinematográficos en la enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ELE), una herramienta didáctica que destaca por su gran atractivo. Debido a su carácter internacional, los estudiantes pueden encontrar referencias cinematográficas que ya conocen en su lengua materna, facilitando la comprensión de los títulos adaptados al español. Por un lado, al comparar versiones de un mismo título en distintos idiomas, se pueden analizar los matices lingüísticos y culturales que influyen en la adaptación, ayudando a los alumnos a desarrollar una visión más amplia del idioma y su uso en diferentes contextos. Por otro, al reconocer el cine como una manifestación cultural universal, los estudiantes pueden conectar su propia experiencia cinematográfica con la del mundo hispanohablante, generando un aprendizaje significativo. La familiaridad con historias, géneros y personajes facilita la inmersión lingüística y potencia la empatía cultural, elementos clave para la adquisición de un nuevo idioma (Delgado, 2004).

Una vez establecido este punto de partida, cabe señalar que el trabajo se estructura en dos grandes partes:

- 1) En primer lugar, se presenta un análisis de la traducción de los títulos de las películas más taquilleras de Hollywood en el ámbito hispanohablante, atendiendo a una doble distinción: por un lado, geográfica —diferenciando entre el mercado español y el hispanoamericano, con el objetivo de evidenciar las distintas estrategias de adaptación empleadas y su recepción entre ambos públicos—, y por otro, temporal —considerando la evolución de dichas estrategias desde los años setenta hasta la actualidad.
- 2) En segundo lugar, se propone una aplicación didáctica general basada en los resultados obtenidos, diseñada específicamente para su integración en el aula de Español como Lengua Extranjera (ELE).

¹ Preferimos emplear el término *adaptación* en lugar de *traducción* porque, como veremos más adelante, la titulación de películas en procedentes de otros idiomas al español responde más a diversas estrategias culturales y mediáticas que a traducciones propiamente dichas.

2. LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL Y LA ENSEÑANZA DE ELE

La Traducción Audiovisual (TAV) es una rama especializada de la traducción que se encarga de transferir el contenido lingüístico de productos audiovisuales de una lengua a otra (Bartoll, 2016; Bernal 2018).

La TAV ha cobrado creciente relevancia en contextos educativos, especialmente en la enseñanza de lenguas extranjeras. Tal como apuntan Sokoli (2006) y Talaván (2013), el uso didáctico de la traducción audiovisual promueve el desarrollo de competencias lingüísticas, interculturales y metacognitivas, al tiempo que incrementa la motivación del alumnado. Al presentar tanto el contenido visual como el diálogo adaptado, se convierten en herramientas poderosas para fomentar la comprensión oral, el análisis crítico y la reflexión cultural (Ogea, 2020).

En este contexto, un recurso particularmente interesante es el análisis de la traducción o, como nos parece más adecuado, de la adaptación de los títulos de películas, una práctica que suele pasar desapercibida, pero que encierra una gran carga cultural, comercial y estratégica. Como señala Chaume (2012), la traducción de títulos implica un proceso complejo de negociación entre fidelidad semántica, impacto comercial y adecuación cultural. Para Secul:

La titulación en el cine es una herramienta primordial para decidir sobre la adquisición, la visita o la degustación de una obra cinematográfica determinada. Sin lugar a dudas, el título resume el contenido de la obra y es el principal dato que tienen los espectadores para seleccionar los universos audiovisuales (2016, p. 123).

Traducir un título no consiste únicamente en trasladar el contenido lingüístico, sino también en captar el tono, el género, las connotaciones culturales y las expectativas del público meta. A menudo, los títulos se modifican considerablemente en función del mercado, recurriendo a técnicas de localización, recreación o incluso sustitución total del original, como documenta Nord (1997) en su teoría de la funcionalidad traductora.

Dentro de la TAV, la traducción de la titulación cinematográfica presenta una notable diversidad de estrategias, desde la literalidad hasta la recreación libre, lo que responde tanto a necesidades de comprensión como a fines comerciales (Negro, 2010; Clavero, 2017; Ramón, 2012). En relación con esto, indica Secul (2016, p. 125) que “la traducción de títulos es una actividad poco profesionalizada y, en este sentido, muchas veces son las propias distribuidoras cinematográficas quienes traducen, renombran o re-dirigen el destino de las obras”.

En el contexto hispanohablante, las adaptaciones cinematográficas —entendidas como la transposición de obras literarias u otras manifestaciones culturales al formato audiovisual— han tenido un papel destacado en la industria y la cultura popular. Estas adaptaciones no solo traducen un texto de un medio a otro, sino que también reinterpretan y transforman los contenidos originales desde una nueva perspectiva semiótica, estética y cultural. Autoras como Hutcheon (2006) sostienen que toda adaptación es una forma de traducción intersemiótica y que este proceso plantea interesantes desafíos en términos de fidelidad, localización, recepción cultural y preservación del estilo original. En este sentido, no podemos olvidar que los títulos se encuentran determinados por elementos publicitarios y comerciales que condicionan la enunciación o el armado de la estrategia enunciativa; a fin de cuentas, no dejan de tener “propósitos remunerativos y se ubican en virtud de una disposición persuasiva” (Secul, 2016, p. 124).

En sus inicios, las versiones dobladas al español se realizaban utilizando una modalidad lingüística estandarizada, no asociada a ninguna variedad regional concreta. No obstante, a partir de los años 60, esta práctica fue sustituida por una tendencia hacia la localización lingüística, adaptando el doblaje a las distintas áreas del mundo hispanohablante. En ocasiones, incluso se realizaron versiones específicas en español peninsular de películas originalmente hispanoamericanas.

En la actualidad, coexisten dos principales variantes de doblaje en lengua española: una orientada al público de España y otra destinada a Hispanoamérica. Las plataformas de contenido bajo demanda, como Amazon Prime Video, Netflix o HBO, suelen ofrecer ambas alternativas, etiquetadas como “castellano” (para el mercado europeo) y “español latino” (para el americano). La versión destinada a España conserva los rasgos lingüísticos propios del español peninsular (más concretamente de la variedad centropeninsular), mientras que en el ámbito hispanoamericano se emplea el llamado español *neutro*. Esta última modalidad, diseñada para ser entendida en todos los países de la región, no refleja ninguna variedad nacional concreta, pero, como señala Miquel (2005, p. 3), consigue resultar comprensible para una audiencia extensa.

Más allá de sus características lingüísticas, el español neutro responde también a criterios comerciales. Las grandes compañías audiovisuales vieron en esta variedad una forma rentable de distribuir sus contenidos en múltiples países sin necesidad de realizar versiones específicas para cada uno. En este sentido, Castro (2000) sostiene que esta *koiné* ha sido promovida por los medios de comunicación y las principales empresas dedicadas a la traducción audiovisual, facilitando la distribución homogénea de productos audiovisuales en Hispanoamérica.

En definitiva, el panorama del doblaje en español ha transitado desde un modelo unificado hacia una fragmentación que refleja las distintas identidades lingüísticas y culturales del mundo hispánico. Aunque el español neutro continúa siendo la opción más extendida en Hispanoamérica, las preferencias regionales evidencian la relevancia que tiene la adecuación lingüística y cultural en la recepción de los productos audiovisuales (Cruz Ortiz, 2022).

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Esta investigación adopta un enfoque mixto, de naturaleza cualitativa y cuantitativa, que se apoya en un corpus compuesto por 250 títulos de películas hollywoodienses ampliamente conocidas² que han sido estrenadas entre los años 1970 y 2025. Se han seleccionado un total de 50 películas por cada década para obtener un conjunto significativo.

La elección iniciar el análisis a partir de la década de 1970 responde al motivo explicado en el apartado anterior: fue a partir de los años 60 cuando el doblaje al español comenzó a escindirse en dos grandes modalidades, una dirigida al mercado español y otra al hispanoamericano, rompiendo con la anterior unificación. En cuanto al criterio de selección, los títulos se recopilaban en función de su relevancia cultural y éxito comercial, sin considerar

² Por razones de límite de espacio de la publicación, no ha sido posible incluir en un anexo todos los títulos y sus respectivas adaptaciones. No obstante, cualquier lector interesado en acceder a este listado completo puede contactar con la autora del artículo, quien estará encantada de facilitarlo.

su complejidad lingüística para no condicionar los resultados. Además, así se garantiza una mayor familiaridad del alumnado con el material. Para esta selección, se utilizó información procedente de la base de datos de IMDb (<https://www.imdb.com/es-es/>), reconocida por su exhaustiva documentación cinematográfica. Cabe señalar que todos los títulos analizados están originalmente en inglés o han sido distribuidos internacionalmente en esta lengua.

El análisis se desarrolló desde una perspectiva contrastiva, comparando las versiones distribuidas en España y en Hispanoamérica³ para identificar diferencias geolingüísticas y culturales en los procesos de adaptación. Asimismo, se consideró el impacto contextual de la década de estreno, con el fin de observar la evolución de las estrategias traductológicas a lo largo del tiempo.

Los datos cuantitativos fueron analizados mediante análisis de frecuencias y pruebas de significación (χ^2 de Pearson), lo que permitió detectar tendencias relevantes en relación con el tiempo y el espacio geográfico. Por su parte, el análisis cualitativo ofreció una comprensión más profunda de las motivaciones culturales, lingüísticas y comerciales que subyacen tras cada mecanismo de adaptación.

Además del análisis lingüístico y cultural, se valoró el potencial pedagógico de los títulos como recurso en el aula de ELE. Para ello, se seleccionaron ejemplos representativos de cada categoría y se diseñaron propuestas de actividades didácticas orientadas al desarrollo de competencias léxicas, traductológicas e interculturales, así como al pensamiento crítico del alumnado.

4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LA ADAPTACIÓN DE TÍTULOS DE PELÍCULAS DE HOLLYWOOD AL ESPAÑOL

Este apartado se dividirá en tres grandes bloques: 1) uno primero que atenderá a los resultados generales obtenidos y a la evolución global de la adaptación de los títulos de películas del inglés al español; 2) un segundo apartado que se ocupará de las diversas estrategias de adaptación detectadas en el trasvase una lengua a otra y 3) una última sección en la que se indagará sobre las diferencias lingüísticas halladas en la elección del título en las dos áreas estudiadas.

4.1. Resultados generales y evolución global la adaptación de los títulos de películas del inglés al español

Para abordar los resultados generales del análisis, nos centraremos en una primera división fundamental: si los títulos han sufrido alguna modificación o no del original en su adaptación al español. En los siguientes subapartados tendremos en cuenta otras cuestiones más específicas.

³ En este sentido, conviene matizar que, en el caso de algunas películas, existe diversidad de doblaje dentro del ámbito hispanoamericano. Por ejemplo, *The Texas Chain Saw Massacre* ha sido adaptada como *La masacre de Texas* en la mayor parte de Hispanoamérica, pero también encontramos el titulado de *Masacre en Texas* en Colombia y Venezuela y *El loco de la motosierra* en Argentina y Uruguay. En estos casos, siempre se han seleccionado las versiones más extendidas.

En este sentido, obtenemos que, de los 250 títulos de películas analizados, la versión original se ha mantenido en España en 64 de estos filmes mientras que en Hispanoamérica la conservación del original ha sido de un número inferior a la mitad, ya que solo se da en 21 títulos. Como se ilustra en la Figura 1, esto supone un 25,6% de conservación el título original en España frente a un 8,4% en Hispanoamérica.

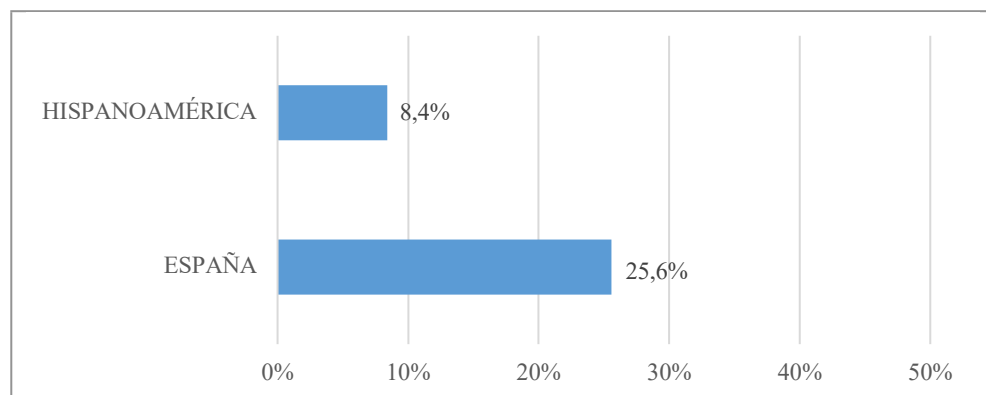


Figura 1. *Porcentajes globales de la conservación del título original en inglés en Hispanoamérica y España desde la década de los 70 hasta la actualidad*

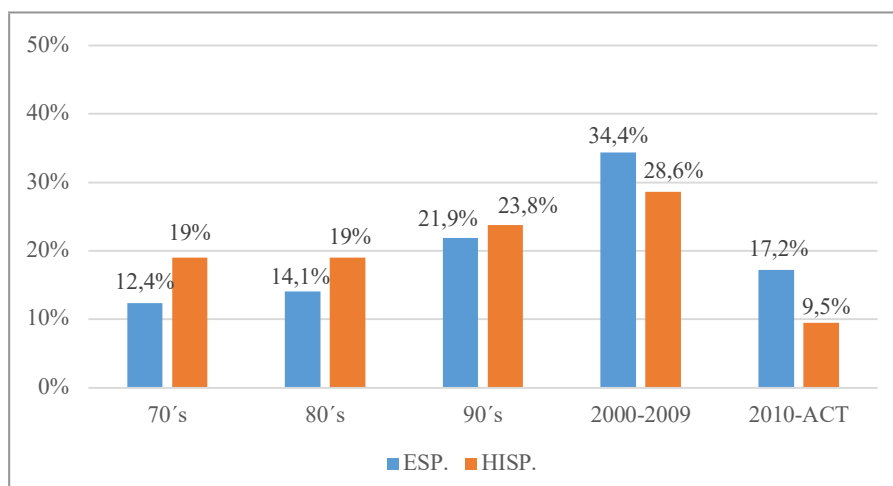
Observamos que, en ambos casos, no estamos hablando de porcentajes demasiado elevados, si bien llama la atención que sea precisamente España donde más se haya mantenido el título en inglés. Por cuestiones de cercanía a los Estados Unidos, movimientos poblacionales (grandes olas de migraciones de hispanoamericanos a este país), contacto de lenguas, etc., lo esperable hubiera sido que las versiones hispanoamericanas mantuvieran más el inglés que las españolas, si bien el resultado lo desmiente. Quizás esto sea debido a que, especialmente en las últimas décadas, el inglés ha empezado a ocupar una posición importante en la vida española, donde la globalización y un mundo cada vez más digitalizado han contribuido a intensificar la exposición a esta lengua, que predomina en ámbitos como internet, redes sociales, videojuegos, música o series de televisión. El uso cada vez más extendido de anglicismos en la publicidad, la moda, el marketing o el entorno empresarial también refuerza su presencia simbólica como lengua de prestigio, modernidad y proyección internacional (Rodríguez González, 2022). En este contexto, el empleo del inglés en los títulos o en otros elementos discursivos puede percibirse como una estrategia que aporta valor añadido, atractivo comercial y distinción social.

Por cuestiones de espacio, no podemos reproducir todos los títulos en los que encontramos una diferencia en la conservación o no del original entre áreas, pero, a continuación, ofrecemos en la Tabla 1 algunos casos que ejemplifican los resultados presentados:

Tabla 1. Algunos ejemplos de conservación del título original en España y traducción en Hispanoamérica

VERSIÓN ORIGINAL	ESPAÑA	HISPANOAMÉRICA
<i>Terminator</i>	<i>Terminator</i>	<i>El exterminador</i>
<i>Pretty woman</i>	<i>Pretty woman</i>	<i>Mujer bonita</i>
<i>Pulp fiction</i>	<i>Pulp fiction</i>	<i>Tiempos violentos</i>
<i>Rain man</i>	<i>Rain man</i>	<i>Cuando los hermanos se encuentran</i>
<i>Twister</i>	<i>Twister</i>	<i>Tornado</i>
<i>Blade runner</i>	<i>Blade runner</i>	<i>El cazador implacable</i>
<i>Lost in translation</i>	<i>Lost in translation</i>	<i>Perdidos en Tokio</i>
<i>Call me by your name</i>	<i>Call me by your name</i>	<i>Llámame por tu nombre</i>
<i>Mystic River</i>	<i>Mystic River</i>	<i>Río místico</i>

Dado este resultado, merece la pena indagar en la evolución de la modificación o no del título original a lo largo del tiempo, para tratar de determinar si este podría ser o no un factor de influencia. Los resultados se presentan en la Figura 2:

**Figura 2.** Conservación del título original a lo largo del tiempo en España e Hispanoamérica

En la Figura 2 muestra el porcentaje de mantenimiento por décadas del título original tanto en España como en Hispanoamérica. Un simple vistazo nos lleva a concluir que, en general, ha habido una tendencia en ambos países a la conservación de la versión original a

lo largo del tiempo, incrementándose en cada etapa. De hecho, el pico más alto se alcanza en ambas zonas entre 2000 y 2009: un 34,4% en España y un 28,6% en Hispanoamérica. Sin embargo, existe una excepción a este resultado y es el período final que aborda el análisis de adaptación de títulos desde 2010 hasta la actualidad⁴, en la que se percibe un descenso. Para Hispanoamérica, de hecho, este último período es donde menos títulos de películas en versión original se han mantenido (solo el 9,5%). En España también cae (17,2%), si bien todavía es superior a la década de los 70 (12,4%) y a la de los 80 (14,1%). Este patrón evolutivo se muestra de modo lineal en la Figura 3:

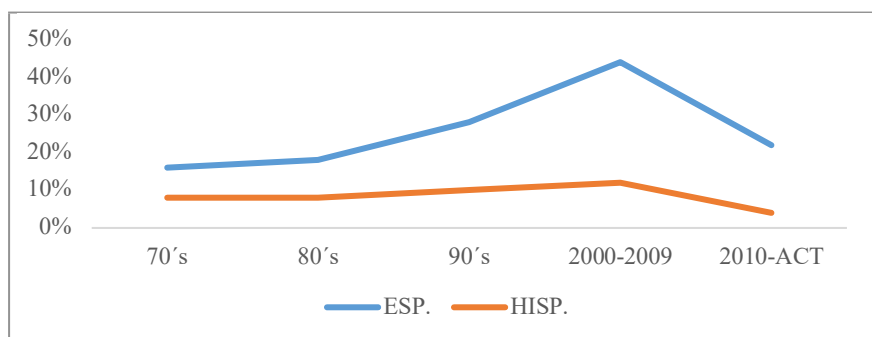


Figura 3. Patrón evolutivo lineal la conservación del título original a lo largo del tiempo en España e Hispanoamérica

En la Figura 3 observamos que, aunque el patrón evolutivo entre España e Hispanoamérica es similar, en la primera área es más marcado que en la segunda. De hecho, si atendemos a la significación estadística obtenida en la prueba de X^2 , nos encontramos con que el resultado arroja significatividad para España ($p=0,010$) pero no para Hispanoamérica ($p=0,683$), por lo que podemos determinar que la década influye solo para las adaptaciones de títulos en España.

De todos modos, lo que resulta particularmente interesante es que, a pesar de estas diferencias en la significación estadística, el patrón evolutivo sigue siendo similar en ambas áreas de estudio. Esto sugiere que, aunque las influencias socioculturales varían, existen elementos comunes que determinan el comportamiento de las traducciones de títulos. Además, es curioso que en la última etapa analizada se observe un descenso en la prevalencia de las versiones originales en ambos contextos, después de un aumento constante en las décadas anteriores. Este fenómeno podría indicar un posible agotamiento de la titulación en versión original en favor de una mayor adaptación a los públicos locales, ya sea por cambios en los gustos culturales, una mayor apuesta por la localización de contenidos o una tendencia a priorizar la comprensión del público sobre el prestigio asociado al inglés (Luján, 2010).

⁴ Realmente la última etapa no corresponde estrictamente a una década, ya que se insertan en ella algunos de títulos que van más allá de 2020. Esto se ha hecho con el objetivo de obtener resultados lo más actuales posibles.

4.2. Las estrategias en la adaptación de títulos cinematográficos del inglés al español

Con el objetivo de entender mejor los resultados generales presentados, hemos decidido centrarnos en el funcionamiento general de la conversión de los títulos de películas al español, más allá de si conservan la versión original o no.

Al analizar los diferentes resultados observados en el ajuste de los títulos cinematográficos procedentes de Hollywood, se han podido detectar siete grandes mecanismos de adaptación según el grado de fidelidad respecto al original:

1. Conservación total del título original: se mantiene el título en el idioma original sin ningún tipo de traducción o adaptación. Por ejemplo, *Pretty Woman* o *Lost in translation* mantienen su titulación en inglés en el mercado español sin ninguna alteración.
2. Traducción literal: en este caso, el título se traduce de una lengua a otra literalmente. Un ejemplo puede ser *The silence of the lambs* adaptada como *El silencio de los corderos* o *The Godfather*, adaptada como *El padrino*.
3. Traducción parcial (híbrida): este es un caso particular en el que encontramos que se traduce al español una parte del título, pero otra se mantiene en el inglés de la versión original. Se observa en películas como *Little Miss Sunshine*, traducida como *Pequeña Miss Sunshine* o *Apocalypse now*, que se adapta como *Apocalipsis now*.
4. Traducción con añadidos explicativos o promocionales. Aquí tenemos una adaptación en la que se mantiene el título original, ya sea en versión original o traducido literalmente, pero a la que se añade una explicación extra. Es el caso de *Ghost*, adaptada como *Ghost, más allá del amor* o *Mrs. Doubtfire*, que resulta en *Señora Doubtfire, papá de por vida*.
5. Traducción con supresión parcial del contenido original. En este caso encontramos una estrategia contraria a la anterior, y es la supresión de una parte del título en la versión traducida. Véanse los ejemplos de *The Deer hunter* que resulta en *El cazador* (y no en *El cazador de ciervos*) o *Texas Chainsaw Massacre* traducida como *La matanza de Texas* (donde también falta la parte referente a la motosierra).
6. Traducción con modificación sustancial. En este caso tenemos traducciones literales en las que se modifica ligeramente una parte de título. Es el caso de *Young Frankenstein* que se convierte en *El jovencito Frankenstein* y no en el en *El joven Frankenstein* o *The man who would be king* que se traduce como *El hombre que pudo reinar* y no como *El hombre que sería rey*.
7. Reinterpretación completa del título (sin correspondencia semántica directa). En esta categoría encontramos títulos cuyas adaptaciones (en este caso no podemos denominarlos traducciones de ninguna manera) nada tienen que ver entre la versión original y la lengua meta. Es el caso de *First blood* (*Primera sangre*) resultante en *Acorralado* o *Coming to America* (*Viniendo a América*) como *El príncipe de Zamunda*.

Esta amplia gama de opciones en la traducción de los títulos de películas parece deberse a que el objetivo no es únicamente trasladar el sentido lingüístico del original, sino adecuarlo

al mercado meta desde una perspectiva cultural y comercial. Como se observa en las siete categorías antes ejemplificadas, la elección sobre el modo de adaptación un título obedece más a criterios de impacto, reconocimiento o estrategia publicitaria que a una fidelidad estricta al original. Esto se explica por el hecho de que estas decisiones no suelen recaer en traductores profesionales, sino en las distribuidoras, cuyo objetivo principal es atraer al público local (Secul, 2016, p. 125). En este contexto, lo que prima no es la equivalencia semántica, sino la eficacia del título desde una óptica de marketing, lo que da lugar a adaptaciones tan variadas como añadidos explicativos, supresiones, modificaciones sustanciales o incluso reinterpretaciones completas que no guardan relación aparente con el título original.

En la Figura 4 podemos observar dos ejemplos relacionados con esta cuestión:



Figura 4. Ejemplos de reinterpretaciones completas en la adaptación de títulos de películas del inglés al español

La traducción de *First Blood* como *Acorralado* es un claro ejemplo de una reinterpretación completa del título, en la que no existe una correspondencia semántica directa entre el original y la versión en español. Esta decisión responde a motivos comerciales y culturales, no lingüísticos. En inglés, *First Blood* (literalmente “Primera sangre”) alude a una expresión militar que significa “el primer golpe en una confrontación”, y en el contexto de la película, sugiere quién inicia el conflicto. Sin embargo, esa expresión no tiene una equivalencia directa o fácilmente reconocible en español que transmita el mismo sentido con igual fuerza. Por eso, las distribuidoras optaron por *Acorralado*, un título que, aunque sin relación con el original, refleja mejor la tensión, el aislamiento y la persecución que vive el protagonista, John Rambo, en la película. Es un título que apela directamente al contenido emocional y dramático del filme, facilitando así la conexión con el público hispanohablante.

La adaptación del título *Air Force One* como *Avión presidencial* es un caso similar. *Air Force One* es el nombre oficial del avión presidencial de los Estados Unidos cuando el presidente está a bordo. En inglés, este término es ampliamente conocido y funciona casi como un nombre propio. Sin embargo, en el contexto hispanohablante —donde la designa-

ción oficial *Air Force One* puede no ser reconocida por todos los espectadores—, mantener el nombre original podría resultar poco informativo o no tan atractivo desde el punto de vista comercial. Por ello, la distribuidora opta por *Avión presidencial*, una expresión más explícita y comprensible que transmite de forma directa la idea central de la película: un avión que transporta al presidente y que es escenario de un conflicto. Aunque se pierde el matiz institucional del nombre propio original, se gana claridad y se refuerza la expectativa del espectador sobre el tipo de trama que encontrará.

A continuación, en la Figura 4, se ofrecen los resultados numéricos de la elección de cada una de estas categorías en el corpus analizado tanto en España como en Hispanoamérica.

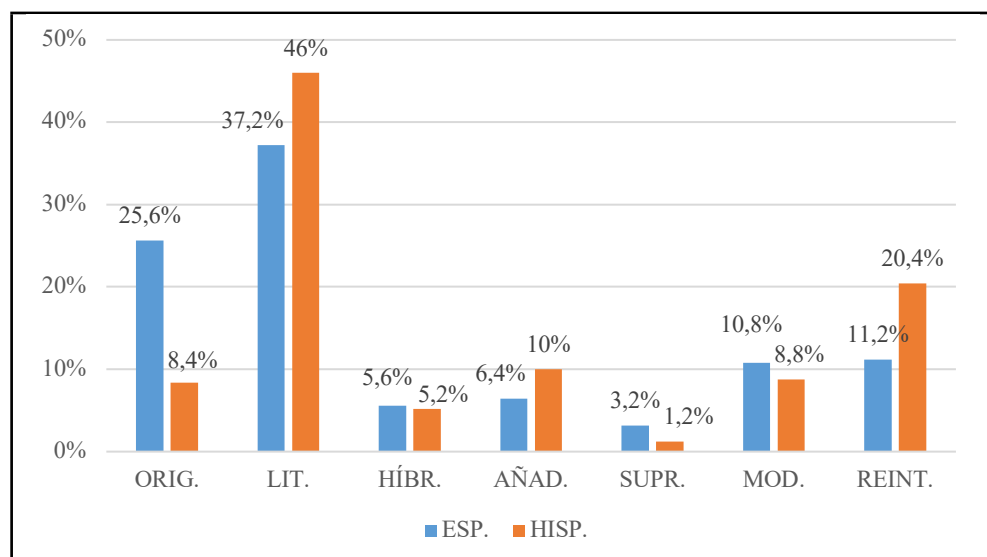


Figura 5. Resultados porcentuales de las estrategias de adaptación de títulos de películas en España e Hispanoamérica

En la Figura 5 ofrece una visión comparativa clara de las estrategias de adaptación empleadas en los títulos de películas en España y Hispanoamérica. Lo más llamativo es la predominancia de la traducción literal en ambos contextos, aunque con un porcentaje más alto en Hispanoamérica (46%) que en España (37,2%). Esto sugiere una tendencia más conservadora en esta primera zona, donde se prioriza una mayor fidelidad lingüística al original.

En cambio, en España se observa una mayor variedad de recursos: destacan las reinterpretaciones completas (11,2%) y las modificaciones sustanciales (10,8%), lo cual indica una mayor flexibilidad y creatividad en la localización de los títulos, quizá vinculada a una percepción más lúdica o comercial del cine. La conservación del título original también es significativamente mayor en España (25,6% frente a solo 8,4% en Hispanoamérica), lo que podría explicarse por una mayor familiaridad o prestigio atribuido al inglés en el contexto peninsular.

A continuación, en la Tabla 2 y 3 se muestran los resultados de estas estrategias de adaptación a lo largo del tiempo por décadas.

Tabla 2. *Estrategias en la elección del título a lo largo del tiempo en España⁵*

	ORI.	LIT.	HÍBR.	AÑAD.	SURP.	MOD.	REINT.	TOTAL
70's	16%	36%	4%	4%	10%	10%	2%	100%
80's	18%	42%	4%	8%	2%	10%	16%	100%
90's	28%	40%	4%	8%	0%	14%	6%	100%
Déc. 2000-2009	44%	32%	4%	6%	0%	8%	6%	100%
2010-Act.	22%	36%	12%	6%	4%	12%	8%	100%
Total	25,6%	37,2%	5,6%	6,4%	3,2%	10,8%	11,2%	100%

La Tabla 2 muestra cómo han evolucionado las estrategias de adaptación en España a lo largo de las décadas. Se aprecia un claro crecimiento del mantenimiento del título original entre los años 70 (16%) y los 2000 (44%), lo que refleja una progresiva apertura cultural y lingüística hacia el inglés. Sin embargo, en la década de 2010 en adelante, esta tendencia retrocede al 22%, lo que podría estar asociado a un cambio en las estrategias de marketing o una mayor segmentación del público receptor.

Otro aspecto destacable es el incremento de las traducciones híbridas (mezcla de inglés y español) en la etapa más reciente (12%), quizás una señal de cómo el bilingüismo comienza a integrarse más orgánicamente en el discurso mediático. Las reinterpretaciones y las modificaciones se mantienen relativamente estables, mostrando que la creatividad en la adaptación sigue presente, aunque en proporciones moderadas.

En este caso, la asociación entre la estrategia de adaptación seleccionada y el período no ha resultado significativa para el mercado español ($p=0,065$), lo que nos indica que no puede establecerse una relación estadísticamente relevante entre ambas variables en este contexto.

Tabla 3. *Estrategias en la elección del título a lo largo del tiempo en Hispanoamérica*

	ORI.	LIT.	HÍBR.	AÑAD.	SURP.	MOD.	REINT.	TOTAL
70's	8%	44%	2%	4%	6%	12%	24%	100%
80's	8%	54%	2%	8%	0%	4%	24%	100%
Déc. 90's	10%	50%	6%	6%	0%	8%	20%	100%
2000-2009	12%	40%	2%	16%	0%	8%	22%	100%
2010-Act.	4%	42%	14%	16%	0%	12%	12%	100%
Total	8,4%	46%	5,2%	10%	1,2%	8,8%	20,4%	100%

⁵ Tanto en la Tabla 2 como en la Tabla 3 se ofrecen los porcentajes redondeados sin decimales para facilitar su lectura.

La Tabla 3, centrada en Hispanoamérica, refleja una trayectoria distinta. La traducción literal se mantiene como la estrategia dominante en todas las décadas (entre el 40% y el 54%), lo cual indica una preferencia por la claridad y la accesibilidad lingüística. En contraste con España, la conservación del título original nunca supera el 12%, y cae drásticamente al 4% en la década más reciente, lo que refuerza la idea de una menor tolerancia o familiaridad generalizada con títulos en inglés por parte del público receptor.

Además, en las décadas de 2000 y 2010 se observa un aumento de las reinterpretaciones completas (hasta 24% y 22%), lo que podría apuntar a una estrategia de mercado más agresiva o una intención de adaptar el producto de manera más directa a la idiosincrasia local. Las traducciones con añadidos promocionales también crecen significativamente (hasta el 16%), lo que sugiere una búsqueda de contextualización o apelación emocional en los títulos adaptados.

En este caso, la prueba de X^2 ($p= 0,040$) sí resulta significativa, los que nos indica que estadísticamente la década es relevante en Hispanoamérica en relación con los mecanismos de adaptación en los títulos de películas.

4.3 Variación lingüística en la elección del título entre España e Hispanoamérica

Otra cuestión de interés radica en la diferencia en el plano lingüístico que se produce entre España e Hispanoamérica en la elección del titulado de películas. En general, encontramos cuatro grandes patrones:

1. Que el título sea totalmente coincidente en un lugar y otro. Es decir, que la adaptación sea exactamente igual, sin ningún tipo de variación. Es lo que tenemos en películas como:
 - a) *La naranja mecánica* ~ *La naranja mecánica*
 - b) *El pianista* ~ *El pianista*
 - c) *El discurso de rey* ~ *El discurso del rey*
2. Que se produzca alguna variación de carácter gramatical o léxico. En este caso, encontramos adaptaciones muy similares, si bien presentan alguna diferencia relacionada con aspectos lingüísticos de carácter gramatical o léxico: un sustantivo (ejemplo h) o vocativo (ejemplo g) por otro, un cambio de verbo (c, d, g) o adjetivo (f), la inclusión de alguna preposición (a) o de un diminutivo (b) o incluso algún grupo oracional completo (e).
 - a) *Fiebre del sábado noche* ~ *Fiebre del sábado por la noche*
 - b) *El jovencito Frankenstein* ~ *El joven Frankenstein*
 - c) *Johnny cogió su fusil* ~ *Johnny tomó su fusil*
 - d) *Regreso al futuro* ~ *Volver al futuro*
 - e) *Indiana Jones y el templo maldito* ~ *Indiana Jones y el templo de la perdición*
 - f) *Arma letal* ~ *Arma Mortal*
 - g) *Cariño, he encogido a los niños* ~ *Querida, encogí a los niños*
 - h) *El club de los poetas muertos* ~ *La sociedad de los poetas muertos*

Estas diferencias lingüísticas mencionadas entre España e Hispanoamérica responden a variaciones de carácter geolectal, pero también a cuestiones culturales y pragmáticas que reflejan la necesidad de adaptar el mensaje al público de cada región.

Las mencionadas adaptaciones persiguen una formulación que suene natural, clara y comercialmente atractiva. Por ejemplo, el título *Johnny cogió su fusil* es perfectamente aceptable en España, donde el verbo *coger*⁶ no tiene connotaciones vulgares, pero en Hispanoamérica se transforma en *Johnny tomó su fusil* para evitar ambigüedades, dado que *coger* puede resultar vulgar en muchos países del mundo hispanohablante. Del mismo modo, *Cariño, he encogido a los niños* se convierte en *Querida, encogí a los niños*, adaptando tanto el vocativo afectivo como el tiempo verbal: *cariño* y el pretérito compuesto son más habituales en España, mientras que en Hispanoamérica se prefiere *querida* y el pretérito simple. También se observan ajustes en el registro o el tono, como en *El jovencito Frankenstein* (España), que introduce un matiz humorístico a través del diminutivo, frente al más neutro *El joven Frankenstein* en Hispanoamérica. Asimismo, se eligen sinónimos según su fuerza expresiva local: *Arma letal* en España frente a *Arma mortal* en Hispanoamérica, donde *mortal* resulta más frecuente y directo. En definitiva, estas diferencias no son errores de traducción, sino decisiones estratégicas de focalización cultural que buscan optimizar la recepción del filme en cada región.

3. En tercer lugar, tenemos una diferencia de título en cuanto al idioma elegido. Normalmente, como ya comentamos antes, España suele mantener más el titulado original que el versionado hispanoamericano.

- a) *Million Dollar Baby* ~ *Golpes del destino*
- b) *Minority report* ~ *Sentencia previa*
- c) *Match Point* ~ *La provocación*
- d) *Collateral* ~ *Colateral: lugar y tiempo equivocado*
- e) *Good Bye, Lenin!* ~ *¡Adiós a Lenin!*
- f) *Traffic* ~ *Tráfico*
- g) *United 93* ~ *Vuelo 93*
- h) *American Gangster* ~ *Gangster americano*
- i) *Gravity* ~ *Gravedad*
- j) *Interestellar* ~ *Interestelar*

4. Por último, tenemos adaptaciones de títulos totalmente diferentes:

- a) *Alguien voló sobre el nido del cuco* ~ *Atrapado sin salida*
- b) *Un mundo implacable* ~ *Poder que mata*
- c) *El castaño* ~ *Todo vale*
- d) *Yo, el halcón* ~ *El vencedor*
- e) *Dulce hogar... a veces* ~ *Todo en la familia*
- f) *Algunos hombres buenos* ~ *Cuestión de honor*
- g) *Solo en casa* ~ *Mi pobre angelito*
- h) *Hora punta* ~ *Una pareja explosiva*
- i) *El desafío* ~ *En la cuerda floja*
- j) *Resacón en las Vegas* ~ *¿Qué pasó ayer?*

⁶ En algunas zonas de Hispanoamérica, especialmente en la variedad mexicana y rioplatense, *coger* hace referencia a tener relaciones sexuales.

En este punto observamos una tendencia en Hispanoamérica a seleccionar títulos más explícitos, narrativos o emocionalmente directos, buscando capturar el conflicto central o el tono de la película de manera clara. Por ejemplo, *Atrapado sin salida* (originalmente *One Flew Over the Cuckoo's Nest*) transmite de forma más directa la sensación de encierro y desesperación que el más poético *Alguien voló sobre el nido del cuco* usado en España. De igual modo, *Resacón en Las Vegas* (España) apuesta por un registro coloquial e irónico, mientras que *¿Qué pasó ayer?* (Hispanoamérica) opta por un título interrogativo que apela al misterio y desconcierto tras la trama, conectando con un público que valora más una presentación directa del argumento.

En otros casos, la versión española conserva juegos de palabras o expresiones idiomáticas propias, como *El castañazo* (para *Slap Shot*), que pierde sentido fuera del contexto cultural peninsular y por ello se transforma en *Todo vale* en Hispanoamérica, una expresión más accesible y neutral. Lo mismo ocurre con *Yo, el halcón*, que en Hispanoamérica se titula *El vencedor*, priorizando una imagen de triunfo más clara y épica.

También se aprecian diferencias en el enfoque temático o emocional. En España, títulos como *Algunos hombres buenos* o *El desafío* mantienen cierta sobriedad o ambigüedad, mientras que en Hispanoamérica se reformulan como *Cuestión de honor* y *En la cuerda floja*, poniendo el énfasis en los dilemas morales o situaciones límite del argumento.

Finalmente, las diferencias también se reflejan en títulos más lúdicos o familiares: *Solo en casa* (ES) frente a *Mi pobre angelito* (HISP.) u *Hora punta* (ES) frente a *Una pareja explosiva* (HISP.). En estos casos, la versión hispanoamericana se centra en lo emocional o lo cómico, mientras que la española apuesta por una expresión más genérica o ambigua que puede tener múltiples lecturas.

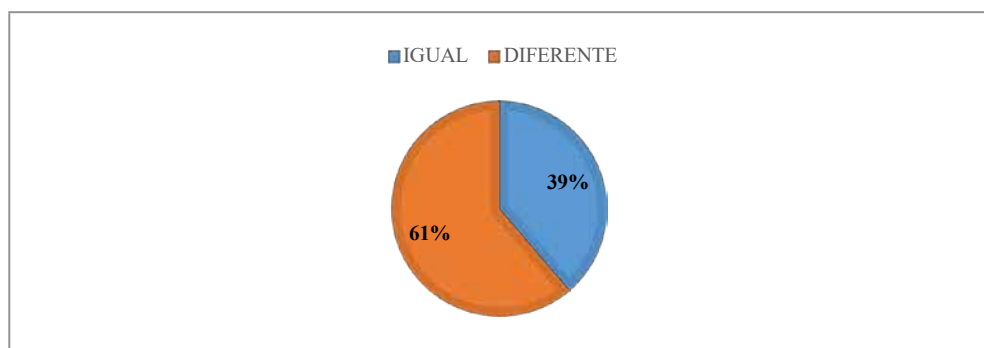


Figura 6. Convergencia de la adaptación de títulos entre la versión española y la americana

La Figura 6 está destinado a mostrar el porcentaje global de convergencia o divergencia en la elección de títulos entre las versiones española e hispanoamericana. En él se observa que la elección en la adaptación de los títulos en España e Hispanoamérica suele ser diferente, dado que encontramos un 61% de adaptaciones distintas frente a un 39% en las que el título es coincidente en ambos territorios.

Para ofrecer información más detallada sobre esta diferenciación, presentamos la Figura 7:

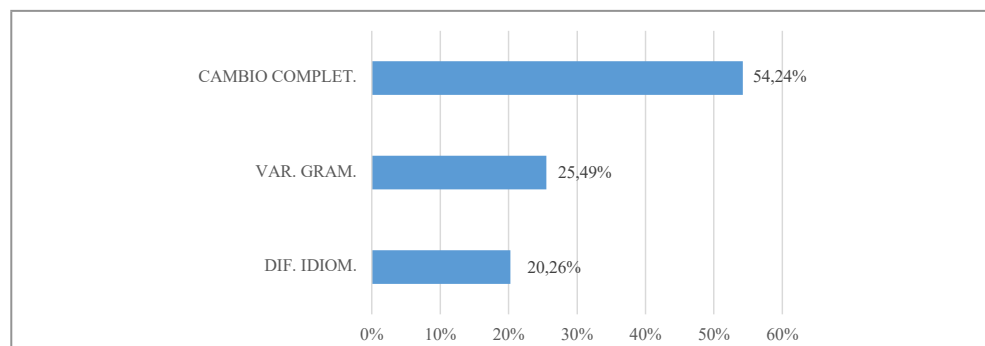


Figura 7. Resultados porcentuales de las causas de la variación en la adaptación de títulos entre España e Hispanoamérica

La Figura 7 se centra en el análisis de aquellos casos en los que la adaptación del título cinematográfico difiere entre España e Hispanoamérica, lo que representa un 61% del total del corpus analizado.

Dentro de este porcentaje de casos no coincidentes, la Figura muestra que la mayor parte de las divergencias (54,24%) corresponde a una elección completamente distinta de título. Como hemos mencionado, estos cambios suelen responder a estrategias que priorizan el impacto del mensaje, su adecuación al tono de la película o su recepción emocional.

En segundo lugar, con un 25,49%, encontramos variaciones gramaticales, que incluyen cambios de verbo (*cogió* vs. *tomó*), de tiempo verbal (*he encogido* vs. *encogi*), de estructura sintáctica (*Regreso al futuro* vs. *Volver al futuro*) o de matices de estilo (*El jovencito Frankenstein* vs. *El joven Frankenstein*). Estas diferencias suelen ser sutiles, pero relevantes desde el punto de vista idiomático, ya que se adaptan a los usos más comunes y naturales de cada variedad del español.

En tercer lugar, la diferencia se debe al idioma del título elegido (20, 26%), es decir, una región mantiene el título en inglés mientras que la otra lo traduce. Esta diferencia puede estar relacionada con el prestigio creciente del inglés en España, así como con el intento de mantener un tono más “internacional”, frente a una preferencia por la claridad comunicativa en Hispanoamérica.

Podemos concluir este apartado señalando que la mayoría de los títulos procedentes de Hollywood se adaptan de manera diferente en España e Hispanoamérica, con un 61% de casos en los que se opta por versiones distintas. Dentro de este grupo, la opción predominante es la creación de un título completamente diferente (54,24%). Esta tendencia evidencia que el objetivo de esta elección no es tanto mantener la fidelidad al original, sino garantizar la eficacia comunicativa y el impacto en cada mercado específico.

5. APLICACIÓN DIDÁCTICA DE LA ADAPTACIÓN DE LOS TÍTULOS CINEMATOGRAFICOS EN LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA (ELE)

Una vez que conocemos el funcionamiento de la adaptación los títulos de películas al español y sus diversas estrategias gracias al análisis realizado, nos proponemos mostrar el potencial didáctico de trabajar con titulación cinematográfica en la enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ELE). Más allá de su evidente utilidad en cursos de español con fines específicos vinculados al ámbito audiovisual, nos interesa especialmente su integración de

forma efectiva en clases de ELE orientadas al desarrollo global de las destrezas comunicativas. Con este objetivo, a continuación, se proponen una serie de actividades generales diseñadas como modelos versátiles que pueden ser adaptados a distintos niveles de competencia lingüística y a diversos perfiles de alumnado. Dada la extensión del presente trabajo y el carácter exploratorio de esta propuesta, no se ha optado por una programación cerrada ni por una secuenciación específica de contenidos, sino por sugerencias abiertas que permiten ser contextualizadas según las necesidades del grupo, los objetivos curriculares y el enfoque metodológico adoptado en cada caso.

Se trata de actividades enfocadas en el desarrollo de competencias léxicas, traductológicas, interculturales y comunicativas que buscan, ante todo, ilustrar el amplio abanico de posibilidades que ofrece el trabajo con títulos cinematográficos, subrayando su valor como herramienta flexible, motivadora y culturalmente significativa en el aula de ELE (Pereira, 2004; Astudillo, 2008; Alarcón, 2014):

1. Actividades de comparación y análisis cultural: una actividad inicial puede consistir en presentar a los estudiantes una lista de títulos de películas con sus versiones en inglés, español peninsular y español hispanoamericano. Se les pide identificar diferencias y reflexionar sobre los motivos posibles de esas adaptaciones (registro, vocabulario, connotaciones culturales, marketing, etc.). Esto puede completarse con el visionado de los tráileres correspondientes, para comprobar si el título anticipa con precisión el tono o género de la película.
2. Debate y justificación de elecciones: dividir al grupo en equipos: unos actuarán como “distribuidores españoles” y otros como “distribuidores hispanoamericanos”. Cada equipo debe proponer un título adaptado para una película concreta, justificando su elección ante el resto de la clase. Esta dinámica fomenta el pensamiento crítico y la argumentación lingüística y cultural, además de sensibilizar al alumnado sobre la diversidad del mundo hispanohablante.
3. Traducción creativa e inventiva: se puede proponer a los estudiantes crear títulos alternativos para películas conocidas, bien desde su idioma original al español, o entre distintas variedades del español. Esta actividad estimula la creatividad y permite reflexionar sobre matices de significado, tono y percepción cultural. Puede trabajarse también con géneros específicos (comedia, terror, drama) para adaptar el titulado al público objetivo.
4. Proyectos colaborativos (cartel y sinopsis): a partir de un título adaptado, los estudiantes pueden diseñar un cartel de película y redactar una sinopsis que se ajuste a ese título. La actividad puede desarrollarse en grupos y concluir con una exposición oral. De este modo, se trabaja la producción escrita, la expresión oral, la comprensión lectora y la competencia pragmática de forma integrada.
5. Conciencia gramatical y léxica: a partir de ejemplos de títulos reales (recordemos *Johnny cogió su fusil* en comparación con *Johnny tomó su fusil*), se puede introducir una reflexión gramatical sobre variantes léxicas y usos del español peninsular y americano. Esto puede completarse con ejercicios de reformulación o reconocimiento de diferencias en estructuras verbales, vocabulario y formas afectivas (*cariño* vs. *querida*, *encogí* vs. *he encogido*, etc.).

En la Tabla 4 se especifica de un modo más visual el tipo de actividad que se podría trabajar, el objetivo principal de la misma, los niveles del MCER donde sería más conveniente implementarla, las competencias trabajadas y algunas sugerencias de adaptación.

Tabla 4. *Propuestas didácticas basadas en la adaptación de títulos cinematográficos al español*

Actividad	Objetivo principal	Nivel sugerido (MCER)	Competencias trabajadas	Sugerencias de adaptación
Comparación de títulos (original, España, Hispanoamérica)	Identificar y analizar diferencias lingüísticas y culturales	B1–C1	Léxica, intercultural, de comprensión escrita y oral	Seleccionar títulos conocidos por el alumnado; incorporar visionado de tráileres para contextualizar
Debate: justificar adaptaciones según región	Argumentar decisiones de localización desde una perspectiva cultural	B2–C1	Expresión oral, pragmática, pensamiento crítico	Asignar roles (distribuidores, público objetivo) para fomentar la interacción
Traducción creativa de títulos	Reformular títulos adaptados según intención comunicativa	B1–C1	Léxica, creativa, gramatical, discursiva	Trabajar por géneros (comedia, drama, terror) o por registros formales/informales
Creación de cartel y sinopsis	Diseñar una pieza audiovisual coherente con un título determinado	A2–B2	Producción escrita, comprensión lectora, expresión oral	Puede integrarse como mini-proyecto en grupo; ideal para clases de expresión oral y trabajo colaborativo
Análisis gramatical y léxico de variantes	Reflexionar sobre diferencias morfosintácticas entre variedades del español	A2–B2	Gramatical, metalingüística, intercultural	Usar ejemplos contrastivos reales del corpus del artículo (coger/tomar, pretérito perfecto/simple, etc.)
Secuenciación de títulos por género o tono	Reconocer patrones discursivos y léxicos según el género cinematográfico	B1–C1	Léxica, discursiva, análisis textual	Clasificar títulos por género (terror, comedia, drama) y discutir elementos comunes
Adaptación de un título al contexto local del estudiante	Practicar localización cultural y contextualización idiomática	B2–C2	Intercultural, creativa, pragmática	Adaptar títulos al país del estudiante con explicaciones culturales
Análisis crítico de campañas publicitarias de películas	Desarrollar pensamiento crítico sobre marketing y recepción cultural	B2–C1	Discursiva, crítica, sociocultural	Comparar afiches, tráilers y títulos según región; debatir su eficacia
Creación de un cortometraje a partir de un título adaptado	Fomentar producción audiovisual y trabajo colaborativo	A2–B2	Oral, escrita, creativa, audiovisual	Organizar trabajo en grupos; escribir guion breve basado en el título
Encuesta y análisis de preferencias sobre títulos entre compañeros	Recoger y analizar datos reales sobre percepción cultural de los títulos	A2–C1	Estadística básica, expresión oral, análisis intercultural	Diseñar encuesta breve sobre títulos conocidos y presentar resultados en clase

Creemos que estas propuestas permitirán abordar la enseñanza del español desde una perspectiva comunicativa, cultural y crítica, integrando la competencia lingüística y la intercultural. A través del cine y, en concreto, del titulado de películas, los estudiantes no solo podrán adquirir vocabulario y estructuras, sino que también desarrollarán una mirada reflexiva sobre las decisiones lingüísticas y culturales que dan forma a los productos mediáticos.

6. CONCLUSIONES

El análisis de la adaptación de títulos de películas y su empleo como recurso didáctico en la enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ELE) permite confirmar su valor pedagógico y cultural en múltiples dimensiones.

El estudio demuestra que la traducción de títulos cinematográficos no es un mero ejercicio lingüístico, sino una operación compleja que implica procesos de localización cultural, estrategias de marketing y sensibilidad sociolingüística, los cuales pueden ser aprovechados con fines didácticos.

La comparación entre las versiones del titulado en España e Hispanoamérica revela diferencias significativas tanto en la frecuencia de conservación del título original como en las estrategias de traducción utilizadas. Mientras que en España se observa una mayor tendencia a mantener el título en inglés, en Hispanoamérica predomina una orientación más literal y funcional, orientada a garantizar la claridad y accesibilidad para el público local. Esta divergencia se traduce en una rica fuente de contenidos que puede ser explotada en el aula para el desarrollo de la competencia intercultural y traductológica del alumnado.

Asimismo, la evolución temporal de las adaptaciones muestra una creciente complejidad en las decisiones de traducción, influida por factores socioculturales y comerciales. El corpus analizado permite identificar una tipología diversa de mecanismos —desde traducciones literales hasta reinterpretaciones completas—, lo que refuerza la utilidad de este material para promover la reflexión crítica, el análisis discursivo y el enriquecimiento léxico.

En términos pedagógicos, el uso de títulos de películas adaptados constituye una herramienta didáctica altamente motivadora, que favorece la implicación activa del alumnado en el aprendizaje del idioma y promueve un enfoque comunicativo, creativo e intercultural. Las propuestas de actividades diseñadas en el marco de esta investigación evidencian el potencial del cine, y en particular de sus títulos, para trabajar competencias lingüísticas, gramaticales, semánticas y pragmáticas de forma integrada y significativa, por no hablar de la gran utilidad que su aplicación puede tener en cursos de español con fines específicos relacionados con el mundo audiovisual.

En definitiva, la adaptación de títulos cinematográficos se erige como un recurso innovador, eficaz y culturalmente enriquecedor en la enseñanza del ELE, que permite tender puentes entre lenguas, contextos y formas de representación, posicionándose como una herramienta privilegiada para el desarrollo de un aprendizaje crítico, contextualizado y vivencial del español.

INFORMACIÓN DE FINANCIACIÓN

Esta investigación está financiada por el *Proyecto ECOS-GR. Estudio de los condicionantes sociales del español actual en Granada: nuevas identidades, nuevos retos, nuevas soluciones*. Referencia: PID2023-148371NB-C41. Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

7. REFERENCIAS

- Alarcón, M. (2014). El cine, un instrumento pedagógico en clase de ELE. En E. Bravo, E. J. Gallardo, I. Santos y A. Gutiérrez (Eds.), *Investigaciones sobre la enseñanza del español y su cultura en contextos de inmigración* (pp. 287–320).
- Arcoba, M. D. (2018). El cine como herramienta pedagógica para fomentar la reflexión crítica en el aula. *Educación Artística: Revista de Investigación*, (9), 248–252. <https://doi.org/10.7203/eari.9.12987>
- Astudillo, W., y Mendinueta, C. (2008). El cine como instrumento para una mejor comprensión humana. *Revista de Medicina y Cine*, 4(3), 131–136.
- Bartoll, E. (2016). *Introducción a la traducción audiovisual*. Editorial UOC.
- Bernal, M. Á. (2018). *La traducción audiovisual*. Publicacions Universitat d'Alacant.
- Bonilla, J., Loscertales, F., y Páez, M. (2012). Educación en valores a través del cine (un método para estudiantes de secundaria obligatoria). *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 41, 117–131.
- Castro, X. (2000). “El español neutro”. *El Trujaman. Revista diaria de Traducción*. Centro Virtual Cervantes. https://cvc.cervantes.es/trujaman/antiores/enero_00/24012000.htm [25.03.2021].
- Chaume, F. (2012). *Audiovisual Translation: Dubbing*. St. Jerome Publishing.
- Clavero, M. J. (2017). Retos traductológicos EN>ES en la industria cinematográfica: La traducción de títulos de películas en España (Trabajo de fin de grado, Universidad de Valladolid). *UVaDOC*. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/27699>
- Cruz Ortiz, R. (2022). La influencia de las creencias y actitudes lingüísticas hacia las variedades del español en el doblaje de series y películas. En K. Popek-Bernat (Ed.), *La influencia de las creencias y actitudes lingüísticas hacia las variedades del español en el doblaje de series y películas* (pp. 13–32). Peter Lang.
- Delgado, A. (2024). Aprendizaje y empatía en alumnos de español lengua extranjera, ELE: Actividades para crear lazos de afectividad a través de la virtualidad. *BEOIBERÍSTICA-Revista de Estudios Ibéricos, Latinoamericanos y Comparativos*, 8(1), 291–305. <https://doi.org/10.18485/beoiber.2024.8.1.18>
- Hutcheon, L. (2006). *A theory of adaptation*. Routledge.
- Luján García, C. (2010). Traducción de los títulos de las películas en los cines de España: ¿inglés y/o español? *Revista Odissea de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*, 11(1), 301–313.
- Martínez, E. (2003). El valor del cine para aprender y enseñar. *Comunicar*, 20, 45–52.
- Miquel, C. (2005). “Traducción y (Auto)censura: El caso de *Kill Bill* en España y Latinoamérica”. En *XVII Jornades de Foment de la Investigació* (pp. 1–18). Castellón, Universitat Jaume I.
- Mujika, J., y Gaintza, Z. (2021). El cine como herramienta didáctica en la escuela inclusiva. *Didácticae*, 9, 157–171.
- Núñez-Gómez, P., Cutillas-Navarro, M., y Álvarez-Flores, E. (2020). Cine como herramienta de aprendizaje creativo en Educación Primaria. *Estudios sobre Educación*, 38, 233–251. <https://doi.org/10.15581/004.38.233-251>
- Nord, C. (1997). *Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained*. Manchester: St. Jerome Publishing.
- Ogea, M.M. (2020). *La traducción audiovisual desde una dimensión interdisciplinar y didáctica*. Síndesis.

- Paladino, D. (2014). Qué hacemos con el cine en el aula. En I. Dussel y D. Gutiérrez (Coords.), *Educación: Políticas y pedagogías de la imagen* (pp. 135–144). Buenos Aires, Ediciones Manantial/FLACSO.
- Peñalver, T. (2015). El cine como recurso didáctico: Una propuesta de programación didáctica. *Edetania: Estudios y propuestas socio-educativas*, 47, 221–232.
- Pereira, M.C. (2005). Cine y educación social. *Revista de Educación*, 338, 205–228.
- Pulido, M. (2016). El cine en el aula: Una herramienta pedagógica eficaz. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 8, 519–538.
- Ramón, M. V. (2012). Análisis de la traducción de títulos de películas del inglés al español (Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador). *Repositorio PUCE*. <https://repositorio.puce.edu.ec/items/17d035bd-fcec-427b-9d6b-0a84120a1ebc>
- Rodríguez González, F. (Coord.). (2022). *Anglicismos en el español contemporáneo: Una visión panorámica*. Peter Lang.
- Secul, C. E. (2016). La traducción de títulos en el cine: ¿una moneda de cambio? *Revista Letras*, 5, 123–131. Recuperado de <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/53961>
- Sokoli, S. (2006). Learning via subtitling (LvS): A tool for the creation of foreign language learning activities based on film subtitling. *Proceedings of the Marie Curie Euroconferences MuTra: Audiovisual Translation Scenarios*, 66–73. Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.euroconferences.info/proceedings/2006_Proceedings/2006_Sokoli_Stravoula.pdf
- Talaván, N. (2013). *La subtitulación en el aprendizaje de lenguas extranjeras*. Octaedro.
- Zorroza, M. (2022). Ficción, experiencia y realidad: ¿Qué tiene que ver el cine con la vida? *Revista de Comunicación*, 6(1), 70–80.