

## ANÁLISIS DE LA POLÉMICA EN TWITTER POR LA INCLUSIÓN DE *STAR TALENTS* EN EL DOBLAJE DE *SPIDER-MAN* AL ESPAÑOL LATINO

### ANALYSIS OF THE CONTROVERSY IN TWITTER FOR THE INCLUSION OF STAR TALENTS IN THE DUBBING OF SPIDER-MAN TO LATIN SPANISH

**Juan Luis Ramírez Cadenas**

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

 <https://orcid.org/0009-0001-8678-025X>

**Elia Margarita Cornelio Marí**

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

 <https://orcid.org/0000-0001-5495-1870>

Autor para correspondencia: Elia Margarita Cornelio Marí, email: [elia.cornelio@ujat.mx](mailto:elia.cornelio@ujat.mx)

#### Resumen

*En mayo de 2023 se desató una polémica en Twitter en respuesta al anuncio de que 24 star talents habían prestado sus voces para el doblaje al español latino de Spider-Man Across the Spider-Verse. La reacción reveló las expectativas de las audiencias sobre lo que es la calidad en el doblaje. Se analizaron 2220 comentarios y se examinaron las actuaciones de los star talents en el film. 94.5% de los comentarios eran negativos, 4.6% eran neutrales y solo 0.9% positivos. La polémica se concentró en cuatro asuntos: (a) cuestionamiento a la estrategia de marketing de Sony, (b) la defensa de los actores de doblaje profesionales, (c) la selección de los subtítulos como segunda opción, (d) la aceptación de algunos star talents por tener una relación con la franquicia de Spider-Man. Aunque los papeles de los star talents eran en su mayoría incidentales, la controversia mostró que las audiencias tienen altas expectativas para el doblaje de animación al español latino porque adoptan esa versión de la película como propia, aunque sea un contenido extranjero. El caso de estudio ilustra la conciencia de las audiencias locales respecto a los procesos de adaptación cultural de productos globales.*

**Palabras clave:** doblaje, animación, estudios de audiencias, traducción audiovisual, análisis de contenido.

#### Abstract

*In May 2023, a controversy started on Twitter in response to the announcement that 24 star talents had lent their voices to the Latin Spanish dubbing of Spider-Man Across the Spider-Verse. The reaction revealed audiences' expectations about quality in dubbing. We analyzed 2,220 comments and examined the performance of the star*

*talents in the film. 94.5% of the comments were negative, 4.6% were neutral, and only 0.9% were positive. The controversy focused on four issues: (a) a critique of Sony's marketing strategy, (b) the defense of professional voice actors, (c) the choice of subtitles as a second option, (d) the acceptance of some star talents linked to the Spider-Man franchise. Although the roles of the star talents were mostly bit parts, the controversy showed that audiences have high expectations for the dubbing of animation into Latin Spanish, because they adopt that version of the film as their own, even if it is a foreign content. The case study illustrates the awareness of local audiences regarding the processes of cultural adaptation for global products.*

**Keywords:** dubbing, animation, audience studies, audiovisual translation, content analysis.

Recibido: 02/05/2025

Aceptado: 09/07/2025

## **Introducción**

El 16 de mayo de 2023, una publicación de apariencia inocua en la cuenta de Twitter<sup>1</sup> de Sony Pictures México detonó una polémica entre los usuarios que pronto se convirtió en un fiasco de relaciones públicas para el estudio. El anuncio en cuestión, publicado en @SonyPicturesMX decía: “Sorpréndete con el maravilloso talento que prestó sus voces para el doblaje de 'Spider-Man: a través del spiderverso' ¡Bienvenidos a la sociedad arácnida”. Venía seguido de una lista de 24 nombres entre los que se podían reconocer a artistas gráficos, locutores de radio y televisión, así como personalidades con presencia en Instagram, YouTube, TikTok y Twitch (para la lista completa ver *Tabla 1*, en la sección de resultados).

La respuesta de los usuarios de Twitter al anuncio fue inmediata y reflejó molestia ante la decisión de incluir a estos actores de voz no

profesionales, o *star talents*, en el reparto de la película. En los días posteriores, la polémica fue retomada por la prensa mexicana, que le dio seguimiento con notas informativas e incluso entrevistas a actores de doblaje reconocidos.

¿A qué se puede atribuir tal indignación de los espectadores potenciales de la película? ¿Qué revela sobre la relación de las audiencias con los contenidos traducidos al español mediante el doblaje? Una mirada más a fondo al fenómeno puede aportar respuestas de interés sobre la recepción de productos culturales de alcance global en México.

Sin duda *Spider-Man*, conocido en nuestro país como El Hombre Araña, es uno de los superhéroes más amados de las últimas décadas. Su popularidad no ha hecho más que acrecentarse con sus recientes encarnaciones en el Universo Cinematográfico de Marvel tituladas *Spider-Man: Homecoming* (2017) y *Spider-Man: No Way Home* (2021).

En el ámbito de la animación, el héroe arácnido seduce a los fans con la franquicia inspirada en el cómic *Spider-Verse Team-Up*, publicado en 2014 y que actualmente sigue en proceso de adaptación. La saga del *Spider-Verse* estará compuesta por tres largometrajes animados, de los cuales ya se han producido dos. El primero de ellos es *Spider-Man Into the Spider-Verse* (ITSV), estrenado en 2018, el cual fue premiado con el Óscar como mejor película animada. El segundo *film*, *Spider-Man: Across the Spider-Verse* (ATSV), se estrenó en 2023 con enorme éxito de taquilla y crítica. La última cinta de la trilogía, programada para estrenarse en 2027, llevará por título *Spider-Man: Beyond the Spider-Verse* (BTSV).

Este artículo se enfoca en el *film* *Spider-Man Across the Spider-Verse* (ATSV), desde un ángulo poco estudiado, concentrándose en la recepción no de la película en sí, sino del proceso de adaptación lingüística y cultural que se realiza a través del doblaje. En realidad, se sabe relativamente poco sobre las audiencias del doblaje. De la parte de los estudios de audiencias, se soslaya estudiar el doblaje (Cornelio-Marí, 2022); de la parte de los estudios de traducción audiovisual, se omite estudiar a las audiencias, centrándose más bien en los procesos de adaptación (Tuominen, 2019). Lo que resulta de esta doble falta de atención es un punto ciego, en el que se falla en reconocer que “los productos culturales que son concebidos como globales y homogéneos no son idénticos de una lengua a otra” (Tuominen, 2019, p. 7). Es decir, se oscurece el hecho de que *Spider-Man* ATSV en su versión inglesa difiere de

la misma película en su versión al español latino porque, a pesar de ser un *film* global, tuvo que ser adaptado para ganar la preferencia de los públicos locales y esa adaptación lo cambió sustancialmente. El proceso de recepción, por tanto, tiene que verse afectado.

El objetivo de esta investigación es identificar las razones que explican la reacción de las audiencias en Twitter al conocer la participación de *star talents* en el doblaje de *Spider-Man* ATSV. A partir de ello, se pretende conocer más sobre la relación que establecen los espectadores con los contenidos doblados al español latino.

La primera parte del artículo proporciona algunos apuntes teóricos referentes a las audiencias del doblaje. Posteriormente, en el marco contextual se ofrecen antecedentes sobre el doblaje en la animación. También se discute la función de los actores de voz en este proceso, prestando especial atención a su contribución a la calidad de la adaptación. En contraparte, se comenta sobre el rol que históricamente han jugado los *star talents* como estrategia de mercadotecnia para las series y películas animadas de los grandes estudios de Hollywood. Una vez desarrollados los antecedentes, se expone la metodología de la investigación, que consistió en una combinación de dos técnicas: el análisis de contenido de los comentarios en Twitter y el análisis del doblaje. Para finalizar se presentan los resultados de ambos análisis, seguidos por la discusión y las conclusiones.

## Marco teórico

### Las expectativas de las audiencias del doblaje

Al escuchar su propia lengua en un *film* doblado, las audiencias experimentan un sentido de familiaridad porque “pueden identificarse más fácilmente con actores que ‘hablan’ el mismo lenguaje” (Koolstra et al., 2002, p. 336). Asimismo, aunque los detractores del doblaje digan que hace perder el encanto de actores y actrices como Morgan Freeman o Meryl Streep, en realidad “la mayoría de las audiencias extranjeras no se ven afectadas por este comprensible prejuicio, ya que solo están acostumbradas a escuchar y asociar las voces de artistas de doblaje específicos con actores específicos” (Mera, 1999, p. 80).

A diferencia de los subtítulos, la voz en el doblaje sirve “para mantener estructuras cercanas de identificación en el cine, permitiendo a las audiencias empatizar y responder emocionalmente a los actores en pantalla” (Whittaker, 2012, p. 295). Según Whittaker, el doblaje crea un mayor sentido de involucramiento con el mundo diegético del filme, ya que, a través de la voz, “la estrella doblada habla la misma lengua que su audiencia, creando la ilusión de una pertenencia cultural compartida” (2012, p. 296). A decir de este autor, la voz del actor de doblaje se convierte entonces en “un poderoso sitio de imaginación e identificación para sus audiencias” (p. 303).

Para la mayoría de los géneros, la preferencia de los subtítulos por encima del doblaje está atravesada por nociones de autenticidad y también por el deseo de distinguirse (Cornelio-Marí, 2022).

Estos criterios, sin embargo, no se aplican de manera tan clara a la animación, que mayoritariamente es preferida en su versión doblada. El doblaje de animación, tal vez debido a su flexibilidad técnica, también se caracteriza por una fértil creatividad, que lleva a transformar películas culturalmente lejanas en entrañables historias que contienen acentos reconocibles, modismos, chistes locales e incluso parodias políticas, como el famoso inserto en *Monsters Inc.*, que decía “¡Mamá, se metió un pejelagarto!”, justo cuando la carrera política de Andrés Manuel López Obrador “el peje”, estaba en franco ascenso.

“El doblaje es una práctica transformativa” (Adamou & Knox, 2011, p. 1), por lo tanto, en México existe la expectativa de que la película animada que ha sido doblada al español latino pueda ser incluso mejor – más divertida, más cercana –, que la original. O sea, se espera que en su transformación la película sea un poco más mexicana.

Este deseo de que la adaptación *mexicanice* las cintas animadas tiene un contexto histórico e industrial. El desarrollo de la variante del español neutral en la región fue impulsado de manera importante por Disney, que hasta finales de los años 1980 todavía distribuía sus clásicos para todo el mundo hispanohablante, incluyendo España, utilizando “un dialecto artificial que combinaba rasgos de los mayores dialectos del español, particularmente localismos americanos” (Chaume, 2014, p. 12). Aún hoy, los estudios de Hollywood siguen agrupando a todas las naciones latinoamericanas hispanohablantes en una sola región para la distribución de sus contenidos de cine

y televisión, produciendo doblajes en español latino principalmente en México, Colombia y Argentina.

Para el doblaje de animación, Disney ha marcado la pauta. A inicios de los 2000, la compañía comisionó la creación de doblajes específicos para Argentina, México y España de sus películas *The Incredibles*, *Ratatouille* y *Cars*, además de la versión en español neutral. Sin embargo, para 2008, ya la estrategia había sido abandonada a favor de una única adaptación para toda Latinoamérica, a realizarse en México (Fuentes-Luque, 2019, p. 18). El dominio de los estudios de doblaje mexicanos se ha afianzado por razones de mercado, favoreciendo en el plano cultural la creación de un *habitus lingüístico* basado en el modo de hablar del centro de México (Martínez Moreno, 2022). En este proceso de imposición simbólica contribuyen como agentes las empresas productoras, distribuidoras, actores y directores de doblaje, así como los espectadores. De hecho, Martínez Moreno (2022) identifica a estos últimos, junto con las productoras, como los jueces que evalúan la calidad del doblaje: “Los criterios de evaluación, ... están determinados por los consumidores y las productoras en un proceso en el que los propios actores y directores de doblaje tienen poco que ver” (p. 19).

El caso de estudio que analizamos en este artículo demuestra que, efectivamente, las audiencias promueven ciertos estándares para el doblaje de animación. Al hacer públicas sus preferencias y expectativas en Twitter, los fans de *Spider-Man*, en su papel de espectadores asiduos de películas animadas dobladas al español latino, expresaron su

indignación ante un elemento de la adaptación con el que no estaban de acuerdo.

Su proceder fue típico de las audiencias en las redes sociales, en una práctica propia de la cultura de la convergencia. Según Jenkins (2006), las audiencias, actuando como *prosumers*, acuden a Internet para participar activamente en la creación, distribución y consumo de contenidos. También usan las plataformas en línea para discutir a profundidad con otros aficionados sobre los detalles de la producción de series y películas. No sorprende, entonces, que ante el anuncio de Sony Pictures de que se habían integrado las voces de 24 *star talents* en el doblaje al español latino de ATSV, se activaran de inmediato los prejuicios existentes sobre la inclusión de actores no profesionales en la adaptación lingüística y se iniciara una polémica que revela mucho sobre las expectativas de las audiencias del doblaje de animación en México. Sin embargo, antes de pasar al análisis, es importante revisar varios aspectos contextuales relacionados con el doblaje de películas animadas.

## Marco contextual

### El doblaje y sus características en la animación

Durante décadas, el doblaje de películas y series de televisión ha desempeñado un papel crucial en la industria del entretenimiento en México, al permitir a una audiencia diversa acceder a contenidos extranjeros traducidos en su idioma. En el campo de

la traducción audiovisual, el doblaje, también conocido históricamente como post-sincronización (Kilborn, 1989), es una técnica que pertenece a la macro categoría del *revoicing* (Chaume, 2013); es decir, se caracteriza por el injerto de una voz en el espacio que ocupaba otra en el *film* o programa televisivo. Una definición técnica de doblaje indica que “consiste en el reemplazo de la pista original de una película que contiene los diálogos en el idioma de origen, por otra pista en la que se registran los diálogos traducidos en el idioma destino” (Chaume, 2006, p. 6). Es importante precisar que durante el doblaje las pistas de imágenes, música y efectos sonoros se mantienen intactas.

Más allá de simplemente traducir el diálogo original, el doblaje implica hacer coincidir el discurso traducido con los movimientos de los labios y las expresiones de los actores en el metraje original. Existen tres tipos de sincronía que deben lograrse para obtener un doblaje de calidad: (a) la sincronía fonética o labial, (b) la sincronía cinética o sincronía del movimiento corporal, y (c) la isocronía o sincronía entre la emisión de la voz y las pausas (Chaume, 2004). Además, aunque no tiene un cariz técnico, también es recomendable que se logre una sincronía del personaje, lo cual se refiere a la coincidencia entre las voces de los actores de doblaje y los actores que se muestran en pantalla (Whitman, 1992, citado en Chaume, 2004). Este último tipo de sincronía, como se verá más adelante, puede jugar un papel importante en la postura que asuman las audiencias respecto al doblaje que se les ofrece.

En la animación, el doblaje adquiere características particulares, pues la sincronía es más

flexible. Chaume (2004) explica que, como los personajes en los dibujos animados,

*obviamente no hablan, sino que mueven sus labios casi al azar sin realmente pronunciar las palabras, una adaptación fonética precisa no es necesaria, excepto en el caso de los primeros planos o planos de detalle en los que el personaje aparentemente pronuncia una vocal abierta (secc. 2.4.).*

El autor comenta además que la audiencia infantil, supuesto público preferencial de la animación, no es exigente tampoco con la isocronía, por lo que solo debe cuidarse la sincronía cinética para transmitir la gestualidad exagerada de los personajes.

De hecho, existe un consenso entre los teóricos de la traducción audiovisual en que la animación es casi siempre doblada porque “la sincronización imperfecta está también presente en el lenguaje original y es característica (y tal vez también atractiva) para este tipo de programación” (Koolstra et al., 2002, p. 349).

Ferrari (2010) ofrece dos razones para la gran aceptación que tiene el doblaje en la animación. La primera es que en este género la sincronización labial no es un problema, ya que las voces originales frecuentemente están pre-sincronizadas; es decir, se graban antes de realizar la animación de los personajes. La segunda razón es la falta de verosimilitud de las situaciones representadas, que en muchas ocasiones son humorísticas o fantásticas.

Sin embargo, lo anterior no significa que el doblaje en la animación carezca de estándares de calidad, solo que el énfasis no está en la sincronía, sino en otros factores.

Chaume (2006) afirma que, entre los profesionales del doblaje, existe un consenso sobre los tres aspectos que deben cuidarse para lograr un producto de calidad: el primero de ellos sería la sincronización, especialmente la isocronía; el segundo aspecto se relaciona con la interpretación, evitando una actuación apagada pero también una sobreactuación; y el tercer aspecto tiene que ver con la escritura de diálogos creíbles y naturales que hagan pensar que se está viendo una historia real.

Claramente, la polémica que se desató por el reclutamiento de *star talents* para el doblaje de ATSV parece estar relacionada con el segundo estándar de calidad, la interpretación, por lo que en el epígrafe siguiente se abundará respecto al papel que juegan los actores en el doblaje.

### **El talento vocal en el doblaje**

Los actores de doblaje son profesionales que usan su voz para transmitir mensajes y emociones. Se desempeñan en la industria del entretenimiento para dar vida a los personajes mediante diálogos hablados o efectos de sonido vocal. Dependiendo del tipo de proyecto en el que participen, es posible que también aprovechen su talento musical para proporcionar la voz de canto en una producción. Son considerados los miembros del equipo de doblaje más orientados hacia el arte y en Italia gustan de llamarse a sí mismos *attori dimezzati* (actores reducidos a la mitad) o “actores invisibles”; es decir son “intérpretes completamente capaces, prestando sus voces a los gestos de otro actor” (Barra, 2009a, p. 514).

Los actores de voz son una de las piezas principales para la realización del proceso de doblaje. Son profesionales con la capacidad de expresar y transmitir sentimientos con el solo uso de la voz, adaptándola de acuerdo con los personajes que interpretan, dándole la inflexión y el énfasis necesarios para conservar la intención del diálogo original:

*Las interpretaciones exageradas, excesivamente dramáticas, lo mismo que el discurso plano y monótono, no contribuyen a la ilusión de estar mirando una historia viva y verdadera. Los actores y las actrices, así como el director de doblaje son responsables de esto (Chaume, 2006, p. 8).*

Alburger (2011) enfatiza que la actuación de voz se diferencia de otros procesos, como la locución, ya que su objetivo no es vender sino contar historias con las que los oyentes puedan conectar emocionalmente: “La actuación de voz se trata de crear personajes reales y creíbles en situaciones reales y creíbles con las que los oyentes puedan relacionarse y sentirse motivados” (p. 6). Esto refleja la esencia del doblaje como un proceso que no solo se limita a traducir palabras, sino que tiene la capacidad de dar vida a los personajes de una manera que resuene emocionalmente con la audiencia.

Los actores de voz se seleccionan cuidadosamente durante la fase de pre-producción del doblaje, una vez que el trabajo ha sido comisionado a un estudio especializado (Chaume, 2006). El director de doblaje es el encargado de realizar la selección del reparto, o *casting*, apoyándose en un documento preparado *ex profeso*.

La llamada “biblia del doblaje” (*dubbing bible*) es “una compilación de indicaciones para el director de doblaje y el talento vocal” (Chaume, 2014, p. 127). En esta se incluyen descripciones detalladas de los personajes, incluyendo su género, edad, los atributos vocales (tono de voz, acento y personalidad), así como posibles requerimientos de canto (Chaume, 2014).

La voz es una parte integral de la identidad de los personajes, así que “escoger las voces ha sido identificado como un paso crucial en el proceso del doblaje” (Bosseaux, 2019, p. 223), sobre todo, para las películas y series de animación que vienen de Hollywood.

Por ejemplo, Ferrari (2010) narra cómo la cadena norteamericana Fox se involucró activamente en el proceso de adaptación de *Los Simpsons* en Italia, enviando a ejecutivos para que realizaran audiciones no solamente de los traductores sino también de los actores que “doblarían” a los personajes. Este esfuerzo por igualar la calidad de las voces no es de sorprender, según la autora, “dada la rentabilidad de la serie y la comercialización de mercancías alrededor de ella” (p. 44).

Lo cierto es que los equipos de doblaje para la animación tienen menos libertad que los que trabajan en otros tipos de productos audiovisuales. Minutella (2020) explica que:

*El proceso de doblaje de los filmes animados distribuidos por los Grandes Estudios [de Hollywood] es guiado por el cliente, el cual supervisa las distintas fases, desde la traducción y adaptación hasta la mezcla final del film doblado... En cuanto a lo que*

*concierna a la selección de los actores de doblaje para la animación, el casting de voz es guiado por el cliente, con el departamento de mercadotecnia jugando un papel importante (pp. 51-52).*

¿Por qué se le presta tanta atención al talento vocal en el doblaje de animación? Sin duda porque las audiencias muestran predilección por el género, lo que puede convertir a series y películas en grandes éxitos (Hernández, 2025). No hay que olvidar además la parafernalia que rodea a estos títulos, que significa millones de dólares en ingresos adicionales para los estudios. Por tanto, los grandes intereses económicos que vienen aparejados a la popularidad de la animación impulsan a los estudios a darle un trato preferencial. A veces, esta misma popularidad lleva a convertir a las series y películas animadas en vehículos para la promoción cruzada (*cross-promotion*) de cantantes, actores, deportistas, conductores de televisión y, en tiempos recientes, también de *influencers*.

### **Voces de celebridades en las películas animadas**

*Star talent* es un término usado comúnmente en la industria del doblaje que hace referencia a una persona ajena a la actuación de voz, generalmente del medio artístico, que presta su voz para realizar un doblaje. La inclusión de estas celebridades se utiliza principalmente para publicitar la producción en cuestión; es decir, los *star talents* son recursos empleados para promover una película o serie de televisión, capitalizando la popularidad que ya tienen.

Minutella (2020) resalta la injerencia de los departamentos de mercadotecnia en el *casting* de actores de doblaje en películas animadas. Su labor se enfoca en identificar y crear oportunidades de promoción. Reclutar a celebridades para que doblen a personajes secundarios, o inclusive protagónicos, puede resultar en mayor notoriedad para la película o serie, aumentando las expectativas de las audiencias potenciales. La lógica detrás de este esquema es que la fama de los *star talents* se transmitirá al contenido y viceversa. Además, las celebridades involucradas pueden dar entrevistas en los medios o participar en eventos de promoción especialmente diseñados.

Este tipo de publicidad recíproca mediante el uso de *star talents* en el doblaje es una estrategia bastante difundida desde finales de la década de los 1990 (Minutella, 2021). En la versión italiana de *Los Simpsons*, por ejemplo, se incluían en algunos episodios las voces de cómicos, conductores de televisión, *show-girls* y políticos (Barra, 2008). Esto permitía en ocasiones establecer una especie de juego con los espectadores, quienes apreciaban la referencia al mundo del espectáculo local. Sin embargo, “a menudo la presencia del doblador famoso desnaturaliza el episodio original” (Barra, 2009b, p. 515), porque la personalidad de la celebridad se superpone a la del personaje ya existente, creando una distorsión.

Se supone que con el uso de *star talents* todos los involucrados obtienen una ventaja, ya sea mayor fama o mayor éxito en taquilla. Sin embargo, la calidad del doblaje no necesariamente se logra porque “el profano que se presta al doblaje no siempre destaca

por su brillante interpretación: de hecho, el resultado es a menudo impreciso” (Barra, 2008, p. 122).

Minutella (2021) coincide con lo anterior, al señalar que la imposición de *star talents* puede afectar negativamente tanto la calidad del producto final como el proceso mismo del doblaje, “porque pocas celebridades tienen formación previa en doblaje y algunos no son siquiera actores” (p. 58).

Además del talento para la actuación, las habilidades de un actor de doblaje incluyen lidiar con los aspectos técnicos del proceso: deben saber leer la notación de signos especiales que indican determinados gestos o movimientos de la boca (Chaume, 2013), deben además mantener la isocronía, la sincronía labial, la sincronía cinética e incluso se ha observado que, ocasionalmente, hacen sugerencias para la traducción de pasajes difíciles en la propia cabina de grabación (Barra, 2009a; Mendes, 2015).

Los actores de doblaje son, en resumen, profesionales de su oficio. Y no solo eso, algunos de ellos son también por mérito propio celebridades en toda la extensión de la palabra, cuyos fans acuden a conocerlos en las convenciones de cómics y *anime*.

Los *star talents*, por su parte, en muchas ocasiones están habituados al uso de la voz para la locución, la actuación o la publicidad. A veces, incluir *star talents* ha sido un claro factor de éxito para la adaptación, como el conocido caso del cómico Eugenio Derbez en la saga de *Shrek*. En tantos otros casos, sin embargo, la inclusión de estos actores de voz no profesionales resta calidad a la interpretación o se convierte en un distractor, porque los espectadores “pueden reconocer o incluso tratar de ubicar las voces” que escuchan (Adamou & Knox, 2011, p. 15).

La voz del *star talent* debe resultar reconocible y esa es tanto su ventaja como su condena: su ventaja porque remite tal vez a chistes locales o a situaciones que están en boga al momento del estreno; su condena porque, al reconocerla, el espectador sale abruptamente del proceso de inmersión en la narrativa, para darse cuenta de que no está viendo la versión original, sino una versión adaptada. Esto afecta su involucramiento emotivo con la historia.

Concluida la revisión de aspectos contextuales del proceso de doblaje, a continuación se presenta la metodología que se utilizó en el estudio.

### **Método**

El enfoque de este trabajo es cualitativo, ya que tiene la intención de investigar y entender un fenómeno de manera detallada, ubicándolo en su contexto histórico, social y cultural (Hernández Sampieri et al., 2014). En este caso, el fenómeno de interés que nos ocupa es la adaptación lingüística de un filme, la cual se enfrentó a un inesperado rechazo por parte de las audiencias y se vio envuelta en una polémica en redes socio digitales.

Los estudios cualitativos intentan interpretar la realidad tomando como punto de partida las percepciones y experiencias de las personas. También caben en este enfoque aquellos estudios que se basan en la observación cuidadosa de textos o artefactos. Para este trabajo se realizaron ambas cosas, primero analizando las opiniones de las

audiencias en Twitter y luego examinando el trabajo de doblaje que hicieron los *star talents* en ATSV.

El estudio se abordó desde dos fases complementarias que siguieron un orden secuencial. Primero, se realizó un análisis de los tuits de las audiencias sobre el doblaje, seguido por un análisis traductológico. La primera fase consistió en un análisis de contenido aplicado a las reacciones de la audiencia en Twitter al anuncio de que se utilizarían las voces de *star talents* para doblar a diversos personajes del *film Spider-Man ATSV*. El análisis de contenido es una técnica de investigación que permite identificar, contar y examinar elementos en textos, audios, imágenes u otros tipos de mensajes, para descubrir significados, patrones y temas subyacentes. Bernete (2013) expone que “llevar a cabo un análisis de contenido es realizar un conjunto de operaciones que tienen por finalidad desvelar un sentido no explícito en un producto narrativo” (p. 229). Es decir, se aplican instrumentos que facilitan la inferencia de conocimientos relacionados con las condiciones de producción y recepción de estos mensajes, considerando el contexto social en el que se inscriben (Bardin, 1986).

Para la selección del corpus de análisis, inicialmente se buscaron comentarios por parte de los usuarios en la red social Twitter, utilizando palabras clave relacionadas con el doblaje y el caso de estudio en específico. Se decidió enfocar el análisis en el anuncio oficial publicado en la cuenta que la compañía productora tiene para México (SonyPicturesMX), ya que allí se concentró la polémica sobre la inclusión de *star talents* en la película. El rango temporal del estudio fue del 16 al

18 de mayo de 2023, fechas en las que se presentaron la mayor parte de las reacciones a la noticia, con un aproximado de 2,800 comentarios.

Se analizó cuantitativamente una muestra amplia (2,220 comentarios) para identificar si se presentaba una tendencia negativa, positiva o neutral. Se consideró que un comentario era negativo cuando atacaba, a veces con palabras altisonantes, ya sea a los *star talents* o a Sony Pictures por tomar esta decisión respecto al doblaje. Un comentario positivo, por otra parte, era el que expresaba su aprobación, agrado o entusiasmo por la selección de un *star talent* en particular. Los comentarios neutrales se limitaban a hacer preguntas o compartir información sin ofender a nadie. Luego se hizo un análisis temático para encontrar las categorías repetidas y con base a eso se seleccionaron algunos tuits representativos de los discursos emitidos por las audiencias. Se logró recopilar una variedad de puntos de vista, incluidas las críticas positivas y negativas, lo que permitió obtener una mejor perspectiva de las opiniones que se expresaron.

Como instrumento, se diseñó una ficha de codificación que recogía datos básicos de cada publicación, como la fecha, el tipo de publicación (escrita o gráfica), el tipo de usuario que lo publicó (p. ej. fan, profesional del doblaje) y el tema central del comentario. Se realizó también una clasificación de los comentarios con base en el sentimiento expresado respecto a los *star talents* (positivo, neutral o negativo) y el tono del lenguaje (p. ej. informal, sarcástico o agresivo). Se incluyó una captura de pantalla de las publicaciones seleccionadas para poderlas preservar.

Una vez seleccionado el corpus, se inició con una etapa de inmersión, que “implica una ‘lectura repetida’ de los datos y una lectura de los datos de manera activa, buscando significados, patrones, etc.” (Braun & Clarke, 2006, p. 16). En este proceso, se leyeron cuidadosamente los tuits seleccionados para identificar ideas y temas relevantes que permitieran agruparlos en categorías obtenidas de manera inductiva.

El enfoque cualitativo resultó adecuado para investigar la percepción de las audiencias porque permite captar la complejidad y riqueza de las opiniones, emociones y experiencias de los espectadores. Esto brindó la oportunidad de entender no solo lo que la audiencia piensa del tema, sino también por qué piensa de esa manera. Así, al examinar los comentarios expresados por las audiencias en Twitter, fue posible captar la profundidad y la variedad de las percepciones de los usuarios respecto a la inclusión de los *star talents* en el doblaje, accediendo a una visión más completa del fenómeno de interés.

En un segundo momento, una vez que la película doblada con las voces de los *star talents* ya estuvo disponible, se realizó un análisis del doblaje para conocer los detalles del proceso de adaptación al español latino. Aunque nuestro estudio de recepción se concentra únicamente en el segundo filme, se decidió comenzar el análisis del doblaje desde la primera película, para observar si se había presentado algún cambio significativo, tanto en términos de la selección del reparto, como de la traducción de diálogos y de la adaptación de los referentes culturalmente específicos. Se buscó

determinar también si en los filmes se había puesto en marcha un proceso de domesticación (Ferrari, 2010) que, a través del uso de acentos locales y la inclusión de modismos, tuviera como propósito aproximar culturalmente las películas a su público meta.

Para examinar el doblaje, se creó una matriz de análisis en Google Sheets en la que se registraron aquellos momentos en los que los traductores habían realizado negociaciones de sentido que tenían el potencial de crear un efecto de cercanía o lejanía cultural para los espectadores. La matriz incluía cuatro columnas: frase o situación en lengua original, traducción a la lengua meta, clasificación de la tendencia hacia la domesticación o extranjerización y notas.<sup>ii</sup>

Al comparar cada frase original con su doblaje, pueden evidenciarse las negociaciones que los traductores debieron realizar para crear una versión comprensible lingüística y culturalmente para las audiencias meta en América Latina. Además, el análisis de las decisiones tomadas durante el proceso de traducción proporciona evidencia para evaluar la tendencia general del *film* hacia la domesticación o la extranjerización. Igualmente, ofrece indicios sobre las razones que pudieron tener los encargados de la distribución regional del *film* para integrar a los *star talents* en el reparto de voces, creando una situación de inesperado rechazo por parte de las audiencias que deja al descubierto las suposiciones que prevalecen sobre la calidad del doblaje y sobre las personas que cuentan con legitimidad para realizarlo.

## **Resultados**

En esta sección se exponen los resultados de ambas fases del análisis, concentrándose inicialmente en el estudio de audiencias, y luego retomando los hallazgos del análisis del doblaje, ya que permiten arrojar luz sobre el fenómeno e incluso esclarecer las posturas expresadas en los comentarios de los usuarios.

### **Análisis de las publicaciones en Twitter**

La publicación en la que Sony Pictures anunciaba la inclusión de los *star talents* en el doblaje de ATSV recibió casi 2,800 comentarios. De estos, se tomaron los 2,220 que estaban disponibles al momento de la revisión, los cuales se clasificaron según la postura que manifestaban respecto al tema, resultando 21 comentarios positivos (0.9%), 103 comentarios neutrales (4.6%) y 2,096 comentarios negativos (94.5%). En los siguientes párrafos se desglosan las cuatro categorías que surgieron del análisis temático de las publicaciones.

#### **a. ¿Por qué *star talents*? Críticas a la estrategia comercial del estudio**

Los comentarios analizados reflejaban en general una postura crítica hacia Sony Pictures. De entrada, era notorio el deseo de algunos usuarios por explicarse las razones detrás de la decisión de incluir *star talents*, que ellos atribuían a una estrategia para aumentar las ganancias en la taquilla. Aprovechando las potencialidades de Twitter, la crítica tomó forma gráfica con el uso de memes que reflejaban sorpresa

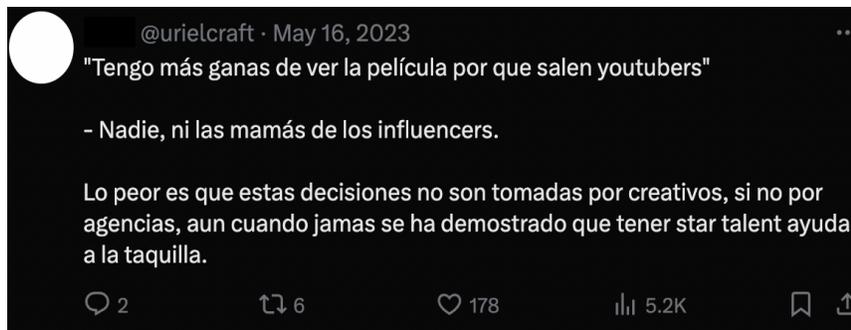
e indignación. Por ejemplo, el usuario @htgeo13 publicó una imagen del payaso Krusty de *Los Simpsons* con expresión molesta, acompañada del subtítulo “¿Qué es esta mierda?”.

El uso de memes o GIF ofensivos por parte de los usuarios es una forma de comunicación que combina humor y crítica. Estos recursos visuales, a menudo exagerados o sarcásticos, permiten a las personas manifestar su descontento de manera más impactante y accesible. Al recurrir a este tipo de contenido, los usuarios pueden estar buscando crear

un sentido de comunidad al compartir su frustración, al mismo tiempo que hacen que su mensaje resuene de manera más intensa. Además, el uso de memes ofensivos podría indicar que los usuarios sienten que su voz no es escuchada en discusiones más serias y formales sobre la calidad del doblaje. Esta forma de expresión puede ser vista como un mecanismo de defensa ante decisiones que consideran erróneas, usando el humor como una forma de aliviar la frustración.

### Figura 1.

*Sarcasmo ante la estrategia de mercadotecnia de Sony*



*Fuente:* Uriel [@urielcraft]. (2023, May 16). "Tengo más ganas de ver la película por que salen youtubers" - Nadie, ni las mamás de los influencers. Lo peor [Tweet]. Twitter. <http://bit.ly/4eMw05N>

El sarcasmo se hizo presente en el comentario del usuario @urielcraft, quien se mofaba de la decisión de incluir a *youtubers* como talentos de voz, indicando que no servirían para llevar al cine ni siquiera a las mamás de los *influencers* (Figura 1). Este usuario también criticaba la injerencia de agencias de publicidad en la toma de este tipo de decisiones, por encima de los creativos.

Los usuarios de Twitter que respondieron al anuncio de Sony Pictures no solo discutieron entre

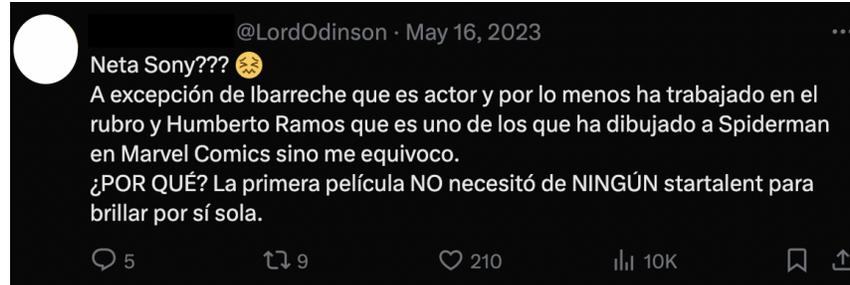
ellos, sino que en muchas ocasiones interpelaban directamente al estudio. Así, un par de usuarios expresaron que el uso de *star talents* era innecesario, ya que este *film* es un producto que se vende por sí solo debido a la inmensa popularidad de *Spider-Man*. Por ejemplo, @LordOdinson reclamaba directamente a Sony, mostrando su incredulidad con la frase “Neta Sony???”, al tiempo que reflexionaba que la película anterior no había necesitado de ningún *star talent* para triunfar (Figura 2). De hecho, al

revisar las publicaciones, la supuesta estrategia de mercadotecnia de Sony parecía estar teniendo el efecto contrario, pues hubo usuarios, como @ryan\_1706 que declaraban que su entusiasmo por

el próximo estreno había disminuido al conocer sobre la inclusión de los *star talents*, los cuales le daban ganas de vomitar, a juzgar por los coloridos emojis con los que ilustró su publicación (Figura 3).

### Figura 2.

Reclamo directo a Sony ante la inclusión de star talents



Fuente: Odinson, M. [@LordOdinson]. (2023, May 16). Neta Sony??? 🤢 A excepción de Ibarreche que es actor y por lo menos ha trabajado en el rubro y [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/3II1KCS>

### Figura 3.

Publicación de rechazo a los star talents que alude a la reducción de la anticipación



Fuente: Márquez Andalón, R. [@ryan\_1706]. (2023, May 17). Hype reducido instantáneamente, startalents = 🤢🤢🤢🤢🤢 [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/4nNCPIy>

La expresión “hype reducido instantáneamente” sugiere que, al enterarse de que se han elegido *star talents*, sus altas expectativas para el estreno se vieron afectadas. Al acompañar su frase con *emojis* expresando asco, se evidencia un desdén hacia esta tendencia, insinuando que prefiere ver a actores de voz especializados que realmente entienden el proceso del doblaje y pueden dar vida a los personajes de manera más auténtica.

Esta última postura queda establecida firmemente en el comentario del usuario @edelacruzxxx, quien publica un GIF del actor Robert Downey Jr. haciendo una expresión de fastidio, a la que acompaña con la frase “La película brilla por sí sola como para que hayan metido a tanto influencer y YouTuber cuando hay tantos actores de doblaje”. De hecho, al centro de la polémica que se desató se encontraba justamente esta valoración del trabajo del actor de doblaje profesional por parte de las audiencias, como se demuestra en la sección siguiente.

### b. Actores profesionales como garantía de calidad del doblaje

En su gran mayoría, los comentarios analizados expresan frustración ante la selección del reparto para el segundo *film* de la franquicia. La razón principal de esta molestia es la inclusión de talentos que, a pesar de tener cierta popularidad y renombre como personalidades de las redes sociales digitales, carecen de la formación y experiencia para realizar un trabajo de doblaje profesional que garantice el nivel de calidad esperado.

El comentario de @YoungSt66788731 ilustra este posicionamiento al indicar: “Que no había actores profesionales o que...? O no merecemos un buen doblaje?”. Se asume, entonces, que el doblaje de calidad está íntimamente relacionado con la participación de los actores de doblaje profesionales.

Ante esto, los *star talents*, son calificados de manera despectiva en publicaciones como la de @dantealerno, quien asevera que “Estos no son actores de doblaje, son payasos”. Al referirse a ellos como “payasos”, el autor del comentario sugiere que estos actores, posiblemente famosos, pero sin la experiencia necesaria, son más conocidos por su capacidad para entretener en un contexto superficial o cómico, en lugar de aportar el talento requerido para dar voz a personajes complejos. Esta afirmación refleja una visión crítica de la industria, en la que se considera que el enfoque en la celebridad por encima de la habilidad profesional desmerece el doblaje. De igual manera, el empleo de estos términos despectivos indica frustración y transmite desprecio hacia los actores no profesionales elegidos para el doblaje de la película.

La forma en que los usuarios expresan su descontento es intensa y variada, desde los comentarios en lenguaje coloquial como el de @hanabridge que decía “¿Netaaa? ¿Puro influencer? Que asco, teniendo tantos actores de doblaje reales, no mamen”; hasta el análisis más serio de @Gustavovovl\_, quien indicaba: “Esto es una bofetada para todos los espectadores y actores de doblaje, están haciendo de menos su profesión. Colocar a ‘influencers’ y no contratar a actores de doblaje profesionales es arruinar un gran proyecto como este, todo por abaratar costos.”

Emergió el consenso de que, elegir *star talents* para tomar parte en el doblaje, denigraba a los actores profesionales, como se desprende del comentario de @tuliofer69: “Una falta de respeto con los profesionales del doblaje, la verdad”.

En conjunto, los usuarios de Twitter que participaron en la discusión parecían asumir que la calidad del doblaje se ve comprometida por la falta de experiencia de los *star talent*, lo que podría afectar la recepción de la película.

Las reacciones al anuncio de Sony Pictures parecen abogar por un enfoque que valore la calidad y la autenticidad por encima de la notoriedad, destacando que el éxito de una película no depende únicamente de la fama de las figuras públicas, sino del talento que los actores de doblaje pueden aportar. Los comentarios ponen de manifiesto que la calidad del producto y la conexión emocional con el público deberían lograrse a través de un elenco más apropiado, centrado en profesionales del doblaje.

En la polémica causada por el anuncio intervinieron también actores de doblaje

profesionales, como Eduardo Garza, conocido por ser la voz del personaje Krilin en la franquicia de *Dragon Ball Z* y Elmo en *Plaza Sésamo*, entre muchos otros roles (Figura 4). En su publicación,

Garza comentaba que además de ser actor de doblaje tiene muchos seguidores en TikTok, Instagram y Facebook.

#### Figura 4.

Publicación del actor de doblaje profesional Lalo Garza



Fuente: Garza, L. [@LaloGarx]. (2023, May 16). Oigans.... Yo tengo 6.2 millones en Tiktok, 500 mil en insta y otro tanto en face y aquí... soy influencer? [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/4eIYPQl>

Al enumerar sus seguidores en redes sociales, Garza resalta su propia influencia y presencia en el mundo digital, insinuando que, a pesar de no ser elegido para el proyecto, posee un alcance significativo que podría beneficiar a la película. Su pregunta retórica, “¿No les sirve para algo?”, sugiere que la industria del doblaje debería valorar la experiencia y el talento de quienes están dedicados a este campo, en lugar de optar por celebridades que, aunque populares, pueden no tener la misma habilidad para dar voz a los personajes. Esto refleja una preocupación más amplia sobre la falta de reconocimiento hacia los actores de doblaje, así como la tendencia a priorizar la fama sobre la competencia profesional en la industria del entretenimiento.

#### c. Los *star talents*, no tan bienvenidos en la sociedad arácnida

Además de abogar por la inclusión de actores de doblaje, los usuarios de Twitter que participaron en la polémica solicitaban, al menos, incluir a *star talents* que tuvieran algún tipo de relación con el

universo de *Spider-Man*, ya sea como fans o como talento creativo. Así, el comentario de @LordOdinson analizado más arriba también sobresale porque el autor parecía estar de acuerdo con la participación de dos *star talents*: Javier Ibarreche por ser actor y Humberto Ramos por ser dibujante de los cómics de *Spider-Man* (Figura 2). Este usuario subraya tanto la necesidad de contar con profesionales de la actuación como de integrar a personas con experiencia y conocimiento del universo de *Spider-Man*, que podrían haber aportado más a la película. Algo similar transpira en la publicación de @Sebasti47888065, sugiriendo que, si la intención era incluir *star talents*, deberían haber optado por celebridades que realmente tienen una conexión auténtica con el personaje, como los creadores de contenido @Spideremilio y @rafatos, que en su opinión al menos son fans del “trepanuros”. Este comentario sugiere que la pasión por *Spider-Man* que tienen estos *influencers* podría representar un valor adicional para la película.

Al parecer, entonces, además de la profesionalización, la otra razón para que la voz de una persona aparezca en una película de *Spider-Man* es su cercanía con la *narrativa transmedia* (Jenkins, 2006), en su calidad de creativo o fan reconocido por la comunidad. Es decir, las audiencias podrían aceptar el *cameo* de voz, pero solo como un honor concedido a personalidades especialmente merecedoras.

Los puntos de vista anteriores resaltan la importancia de la autenticidad y la cercanía al material fuente, sugiriendo que la popularidad de un *influencer* por sí sola no garantiza su aceptación por parte de la comunidad de seguidores de *Spider-Man*, al no ofrecer una buena representación de un personaje tan querido. Además, sugieren que la elección de actores *amateur* sin una conexión real con el personaje puede hacer que el producto final se sienta menos genuino. En esencia, los fans abogan por un enfoque que priorice la pasión por la franquicia por encima de las estrategias comerciales. Así, la participación del creador de contenido JuanSGuarnizo generó una controversia significativa no solo en Twitter sino en comunidades digitales de aficionados al cine y la animación. Guarnizo fue seleccionado para interpretar al personaje de *Spectacular Spider-Man*, una figura ampliamente reconocida y valorada por los seguidores de la franquicia, particularmente por su representación en series animadas previas.

El regreso de *Spectacular Spider-Man* a una producción cinematográfica de alto perfil despertó elevadas expectativas entre los espectadores, quienes esperaban una interpretación que respetara la

trayectoria y la conexión emocional que muchos tienen con el personaje. La designación de un *influencer* sin formación ni trayectoria profesional en el ámbito del doblaje fue percibida por numerosos fans como una decisión poco acertada, generando críticas al no respetarse la “sincronía del personaje”, entendida como la adecuación entre la voz del actor de doblaje y la apariencia o identidad del personaje en pantalla. En el caso de ATSV, la disonancia percibida por el público también se explica por el precedente vocal establecido en la serie animada *The Spectacular Spider-Man* (2008), donde el personaje fue interpretado en su versión latinoamericana por el actor de doblaje Luis Daniel Ramírez. Su actuación fue tan valorada que se consolidó como la voz “natural” del personaje para muchos espectadores hispanohablantes. Esta asociación previa intensificó la percepción de falta de sincronía en la interpretación de Juan Guarnizo, al representar una especie de quiebre en la continuidad vocal del personaje, afectando así la credibilidad. Como ha indicado Bosseaux (2019), cuando a un actor o actriz extranjeros, o en este caso un personaje, se le cambia su voz de doblaje habitual por otra, se puede presentar una disrupción que deja al descubierto el artificio de la adaptación lingüística.

#### **d. Si el doblaje es malo, habrá que verla con subtítulos**

Un tema recurrente en los comentarios fue que la calidad del doblaje y las decisiones comerciales impactan la experiencia de los espectadores. Se generó un consenso de que la inclusión de *star talents* en el reparto de voces afectaría negativamente el disfrute de la película. Ante esto, algunos usuarios

manifestaron su inconformidad rechazando definitivamente la versión doblada del *film* y proponiendo en cambio verla en otras versiones lingüísticas, como el inglés original con subtítulos. El usuario @ChentAlv resumió esta postura con su publicación: “Ni modo, tocó verla subtitulada”. Hubo un usuario (@Luxzord), que etiquetó a la cadena de cines argentina CinemarkHoyts y les rogó: “Por favor dígame qué van a traer la película del Spider-Verso subtitulada”. Una postura semejante expresó @tuliofer69, que escribió: “Una falta de respeto con los profesionales del doblaje, la verdad. Espero que hayan varias funciones con la versión original”. Podría resultar sorprendente esta preocupación por la disponibilidad de versiones en lengua original en las salas de cine, pero debe recordarse la relación especial que las películas animadas mantienen con el doblaje. Los subtítulos para la animación son tradicionalmente una segunda opción, un recurso para ocasiones extraordinarias; de ahí la escasa distribución que reciben las películas animadas en versiones originales subtituladas. Animación y doblaje van de la mano en el imaginario de las audiencias latinoamericanas y, como este caso de estudio demuestra, las voces que dan vida a los personajes tienen un gran peso en el disfrute de la narrativa.

### **Análisis del doblaje al español latino**

El anuncio de Sony Pictures en Twitter se publicó el 16 de mayo, pero la película se estrenó hasta el 1 de junio de 2023. Esto significa que los miembros de la audiencia que se quejaban y criticaban la inclusión

de los *star talents* en realidad no habían tenido la oportunidad de escuchar el doblaje aún.

Los tuits publicados en la red social antes del estreno de la película son muy valiosos porque dejan entrever los imaginarios existentes entre estos espectadores sobre lo que garantiza la calidad del doblaje y a quienes consideran los jugadores legítimos del campo. También revelan los prejuicios de los fans y su posicionamiento respecto a quienes pueden ser parte del fenómeno *Spider-Man* y quienes no.

Los resultados del análisis del doblaje, a su vez, muestran un escenario revelador porque informan sobre el verdadero rol que jugaron los *star talents*, además de que proporciona indicios de lo que tal vez pretendía el equipo de adaptación lingüística de la cinta al incluirlos. Debe comenzarse por decir que la saga animada *Spider-Verso* plantea un reto mayor para el doblaje, al tratarse de una historia sobre diversidad e inclusión. Esta visión es central para la narrativa y se establece firmemente a partir de la identidad misma del protagonista: Miles Morales es un jovencito bilingüe de origen portorriqueño, perteneciente a una familia trabajadora del barrio de Brooklyn en Nueva York.

La diversidad es un tema central desde el primer filme, que en lugar de centrarse en un único *Spider-Man* reúne a un variado grupo de héroes y heroínas arácnidos, conformado por Peter B. Parker (*Spider-Man*), Gwen Stacy (*Spider-Woman*), Peter Parker (*Spider-Man Noir*), Peni Parker (*SP//dr*) y Peter Porker (*Spider-Ham*). En el equipo hay seres humanos, animales y robots que son de diferentes edades, épocas, universos y estilos de animación.

También, como era de esperarse, hablan de maneras muy distintas unos de otros.

El reto de adaptar lingüística y culturalmente a este ensamble de personajes se convierte en un desafío mayúsculo para la segunda película, en la que el reparto se expande exponencialmente, ya que además de la veintena de personajes centrales, la lista de voces adicionales es al menos de otras cincuenta.

En ATSV sobresale una escena ubicada en los cuarteles centrales, en los que el bullicio de las múltiples encarnaciones del héroe arácnido es simplemente abrumador. Y es justamente en ese bullicio donde se escuchan, a veces por pocos segundos, muchas de las voces de los *star talents* que tanta polémica levantaron. Otros *star talents* fueron reclutados para papeles mínimos, como voz del elevador, voz de una máquina que envía a las anomalías a su dimensión o voz de pastelera que dice en total dos frases. La *Tabla 1* contiene la lista completa de los *star talents* que participaron, junto con su rol en la película, su profesión y su nacionalidad.

La tabla revela que de los 24 *star talents* invitados 10 son de México, tres de Colombia, dos de Argentina, dos de Chile, dos de Perú, dos estadounidenses (uno de origen mexicano y otro ecuatoriano), uno de Panamá, uno de Uruguay y uno de Venezuela. En cuanto a las plataformas en las que se desempeñan, hay 14 con presencia en YouTube, mientras que siete de ellos son conductores de radio

y televisión, tres hacen *streams* en Twitch, dos usan TikTok y dos son artistas gráficos. Algunos de ellos también tienen actividad de manera complementaria en Facebook e Instagram.

Los papeles incidentales asignados a los *star talents* podrían haber sido cubiertos fácilmente con actores de doblaje novatos o menos conocidos. Entonces, ¿cuál sería la intención de Sony Pictures y el estudio de doblaje de incluir a *tiktokers*, *youtubers*, diseñadores gráficos y comunicadores de varios países de América Latina? ¿Para qué tomarse la molestia?

Sin duda existía un motivo ligado a la mercadotecnia, al deseo de aprovechar la popularidad de estos *influencers* para crear mayor expectativa sobre la película entre sus seguidores. De hecho, el anuncio de Sony Pictures estuvo precedido por una dinámica en la que los *influencers* anunciaban en sus propios canales que darían voz a un personaje en la película, pero sin revelar cuál sería. A juzgar por los comentarios en Twitter, la estrategia de mercadotecnia parece haber resultado contraproducente por el rechazo que encontró entre algunos sectores de la audiencia. Si, al contrario, generar polémica era la estrategia esperada, en ese caso habría que felicitar a los mercadólogos de Sony. Empero, puede abogarse por un motivo ulterior, menos utilitario, que tiene que ver con el deseo de crear una imagen de diversidad a través de la adaptación lingüística.

**Tabla 1.***Star talents que participaron en el doblaje al español latino de Spider-Man Across the Spider-Verse*

No.	Star talent	Personaje en ATSV	Profesión	Nacionalidad
1	Javier Ibarreche	Jonathan Ohnn / La Mancha	Actor, comediante, dramaturgo e <i>influencer</i> mexicano en TikTok y YouTube.	México
2	Alex Montiel	Adriano Tumino / El Buitre	<i>Youtuber</i> mexicano; su contenido se enfoca en cine. Conocido también como El Escorpión Dorado.	México
3	Andrés Navy	Peter Parker / <i>Spider-Man</i> (Tierra LEGO)	<i>Youtuber</i> mexicano; su contenido se enfoca en superhéroes, cine, series de TV y cómics.	México
4	Diana Monster	Betty Brant	Periodista y conductora con presencia en YouTube y Twitch.	Panamá
5	Melissa Robles	Glory Grant	Cantante que se hizo popular en YouTube.	México
6	Gaby Meza	Yuri Watanabe	Estrella de YouTube conocida por su canal Fuera de Foco.	México
7	Sebastián Almada	Oficial Gutiérrez	Actor de teatro y televisión, músico, director y autor.	Uruguay
8	Juan S. Guarnizo	Peter Parker / <i>Spider-Man</i> (Tierra Spectacular)	Diseñador gráfico y videojugador que encontró popularidad en Twitch y YouTube.	Colombia
9	Pipe Punk	Metro <i>Spider-Man</i>	Video jugador que ha obtenido fama por su canal PipePunk en YouTube y Twitch.	México
10	Paula Torres (Paulettee)	Malala Windsor / <i>Spider-UK</i>	<i>Youtuber</i> colombiana, popular por sus <i>vlogs</i> de historias paranormales, moda y estilo de vida.	Colombia
11	Ami Rodríguez	Ezekiel Sims / <i>Spider-Man</i> Psicólogo	Personalidad cómica con presencia en TikTok y YouTube.	Colombia

12	Óscar Olivares	<i>Spider-Man</i> Paciente	Reconocido artista gráfico e ilustrador venezolano.	Venezuela
<b>13</b>	<b>Adolfo Aguilar</b>	<b>Inspector Singh</b>	<b>Presentador de televisión, actor y productor.</b>	<b>Perú</b>
14	Humberto Ramos	Max Borne / <i>Spider-Man</i> 2211	Dibujante de cómics, destacado por su trabajo en títulos de <i>Spider-Man</i> .	México
15	Damian Nakache	<i>Spider-Cat</i>	Periodista de espectáculos, especializado en cine y series de televisión.	Argentina
16	Axel Parker	<i>Spider-Monkey</i>	Saltó a la fama en YouTube por sus parodias originales, bromas, retos y reacciones.	Estados Unidos (ascendencia mexicana)
<b>17</b>	<b>Álex Vizquete</b>	<b><i>Spider-Man</i> que saluda</b>	<b>Actor de teatro y televisión.</b>	<b>Estados Unidos (ascendencia ecuatoriana)</b>
18	Gris Verduzco (Mis Pastelitos)	Pastelera	<i>Youtuber</i> mexicana famosa por compartir videos de recetas de postres.	México
19	Pollo Castillo	Radio	<i>Vlogger</i> con presencia en Facebook y YouTube.	Chile
20	<b>Jorge Talavera</b>	<b>Jesús</b>	<b>Actor y comediante de stand-up con presencia en Instagram y Facebook.</b>	<b>Perú</b>
21	Catalina Salazar	Voz del Supercolisionador	<i>Cosplayer</i> , también conocida como iCata en Instagram. Panelista del programa de videojuegos <i>Fox Players</i> de <i>Fox Sports</i> .	Chile
22	Diana Su	Voz de "Máquina vete a casa"	Periodista y conductora de televisión.	México
23	Gaby Cam	Voz del tren	Presentadora de radio y televisión en Warner Channel Latinoamérica.	México
<b>24</b>	<b>Juanma Paradiso</b>	<b>Hombre hablando con Miles</b>	<b>Es actor, conductor y realizador de contenidos en YouTube. Creador de <i>AhReLoco.tv</i>.</b>	<b>Argentina</b>

**Nota.** Fuente: elaboración propia con datos de Startalent Doblaje Wiki. Se marcaron con negrita los nombres de los *influencers* que tienen formación o experiencia actuaral.

ATSV está ubicada en Nueva York y muestra un estilo de vida esencialmente norteamericana pero la narrativa se abre a múltiples experiencias culturales, representadas de manera aún más marcada en este *film* que en el anterior. Por poner un ejemplo, en esta segunda película aparecen el *Spider-Man* indio, llamado Pavitr Prabhakar, y también Hobart “Hobie” Brown, *Spider-Punk*, de origen británico. El *Spider-Man 2099* Miguel O’Hara, de origen mexicano, es también un personaje principal. Ante esta riqueza de acentos, orígenes étnicos y nacionalidades, es comprensible que los encargados de la adaptación lingüística para América Latina hayan querido reflejar, al menos en parte, la diversidad presente en el texto de origen. Tal vez por eso decidieron ampliar sus horizontes al realizar el reclutamiento del talento de doblaje. Nuestro análisis sugiere que la idea de Sony Pictures era también crear una oportunidad para escuchar la diversidad de voces latinoamericanas; es decir, presentar una comunidad multicultural hispanohablante dentro del *Spider-Verse*, una especie de *Latin-Verso*.

Un indicio de esta estrategia aparece en la escena donde Gwen presenta a Miles con Miguel O’Hara. En la versión original en inglés Miles se presenta diciendo “¿Qué tal, tío?” y aclara que habla español (“I speak Spanish”). En la versión doblada, Miles responde con un coloquial “Hola, ¿qué tal, tío? Aquí entre latinos.” Después de examinar a detalle el doblaje, es posible pensar que es justamente este sentido de latinidad el que se promovía a través de los cameos vocales de *youtubers*, *tiktokers* e *influencers* provenientes de nueve países de América Latina. Más allá de impulsar las voces de

celebridades de Internet que pueden ser tan efímeras, tal vez sus acentos sí proporcionan ese sentido de diversidad, incluso si en cinco o diez años nadie las reconoce.

Esta última idea surge del análisis tanto del doblaje como del contexto industrial, marcado por la necesidad de publicitar la película en toda la región latinoamericana. Sin embargo, debe también reconocerse que la versión al español latino de este *film* está eminentemente domesticada (Ferrari, 2010) para el público mexicano, mediante la inclusión de muchas expresiones coloquiales como “no hay pex”, “órale”, “ay, ya valió”, “ya estuvo bueno”, “se te acabó el 20”, “morra”, “mano (amigo)”, “yo mejor no jalo”, entre otras. De hecho, la complejidad de la adaptación de esta película es muy alta, pues los encargados del doblaje tenían que lidiar con el origen boricua de Miles y su familia, que se expresaban a veces con frases en español. Además, tuvieron que adaptar el dialecto urbano de Hobie Brown, el habla en hindi de Pavitr Prabhakar, el acento italiano de El Buitre, sin contar con los juegos de palabras relacionados con La Mancha. Un análisis detallado de la adaptación requiere espacio que no es posible dedicarle en este artículo, el cual se centra en el proceso de recepción.

A primera vista, la polémica que se desató en Twitter por el doblaje de esta película animada puede parecer banal: un grupo numeroso de espectadores haciendo un berrinche porque el reparto seleccionado no cumple sus expectativas; y otro grupo, más escaso, de actores de doblaje profesionales reclamando porque no se les da preferencia en un trabajo prestigioso. Más allá de esta interpretación

superficial, se reclamaba a una empresa global por no cumplir con el acuerdo tácito que establece con un consumidor que está feliz de mirar películas extranjeras, siempre y cuando se las adapte con respeto por la cultura de partida, pero también creando un sentido de cercanía con la cultura de llegada.

### Conclusiones

El doblaje no está exento de controversias que afectan tanto a los profesionales del sector como a los espectadores. Este artículo abordó cómo las audiencias perciben la inclusión de *star talents* en el doblaje de la cinta *Spider-Man: Across the Spider-Verse*, e intentó develar por qué estas audiencias generan polémica cuando consideran que actores *amateurs* no le hacen justicia a los personajes a quienes prestan su voz.

En México, ser fan de las cintas animadas significa también, de alguna manera, convertirse en un conocedor del doblaje en español latino y tener derecho a opinar al respecto. Las audiencias sienten que la película doblada es suya, porque culturalmente ha sido adoptada, no solo adaptada. Al percibir que el doblaje fue utilizado como un mecanismo de mercadotecnia, las audiencias potenciales del *film* en Twitter actuaron como si hubieran recibido una ofensa, porque se viola el convenio tácito entre estudio y audiencias: el del respeto al texto original y el cuidado al momento de traducir.<sup>iii</sup> La reacción de los fans ante la inclusión de *star talents* en el doblaje

de *Spider-Man* es un caso de estudio que deja al descubierto este fenómeno y permite examinarlo.

Aunque nuestro estudio no analizó el momento en que las audiencias miran ATSV en su versión doblada, sí observó con detenimiento sus reacciones de rechazo ante la perspectiva de un doblaje que ellas consideraban mal hecho o fallido. Sus comentarios, en su gran mayoría negativos, revelan mucho sobre las expectativas respecto a la adaptación lingüística que esperan recibir de una película animada de Hollywood.

Siendo objetivos, solamente un par de *influencers* de la lista tenían papeles de relevancia en el *film*, mientras que la gran mayoría se limitó a pronunciar una o dos frases. En el producto final, las voces de los *star talents* pasaban más bien desapercibidas, pero la polémica mostró los prejuicios de los espectadores respecto a lo que consideran un doblaje de calidad que, en su opinión, es lo que se merece el fandom de *Spider-Man*.

No puede desestimarse la importancia que el doblaje tiene en el disfrute de la cultura popular, en especial para la animación. El doblaje busca generar una conexión profunda entre el espectador y el contenido. En el caso de los fans, esta conexión se vuelve aún más significativa, ya que a menudo se sienten profundamente identificados con los personajes y las historias que siguen. Nuestro análisis evidencia que la audiencia está atenta a cómo las decisiones del doblaje influyen en la narrativa y en la conexión con los personajes. Por lo tanto, lo considera un asunto importante que la puede llevar a manifestar su descontento en las plataformas digitales.

El caso de estudio que narramos aquí no es tan novedoso como pudiera parecer. Ya en otras ocasiones, los estudios de Hollywood han desestimado el valor que tiene la traducción audiovisual para el público en la región. Por ejemplo, en 2015 se levantó un clamor cuando Warner Channel Latin America quiso comenzar a transmitir *Friends* y *The Big Bang Theory* en versión doblada al español latino. Similares reacciones se presentaron cuando en 2005 se decidió cambiar al reparto completo de los actores de doblaje de *Los Simpsons*, o cuando se eliminaron los mexicanismos que decía Jake el Perro en *Hora de Aventura*. Más recientemente, en 2024, se desató otra polémica por la participación de *star talents* en el doblaje de la película animada *Transformers One*. Esta controversia volvió a tomar fuerza en 2025, cuando un pasajero de la aerolínea Lufthansa descubrió que existía una versión del *film* que solo incluía actores profesionales de doblaje. Esto provocó una segunda ola de indignación entre los fans, quienes reclaman a Paramount Studios que ponga esta segunda versión a disposición de todo el público (Guzmán, 2025).

Los estudios Hollywood, a pesar de tantas décadas de comisionar y supervisar el doblaje, aún subestiman la importancia que tiene la adaptación lingüística para las audiencias en América Latina. Uno de los tuits analizados expresa una crítica contundente hacia el trabajo de Sony Pictures, en relación con el doblaje de ATSV. @laudrums publicó: "Arruinar un trabajo de animación con esto me parece una decepción gigante, una cosa tenían que hacer y lo echaron a perder". Para muchos usuarios esa única cosa que el estudio tenía que hacer en la región era coordinar un doblaje de calidad que estuviera a la altura de ATSV, una película animada que ya por sus propios méritos generaba gran expectativa. Esta reacción refleja el sentimiento compartido por muchos fans, que consideran que la decisión de usar *star talents* se reduce a fines puramente comerciales, pero termina por perjudicar la calidad del producto final. Queda de manifiesto que la industria podría prestar más atención a la manera en que sus decisiones de traducción afectan la experiencia y emociones de los espectadores.

### **Referencias bibliográficas**

- Adamou, C., & Knox, S. (2011). Transforming television drama through dubbing and subtitling: Sex and the cities. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 6(1), 1–21. <https://doi.org/10.7227/CST.6.1.3>
- Alburger, J. R. (2011). *The art of voice acting: The craft and business of performing voice-over*, (4th ed.). Focal Press.
- Alvarado, C. [@ChentAlv]. (2023, May 16). Ni modo, tocó verla subtitulada [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/44mTPgW>

- Aries ☆ [@laudrums]. (2023, May 17). Arruinar un trabajo de animación con esto me parece una decepción gigante, una cosa tenían que hacer y lo echaron [Tweet]. Twitter. <http://bit.ly/3GEnqt4>
- Barra, L. (2008). Springfield, Italia. Processi produttivi e variazioni di significato nell'adattamento di una serie televisiva statunitense. *Observatorio (OBS\*) Journal*, 2(1), 113–136. <https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/88>
- Barra, L. (2009a). Processo al doppiaggio: La lunga strada e le complessità di una televisione “tradotta.” *Link Idee per La Televisione*, 8, 143–149.
- Barra, L. (2009b). The mediation is the message: Italian regionalization of US TV series as co-creational work. *International Journal of Cultural Studies*, 12(5), 509–525. <https://doi.org/10.1177/1367877909337859>
- Bardin, L. (1986). *El análisis de contenido*. Akal/Universitaria.
- Bernete, F. (2013). Análisis de contenido. In A. Lucas y A. Noboa (Eds.), *Conocer lo social: Estrategias, técnicas de construcción y análisis de datos* (pp. 222–261). Editorial Fragua.
- Bosseaux, C. (2019). Voice in French dubbing the case of Julianne Moore. *Perspective: Studies in Translation Theory and Practice*, 27(2), 218–234. <https://doi.org/10.1080/0907676X.2018.1452275>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chaume, F. (2004). Synchronization in dubbing: A translational approach. In P. Orero (Ed.), *Topics in audiovisual translation* (pp. 35–52). John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/btl.56.07cha>
- Chaume, F. (2006). Dubbing. In K. Brown (Ed.), *Encyclopedia of language & linguistics* (2nd ed., pp. 6–9). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B0-08-044854-2/00471-5>
- Chaume, F. (2013). The turn of audiovisual translation: New audiences and new technologies. *Translation Spaces*, 2, 105–123. <https://doi.org/10.1075/ts.2.06cha>
- Chaume, F. (2014). *Audiovisual Translation: Dubbing* (2nd ed.). Routledge.
- Cornelio-Marí, E. (2022). Watching dubbed television: audiences in Italy and Mexico. *Television & New Media*, 23(3), 276–292. <https://doi.org/10.1177/1527476421989785>
- Dantealterno@hotmail.com [@dantealterno]. (2023, May 17). Esos no son actores de doblaje, son payasos [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/44AytLW>
- Emilio Valverde | Spideremilio[@Spideremilio] (n.d.) Posts [X Profile]. X. Retrieved September 20, 2024, from <https://x.com/Spideremilio>
- Erick [@edelacruzxxxx]. La película brilla por sí sola como para que hayan metido a tanto influencer y YouTube cuando hay tantos actores (2023, May 17.) [Tweet]. Twitter. <http://bit.ly/4m7Lns7>
- Fernández, T. [@tuliofer69]. (2023, May 17). Una falta de respeto con los profesionales del doblaje , la verdad. Espero hayan varias funciones con la versión original [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/4eMvWD5>



- Mera, M. (1999). Read my lips: Re-evaluating subtitling and dubbing in Europe. *Links & Letters*, 6, 73–85. <http://ddd.uab.es/pub/lal/11337397n6p73.pdf>
- Minutella, V. (2020). Translating foreign languages and non-native varieties of English in animated films: Dubbing strategies in Italy and the case of *Despicable Me 2*. *Journal of Audiovisual Translation*, 3(2), 47–63. <https://doi.org/10.47476/jat.v3i2.2020.141>
- Minutella, V. (2021). *(Re)Creating language identities in animated films: Dubbing linguistic variation*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-56638-8>
- Odinson, M. [@LordOdinson]. (2023, May 16). Neta Sony??? 🤔 A excepción de Ibarreche que es actor y por lo menos ha trabajado en el rubro y [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/3I1KCS>
- Rafatos [@rafatos]. (n.d.) *Posts* [X Profile]. X. Retrieved September 20, 2024, from <https://x.com/rafatos>
- Sebastian [@Sebasti47888065]. (2023, May 17). Si queria Traer Star Talents hubieran traído a @Spideremilio y @rafatos Almenos ellos son fans del Trepa muros. [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/3GssAsd>
- SonyPicturesMX [@SonyPicturesMX]. (2023, May 16.) ¡Sorpréndete con el maravilloso talento que prestó sus voces para el doblaje de #SpiderMan: A Través del #SpiderVerso! ¡Bienvenidos a [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/3ImZjj8>
- Tuominen, T. (2019). Experiencing translated media: why audience research needs translation studies. *The Translator*, 25(3), 229–241. <https://doi.org/10.1080/13556509.2019.1615694>
- Uriel [@urielcraft]. (2023, May 16). "Tengo más ganas de ver la película por que salen youtubers" - Nadie, ni las mamás de los influencers. Lo peor [Tweet]. Twitter. <http://bit.ly/4eMw05N>
- Valenzuela, G. 🐦 [@Gustavovl\_] (2023, May 17). Esto es una bofetada para todos los espectadores y actores de doblaje, están haciendo de menos su profesión. Colocar a [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/44XuxGo>
- Whittaker, T. (2012). Locating “la voz”: the space and sound of Spanish dubbing. *Journal of Spanish Cultural Studies*, 13(3), 292–305. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/14636204.2013.788915>
- Young Style [@YoungSt66788731]. (2023, May 17). Que no había actores profesionales o que..? O no merecemos un buen doblaje? [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/40I9THK>

## Notas

<sup>i</sup> La red social Twitter cambió su nombre a X el 23 de julio de 2023. Como la polémica de la que se ocupa este artículo tuvo lugar en mayo de 2023, se utilizará la nomenclatura Twitter.

<sup>ii</sup> Para el análisis del *film* doblado sería también importante observar la capacidad actoral que demuestran los *influencers*, sobre todo aquellos que cuentan con papeles que van más allá de una o dos frases. Es decir, podría analizarse el trabajo de Javier Ibarreche (papel del antagonista La Mancha) y Alex Montiel (papel de El Buitre), porque los demás en realidad tienen una participación muy reducida.

<sup>iii</sup> La idea del convenio tácito entre estudio y audiencias del doblaje proviene de una investigación previa, realizada con espectadores de *The Big Bang Theory* y *The Walking Dead* en México e Italia (Cornelio-Marí, 2022). Se observó que las audiencias depositan su confianza en los encargados del doblaje y esperan que la adaptación lingüística les ayude a comprender el sentido de la narrativa, pero también tienen la expectativa de que “habrá fidelidad en la caracterización de los protagonistas y en las ideas centrales expresadas en los diálogos. La percepción de infidelidad provoca de alguna manera una ruptura de ese contrato” (Cornelio-Marí, 2022, p. 10). Desde esta perspectiva, una mala interpretación actoral sería considerada una infidelidad en la caracterización de los personajes. Es de esperarse que esta expectativa por parte de las audiencias se aplique al doblaje en general, no solo al de las superproducciones de Hollywood.