

**SESSIONS DE PRESENTACIÓ DE LA RECERCA
DELS DOCTORANDS DE PROGRAMA**

**Seminari Permanent de Recerca i Doctorat 2014-15
Programa de Doctorat en Traducció i Estudis Interculturals**

Sessió 1, 24/02/15, 15:00 – 18.00 hs., aula 105.

Discussant: Dr. Artur Lózano-Mendez

Tian Mi, *Traducción y humor en Cuentos Humorísticos Orientales de Marcela de Juan*.
Direcció: Francesc Parcerisas

Mila Moili, *Ye Xian and her sisters*. Direcció: Dr. Seán Golden

Lingzhi Nie, *Modismos en español y en chino: estudio comparativo de las ideologías transmitidas a través de los términos de color*. Direcció: Dr. Jordi Mas, Dr. Juan José Ciruela Alférez

Jinjing Shen, *Caminos sagrados-comerciales y turismo chino. Estudio comparativo del Camino de Santiago y la Antigua Ruta del Té y Caballos (chá mǎ gǔ dào, 茶古马道)*.
Direcció: Dr. Joaquín Beltrán Antolín

Agnieszka Walczak, *Designing how to measure and benchmark the quality in audio description. User preferences in vocal and content delivery*. Direcció: Dra. Pilar Orero

Resums

- **Tian Mi**, *Traducción y humor en Cuentos Humorísticos Orientales de Marcela de Juan*. Direcció: Francesc Parcerisas

En este trabajo, investigo el mecanismo del humor verbal y los métodos que se pueden adoptar en la traducción del humor. Basándome en las teorías ontológicas del humor, que proporcionan el mecanismo psicológico del humor que construye un puente internacional para su apreciación, la teoría general del humor verbal de Attardo, que se sustenta sobre seis parámetros y nos sirve para establecer de manera sistemática el análisis y la comparación de cada pieza de humor, y además, la teoría de la traducción de Gutt, intento construir un marco teórico para emplearlo en el análisis de la transmisión del humor en el libro *Cuentos humorísticos orientales* traducido por Marcela de Juan. Todo esto se acompaña, en una primera parte, de un resumen de la biografía y actividades traductoras de Marcela de Juan, personaje muy influyente en la relación entre China y España en una época de muy escasas relaciones entre ambas culturas.

- **Mila Moili, *Ye Xian and her sisters***. Direcció: Dr. Seán Golden

In the *Youyang Zazu*, the “Chronicles of the strange”, a miscellaneous work composed by the multitalented author Duan Chengshi during the Tang period, we find a story which strikes the reader for its resemblance to the story universally known as “Cinderella”: same young orphan girl, same evil step-mother, same magic helpers, same dance-festival, same shoe as a love-token, same punishment of the step-mother and the step-sister. Hence, several centuries before Perrault’s “Cendrillon”, a story appeared which is the first written version of it; surprisingly, this Tang tale has been either neglected or interpreted as a literary product with a strong Han identity and definite “Chinese” characteristics; as such, inserted in comparative compilations of this tale as the “Chinese” Cinderella. But, is *Ye Xian* a Cinderella story? If so, is it a “Chinese” Cinderella? And what makes it so? What defines a Cinderella story? And what is the genre of the *Ye Xian*? To answer those questions and therefore identify the role of this story among international literature, it is mandatory to analyse its place according to the theory of the worldwide diffusion of this tale, its different themes and motifs, its varied and sometimes ambiguous text, and the culture of the different populations and their commercial and cultural exchange.

The research of the first year has been focused on methodology, in order to compensate for the defects in the different studies put forward thus far, and hence proposes. clear definition of fairy tale, *zhiguai*, folk tale and travelling text; the definition of the Cinderella story type; the definition of Comparative Studies nowadays and the feasibility of its application in the analysis of this particular tale. This work does not claim to be exhaustive, but rather attempts to create a grid for further studies of oeuvres hinging on Comparative and Cultural Studies.

- **Lingzhi Nie, *Modismos en español y en chino: estudio comparativo de las ideologías transmitidas a través de los términos de color***. Direcció: Dr. Jordi Mas, Dr. Juan José Ciruela Alférez.

Los proverbios, locuciones, dichos y frases hechas de una lengua, así como sus usos figurados, reflejan las ideas de sus hablantes, por lo que la semántica puede ser un instrumento útil para estudiar su cultura. Entre estos modismos y usos figurados, unos de los más característicos son los relacionados con los colores, que serán el objeto de nuestra tesis. Nuestro objetivo será interpretar, a partir de las connotaciones asociadas con los diversos colores en los sistemas lingüísticos chino y español, tanto los puntos comunes como los puntos divergentes en las formaciones culturales de ambas lenguas. El español y el chino pertenecen a familias de lenguas totalmente diferentes y ambos poseen culturas milenarias; son, además, las dos lenguas con más hablantes del mundo. El hecho de que ambas sean lenguas naturales y de que ya hayan estado en contacto gracias a los avances técnicos y científicos producidos en la historia moderna, hace que compartan algunos usos connotados de los colores. No obstante, debido a la distancia entre las dos culturas y sus sistemas lingüísticos, hay muchos usos connotados de color que difieren. Por la tesis, estudiaremos las ideologías transmitidas a través de los términos de color.

- Jinjing Shen, *Caminos sagrados-comerciales y turismo chino. Estudio comparativo del Camino de Santiago y la Antigua Ruta del Té y Caballos (chá mǎ gǔ dào, 茶古道)*. Direcció: Dr. Joaquín Beltrán Antolín.

El objetivo de esta tesis es el análisis de dos fenómenos paralelos de turismo cultural centrados en caminos sagrados, rutas de peregrinación o comerciales con una larga historia, uno de España y otro de China. Estos caminos sagrados-comerciales se han convertido desde la década de 1990 en focos de atracción para el turismo cultural con un alcance local y global.

Esta investigación se centra en el análisis del desarrollo, evolución y características del turismo chino, tanto a escala local (turismo interno), como global (turismo internacional) a partir de la comparación de dos casos de turismo cultural que tienen en común que originalmente eran rutas de peregrinación religiosas o comerciales y sólo recientemente se han convertido en objetos de atracción turística en sí mismas.

La comparación del turismo cultural chino en el interior del país y en el extranjero servirá para determinar sus características específicas del mismo y en el futuro desarrollar políticas y prácticas que faciliten su desarrollo y promoción. El turismo cultural es uno de los sectores económicos clave para el crecimiento y la sostenibilidad económica tanto de China como de España, dos de las principales potencias turísticas del mundo: España como destino para el turismo internacional y China como destino y emisor de turismo internacional, así como testigo de un rápido crecimiento del turismo interno. El turista chino, sus necesidades y expectativas, necesitan ser mejor conocidas para en el futuro ayudar a mejorar la promoción de destinos turísticos orientados a ellos y esta investigación ayudará a determinar sus peculiaridades como fenómeno global con efectos locales.

- Agnieszka Walczak, *Designing how to measure and benchmark the quality in audio description. User preferences in vocal and content delivery*. Direcció: Dra. Pilar Orero

Within the framework of accessibility, one of the fastest growing modes is audio description (AD). Until now, not much emphasis has been laid directly on the quality of the AD service delivered. It has to be noted, however, that sooner or later, all countries in the world will have completed their analogue-to-digital switch-over and, therefore, the improvements to existing access services will have to be identified. In this context, not only quantity, but also quality metrics will need to be addressed. The proposed research is aimed at designing how to measure and benchmark the quality in AD in terms of vocal and content delivery. To this aim user responses to a number of AD variables will be tested. Due to the specificity of the audiovisual material equipped with AD, quality of this accessibility mode is individually perceived and individually assessed. Therefore, quality could be defined as “the sum of characteristics of a product that allow it to meet the demands and expectations of the user” (American Society for Quality Control). And what does the user demand and expect? Participants in the study conducted by Fryer (2013) made it clear that “the best AD goes unnoticed”. Thus, it is claimed that the user’s presence in the material presented could prove to be a successful tool for measuring the quality of AD. The study in question aims to verify that. It is worth emphasising the innovativeness and social value of the research. It could not only prove to be of great significance for the future studies carried out in the field, but also it would be of great importance for the broadcasters and content providers as far as various delivery scenarios are concerned, be it broadcasting, hybrid or full IP.