



Snetkova Marina

Mecanismos lingüísticos del humor en las parodias musicales del proyecto gallego “Páramo Pictures”

Snetkova Marina, Doctora en filología, Profesora titular
del Departamento de Lingüística Iberorrománica de la Facultad
de filología, Universidad Estatal Lomonósov de Moscú.
marina_snet@inbox.ru

Resumen. El objetivo de este artículo es analizar los mecanismos lingüísticos de la retransca ~ el humor fino con doble intención que se considera típico de los gallegos en las parodias musicales del proyecto “Páramo Pictures”, cuyos vídeos en “YouTube” han llamado bastante atención en Galicia en el último lustro.

La técnica de investigación que se aplica es el análisis lingüístico, cultural y semiótico del texto audiovisual.

Para sus parodias “Páramo Pictures” eligen los éxitos de la temporada del pop latino u otros géneros que tienen videoclips famosos: “Despacito” de Luis Fonsi, “Súbeme la radio” de Enrique Iglesias, “Wrecking Ball” de Miley Cyrus, etc. Graban nuevos vídeos intentando reproducir la manera de interpretación y los elementos del argumento originales, pero adaptando tanto la letra como el ambiente a la Galicia rural.

El éxito del proyecto puede explicarse por el uso acertado de todos los componentes del texto audiovisual, estereotipos sobre la Galicia rural, y al nivel lingüístico ~ del juego de palabras y la traducción homófona, todo lo cual acentúa la interacción eficaz de la analogía y el contraste, dos elementos esenciales del género de la parodia.

Palabras clave: parodia, texto audiovisual, “Páramo Pictures”, traducción homófona, juego de palabras, estereotipos sobre Galicia

Snetkova Marina

Linguistic Means of Expressing Humour in the Music Parodies by the Galician Project “Páramo Pictures”

Abstract. The purpose of this article is to analyze the linguistic means of expressing the retransca ~ the subtle humour which is considered to be typical of the Galicians ~ in the music parodies by the project “Páramo Pictures”, whose video clips have become rather famous in the region during the last five years.

The study method we apply is based on the linguo-stylistic, cultural and semiotic analysis of the audiovisual text.

The songs, which “Páramo Pictures” choose to parody, are usually recent hits that have well-known video clips: “Despacito” by Luis Fonsi, “Súbeme la radio” by Enrique Iglesias, “Wrecking Ball” by Miley Cyrus, etc. They film new videos trying to reproduce the elements of the original plot, but adapting both the lyrics and the scenery to rural Galicia.

The success of the project can be explained by the perfect use of all the elements of the audiovisual text, stereotypes about rural Galicia, and ~ in terms of linguistics ~ of the wordplay and the homophonic translation, all of which shows the effective

interaction of the analogy and the contrast, two essential components of the genre of the parody.

Keywords: parody, audiovisual text, “Páramo Pictures”, homophonic translation, wordplay, stereotypes about Galicia

El objetivo de este artículo es analizar los mecanismos lingüísticos de la retransca — el humor fino con doble intención que se considera típico de los gallegos — en las parodias musicales del proyecto “Páramo Pictures”, cuyos vídeos en el sitio “YouTube” han llamado bastante atención en Galicia en el último lustro. La técnica de investigación que se aplica es el análisis lingüístico, cultural y semiótico del texto audiovisual.

El proyecto explota humorísticamente el estereotipo de la Galicia rural. Sus personajes principales son el gallego moderno Berto, que en la vida real es músico y solista de la orquesta “Costa Dorada” Daniel Moreiras y el representante de la Galicia tradicional Ramón — maestro de instituto de educación secundaria, Iván Capón. Los protagonistas personifican dos caracteres gallegos estereotipados: Berto es lírico y soñador, Ramón, melancólico, práctico, rezongón y conservador.

Según “Páramo Pictures”, hacen sus parodias para “pasarlas bien”. Algunas las usa “Costa Dorada” en sus conciertos [2]. Por una temporada Dani Moreiras e Iván Capón se hicieron bastante famosos en Galicia, salieron varias veces en la televisión gallega, dieron algunas entrevistas a los periódicos locales.

“Páramo Pictures” suben los vídeos a su página en “YouTube” [10]. Desde 2013 han publicado 10 parodias musicales y otros vídeos cortos dedicados a Galicia.

Para el día de hoy cuatro parodias suyas han superado un millón de visitas:

- “Bertolina”: “Adrenalina” de Wisin, Ricky Martin, Jennifer Lopez (2014) — 2,4 millones de visitas,
- “Alcolitos”: “Despacito” de Luis Fonsi, Daddy Yankee (2017) — 1,6 millones de visitas,
- “Préndeme o boi”: “Duele el corazón” de Enrique Iglesias (2016) — 1,4 millones de visitas,
- “Ferti món”: “Wrecking Ball” de Miley Cyrus (2014) — 1,1 millones de visitas [10].

Según Dani Moreiras, para un vídeo en lengua gallega es un éxito sin precedentes [1].

Los títulos citados evidencian que para sus parodias “Páramo Pictures” eligen los éxitos de la temporada del pop latino (que son la mayoría) u otros géneros, que tienen videoclips famosos. Graban nuevos vídeos intentando reproducir la manera de interpretación y los elementos del argumento originales, pero adaptando tanto la letra como el ambiente a la Galicia rural. Analizando los vídeos podemos destacar recursos humorísticos que se usan a diferentes niveles lingüísticos y al mismo tiempo intentar comprender el secreto de su éxito.

La parodia es un género de arte basado en la imitación de una obra, o del estilo de un autor, o de una corriente artística, normalmente con el fin de ridiculizarlos, sobre todo si se trata de fenómenos de poco valor artístico. Siendo un texto secundario, es una forma de interpretar la experiencia cultural previa, una manera de superarla y de buscar algo nuevo. La crítica del original inevitable en este género puede ser satírica e incluso sarcástica, o puede ser más neutra y no pasar de una broma, donde el parodista se burla también de sí mismo y tiene una actitud bastante positiva [12].

El texto audiovisual es un conjunto donde los elementos sonoros (la música, ruidos, otros efectos), los visuales (los decorados, la actuación de los personajes, etc.), el lenguaje verbal (tanto pronunciado como escrito), el montaje, el cambio de los planos, los movimientos de la cámara, etc. crean una imagen unida y una impresión completa [13]. El efecto cómico puede producirse a cualquiera de estos niveles o en sus combinaciones.

El humor visual de las parodias radica en el contraste entre la bella vida de los originales y el ambiente rústico gallego, con sus gallinas, vacas, tractores, etc., en el que se reinterpretan gestos, emociones y detalles de aquellos.

Así, mientras Miley Cyrus se columpia en una bola de demolición, que es la imagen clave de su canción, Berto se ha hecho un columpio de cuerdas y una caldera vieja. La acción se traslada a un cobertizo donde se seca el maíz, y al fondo se ven instrumentos y técnica agrícolas.

La mayor parte de los vídeos parodiados son éxitos de las discotecas en todo el mundo por eso en los clips originales están presentes fiestas, discotecas, bailes modernos. Su presupuesto es adecuado: solo aparecen personas hermosas, figuras ideales, coches y accesorios caros, etc. Los figurantes de “Páramo Pictures” visten ropa casual o marcadamente hortera. Así se burlan tanto de la vida fabulosa de los originales, como del estereotipo de un gallego palurdo que existe en España.

También se mantiene la similitud *al nivel acústico*. Por ejemplo, si la canción original pasa al rap, lo mismo sucede en la parodia. Aunque los vídeos son de bajo coste, la calidad del sonido no es mala, por ejemplo varios espectadores destacan el solo del saxofón en “A Pale Tilla” (“Noche y de día” de Enrique

Iglesias, 2015) y la complicada parte vocal en “Chandalei” (“Chandelier” de Sia, 2015) [10]. Pero por otra parte, el sonido original se complementa por los ruidos del campo, por ejemplo el cacareo de las gallinas.

Desde *el punto de vista temático*, las parodias versan sobre la imagen estereotipada de Galicia y sus habitantes: la vida rural con sus faenas agrícolas, subdesarrollo económico, lluvia, costumbres gastronómicas, supersticiones, etc. Tanto al nivel visual como al nivel léxico apaceren muchas referencias culturales (realia).

“O verán non chega” (“Andas en mi cabeza” de, Chino y Nacho, Daddy Yankee, 2016) está dedicada al fenómeno meteorológico gallego más famoso, la lluvia. “Vou estalar” (“Gangman Style” de Psy, 2014) habla de la gula gallega y presenta una larga lista de platos típicos.

“Fertimón” es el nombre de un fertilizante muy popular en la zona:

Berto:

Fresei, esterquei, purín botei

E 8-24-16

Botei *Kennebeck e Baraka* tamén,

Ai Deus!

E nada apañei...

Berto se ha equivocado al calcular la dosis necesaria del mineral y se le perdió toda la cosecha de patatas. En el texto abundan las *realia*: “NPK 8-24-16” es un abono complejo, “Kennebek” y “Baraka” — variedades de patatas. Y también hay una alusión: en Galicia ha sido muy famosa una serie de anuncios publicitarios de este fertilizante, en los que un cura lo recomienda a un tal Ramón. Su eslogan “Ramón, o Fertimón” es muy reconocible.

“Alcolitos” está dedicada a un problema ecológico y económico muy importante. Las plantaciones de eucalipto empezaron a proliferar en la Península Ibérica, y sobre todo en Galicia, en los años 50 del siglo pasado cuando su madera fue usada por primera vez para la fabricación de papel. La polémica acerca de su impacto ambiental y económico estalló a principios de los años 80. Sus beneficios económicos eran evidentes: los eucaliptos crecen rápidamente y la industria era provechosa tanto para las compañías estatales como para pequeñas empresas privadas. Pero es una planta invasora, sin control adecuado cubre territorios colindantes, sustituye la flora local; la técnica de aterrazamiento usada en las plantaciones perjudica el suelo, los ríos, todo el ecosistema. Y en los últimos años incluso han bajado los beneficios y muchas plantaciones quedan abandonadas. Por todo eso entre los gallegos existe una actitud negativa hacia este “árbol maldito”, este “árbol de la discordia” [9]. Y las publicaciones de los últimos años evidencian que el problema está lejos de ser resuelto [6, 7].

Berto:

Eu-ca-liptos

Eu non quero ver no monte eucaliptos

Que non son da terra, gústanme os castiros

Que dan a leña que mellor quita o frío

Ramón:

Al-co-litos

Non hai mellor madeira cá dos alcolitos

Non ves que medran pronto e son ben bonitos

Déixate de historias, pensa nos cartiños...

Berto:

Non quero estragar a terra con eses plantíos...

En la parodia citada Berto expresa la opinión de los ecologistas y de la sociedad progresista: el eucalipto es un árbol ajeno, hace daño a la tierra, la leña de los castaños nativos es mucho mejor. Ramón representa a los productores de papel: lo único que le interesa es el dinero rápido.

Los textos en la mayoría de los casos se construyen como diálogos entre los dos protagonistas. Esta forma permite revelar dos caracteres diferentes y mostrar dos puntos de vista discrepantes a los problemas tratados. Esta forma en sí también puede producir efecto cómico porque en los originales el diálogo es muchas veces puramente formal:

«Despacito» Luis Fonsi, Daddy Yankee	«Alcolitos»
– Ay... Fonsi! – DY! – Oh.... Oh no, oh no – Oh yeah – Diridiri, dirididi, Daddy, go!	– Aiiiii! Ramón! – Berto! – Aiaiaiaiai... – Oi, oi, oi, oi! Churras, churras, churras, churras!

En el original los cantantes solamente se presentan al público (es un recurso bastante popular en este tipo de proyectos conjuntos). En la parodia incluso las interjecciones sirven para caracterizar a los personajes: Berto está preocupado y triste, Ramón – enojado. La onomatopeya del original parece no tener ningún sentido, y en la parodia es significativa: Ramón está ahuyentando gallinas.

Estos ejemplos ilustran que las parodias consiguen contar una historia coherente o estudiar un problema y tienen mucho más sentido de lo que es necesario en los éxitos bailables. Este contraste también provoca risa.

El lenguaje de las parodias es coloquial, a veces se notan rasgos populares. Casi no se usan vulgarismos, lo cual nos parece meritorio en el género de la parodia, donde es fácil excederse, el humor de “Páramo Pictures” es más bien positivo.

El principal recurso lingüístico es la así llamada *traducción homófona* que consiste en buscar la correspondencia sonora entre elementos de los dos idiomas y no la semántica, como sucede en la traducción *stricto sensu*. Así la línea de la canción original “Sube la adrenalina” (“Adrenalina” de Wisin, Ricky Martin y Jennifer Lopez) se transforma en la invitación a dar un paseo en la segadora Bertolini: “Sube na Bertolina”.

Ricky Martin y Maluma invitan a sus amigos a pasarlo bien cerca de la piscina de un hotel de lujo: “Vente pa’ca” (para acá). Y Berto llama a Ramón a empacar el heno: “Vente empacar”.

El mismo principio también es evidente en el nombre del proyecto. O Páramo es un municipio gallego en la provincia de Lugo. El logotipo es una copia del de la compañía cinematográfica estadounidense “Paramount Pictures”, a la que se añade un molino, este detalle imprescindible del paisaje gallego [10].

La proximidad de la norma moderna del gallego al idioma castellano permite a “Páramo Pictures” usar citas de los textos originales:

Andas en mi cabeza, nena a todas horas...	O verán non chega, chove a todas horas...
reinterpretándolas en los nuevos contextos:	
(Imaginando que) contigo me casé, Y por siempre te amé...	Encéndeme o “casé” / O que? / A ver, que di o parte

En este caso la forma del verbo “casarse” se sustituye por el acortamiento coloquial del sustantivo “radiocasete”: el protagonista quiere saber qué dice el parte meteorológico.

Pero a veces también consiguen semejanza relativa con el texto inglés:

1. <i>I put</i> you high up in the sky... (“Wrecking ball”)	<i>Apuntar</i> mal o mineral... (“Ferti món”)
2. ‘cause I’m just holding on for tonight on for tonight on for tonight (“Chandelier”)	Inda has ter que ir P’onde tua nai P’onde tua nai P’onde tua nai (“Chandalei”)

En el ejemplo 1 se trata más bien de la asonancia. Y en el caso 2 la semejanza es casi completa. Por cierto, los dos últimos títulos muestran que el parecido a veces se acentúa gráficamente. El nombre del fertilizante “Fertimón” se escribe todo junto pero en el título de la parodia aparece separado para repetir la estructura del título original. Y en el último caso se trata, al contrario, de la unión en una sola palabra del sustantivo “chándal” y la interjección “ei”.

Otro recurso favorito de los autores es *el juego de palabras*.

Una de las parodias citadas se llama “Alcolitos”. Esta, junto a la forma “alcolitro” que también suena en la canción, son variantes fonéticas populares del sustantivo “eucalipto” [4]. La palabra normativa es un cultismo:

Del lat. cient. *eucalyptus*, y este del gr. εὖ eû ‘bien’ y καλυπτός kalyptós ‘cubierto’ [3].

En las voces gallegas patrimoniales el grupo consonántico -pt- se transformó en -t- (aptare > atar,

septe > sete), o en diptongo (baptizare > bautizar) [5, p. 154–155]. El diptongo inicial eu- también es totalmente atípico para el léxico patrimonial. La única excepción es el pronombre personal eu (< ego). Las demás palabras ora contienen el segmento euro-, ora son cultismos con el elemento griego eu- (como en el caso que nos interesa), o son préstamos del vasco (éuscaro, escaldún) [8, p. 553–554]. Por eso no es de extrañar que la etimología popular haya dado una apariencia más natural al nombre de un árbol, que se ha hecho bastante común.

“Páramo Pictures”, aprovechando las ventajas del texto audiovisual, han reinterpretado la composición morfé mica de la palabra: la raíz alcol- (alcohol-) más el sufijo diminutivo -ito o la segunda raíz litro. A lo largo de todo el vídeo la cámara enfoca varias veces una bebida alcohólica de color verde. Al final sabemos que es una especie de aguardiente que Ramón hace a base del eucalipto.

Resumiendo estos ejemplos hay que reconocer el uso acertado de todos los componentes del texto audiovisual, estereotipos sobre la Galicia rural, y al nivel lingüístico – del juego de palabras y la traducción homófona, todo lo cual acentúa la interacción eficaz de la analogía y el contraste, dos factores esenciales para el género de la parodia.

El secreto de su éxito puede explicarse por los siguientes factores. “Páramo Pictures” encontraron un nicho desocupado y consiguieron ofrecer un producto de buena calidad: las parodias que no se dedicaban únicamente a criticar y ridiculizar los originales, sino que contenían también una buena dosis de autoironía y buen humor. Los espectadores gallegos se han identificado con este tipo de humor, han visto en él la famosa retranca:

«El humor gallego, más conocido como retranca gallega, se caracteriza por ser un humor especial, fino y siempre con una doble intención. (...) su gran cualidad es que siempre fue defensiva, como una forma de no decir ni sí ni no, ya que ambas respuestas podrían traer malas consecuencias. Una forma de liberarse de compromisos, una postura inteligente, que derivó en un humor peculiar y muy difícil de explicar. El humor no tiene por qué tener retranca, pero la retranca siempre tiene humor...» [11].

Pero también hay que reconocer que va notándose un poco de cansancio tanto por parte del proyecto, que no ha publicado nada desde el marzo de 2017, tanto entre sus seguidores. Entre cientos de comentarios entusiastas de vez en cuando aparece la idea de que se repiten siempre y ya han agotado el tema.

Referencias bibliográficas

1. “A Enrique Iglesias déronlle 302.000 euros e nós gastamos 150 en facer a parodia en galego” // Sermos Galiza. 09.03.2015. — URL: <http://www.sermosgaliza.gal> (Fecha de la última consulta: 10.04.2018).
2. Daniel Moreiras: “Faime gracia que a xente me pare pola rúa” // Faro de Vigo. 16.06.2014. — URL: <http://ocio.farodevigo.es> (Fecha de la última consulta: 10.04.2018).
3. Diccionario de la lengua española. Real Academia Española. <http://dle.rae.es/?id=H5PFX3O>
4. Diccionario de Dicionarios. Corpus lexicográfico da lingua galega. — URL: http://sli.uvigo.es/DdD/ddd_pescuda.php?pescuda=alcolito&tipo_busca=lema (Fecha de la última consulta: 10.04.2018).
5. *Ferreiro M.* Gramática histórica galega. I. Fonética e morfosintaxe. Santiago de Compostela, Laiovento, 1999. 450 p.
6. Galicia declara la guerra a las plantaciones ilegales de eucalipto // La Voz de Galicia, 25.06.2017.— URL: <https://www.lavozdeg Galicia.es> (Fecha de la última consulta: 13.08.2017).
7. Galicia limita las plantaciones de eucaliptos pese a la oposición del sector forestal // elEconomista.es, 07.04.2017. — URL: <http://www.eleconomista.es> (Fecha de la última consulta: 13.08.2017).
8. Gran diccionario Cumio da lingua galega. Pontevedra, Cumio, 2011. 1422 p.
9. La conflictividad de las plantaciones de eucalipto en España (y Portugal). Informe de Greanpeace, 2011. — URL: <http://archivo-es.greenpeace.org/espana/Global/espana/report/bosques/InformeEucalipto2011.pdf> (Fecha de la última consulta: 10.04.2018).
10. Páramo Pictures. — URL: https://www.youtube.com/channel/UCvW6niP9S_STrNe3Go64GIQ/videos?shelf_id=1&view=0&sort=dd (Fecha de la última consulta: 10.04.2018).
11. Retranca gallega o un pouco de humor a la gallega. — URL: <http://chusmarinista.blogspot.ru/2011/11/retranca-gallega-o-un-poco-de-humor-la.html> (Fecha de la última consulta: 13.08.2017).
12. Лушникова Г. И. Когнитивные и лингвостилистические особенности литературной пародии. Дис... д-р филол. наук // Кемеровский государственный университет. — Кемерово, 2010. 250 с.
13. Снеткова М. С. Лингвостилистические аспекты перевода испанских кинотекстов (на материале русских переводов художественных фильмов Л. Бунюэля «Виридиана» и П. Альмодовара «Женщины на грани нервного срыва»: дис...канд. филол. наук // МГУ им. М. В. Ломоносова. — М., 2009. 232 с.