

**IMPACTO DEL DOBLAJE EN LA PERCEPCIÓN DE PERSONAJES EN TELERREALIDAD:
ANÁLISIS DE *KEEPING UP WITH THE KARDASHIANS* Y *THE KARDASHIANS***

**IMPACT OF DUBBING ON CHARACTER PERCEPTION IN REALITY SHOWS:
ANALYSIS OF *KEEPING UP WITH THE KARDASHIANS* AND *THE KARDASHIANS***

Violeta Pascual Blasco

Universidad Católica de Murcia

vpascual650@ucam.edu

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6125-4739>

Resumen

Esta investigación estudia el grado de influencia de las voces de doblaje en la percepción de los personajes a los que interpretan. Se pretende demostrar cómo la percepción que el público tiene de un personaje varía en función de la prosodia de la voz que lo dobla. A partir de los factuales *Keeping Up With The Kardashians* y *Las Kardashians*, se compara las voces de doblaje de los seis personajes principales, estudiando si el cambio de actriz de doblaje hace variar la percepción que la audiencia tiene de esas celebridades. El análisis de las frecuencias fundamentales de las voces de doblaje y los resultados del análisis *post hoc* de Tukey revelan una sensibilidad notable de los espectadores a los cambios en el doblaje. Las voces más graves tienden a percibirse como más agradables, creíbles, inteligentes y seguras. Los hallazgos subrayan la importancia del doblaje en la percepción de la personalidad de los personajes de los programas de telerrealidad, destacando que las variaciones en las características prosódicas influyen en la interpretación de los personajes por parte de la audiencia. Una elección cuidadosa y estratégica de las voces de

doblaje mejora la conexión emocional y enriquece la experiencia de consumo audiovisual.

Abstract

This research studies the degree of influence of dubbing voices on the perception of the characters they interpret. It aims to demonstrate how the public's perception of a character varies according to the prosody of the voice dubbing it. Based on the factuals *Keeping Up With The Kardashians* and *The Kardashians*, the dubbing voices of the six main characters are compared, studying whether the change of dubbing actress varies the audience's perception of these celebrities. Analysis of the fundamental frequencies of the dubbing voices and the results of Tukey's *post hoc* analysis reveal a remarkable sensitivity of viewers to changes in the dubbing. Lower voices tend to be perceived as more pleasant, believable, intelligent and confident. The findings underscore the importance of dubbing in the perception of the personality of characters in reality shows, highlighting that variations in prosodic characteristics influence the audience's interpretation of the characters. A careful and strategic choice of dubbing voices enhances the emotional connection and enriches the audiovisual consumption experience.

Palabras clave

Voz; Prosodia; Doblaje; Doblaje de Factuals; Telerrealidad.

Keywords

Voice; Prosody; Dubbing; Dubbing of Factuals; Reality Shows.

1. Introducción

La voz no solamente funciona como un instrumento para expresar nuestros pensamientos, sino que, al considerar todas sus características, ejerce una influencia significativa en nuestras interacciones sociales y personales por su capacidad para reflejar nuestras emociones y sentimientos (Zhang, 2016). Según Caballero y Ortega (2014), la voz humana, cuando se separa del contenido verbal, mantiene una estrecha relación con nuestros instintos y conductas más primitivas, que compartimos con los vertebrados y que abarcan aspectos como la reproducción, la territorialidad, la defensa, la huida, entre otros. La voz se convierte en una forma de comunicación que trasciende la mera articulación de sonidos y la capacidad de hablar, además de ser uno de los factores más potentes para expresar la personalidad del hablante (Diehl, 1960; Rodero Antón, 2001; Rodríguez Bravo, 2012; Marrero et al., 2022). En este sentido, Fónagy (1983) utiliza el concepto de *expresión fonoestética* para referirse a la expresividad sonora que transmiten las características de la voz sobre aspectos no léxicos ni gramaticales, como el gesto, la actitud o el carácter.

Las cualidades prosódicas de la voz, como la intensidad, el tono, el timbre, las pausas y el ritmo, han sido estudiadas desde diversas perspectivas que revelan cómo estas características influyen en la percepción del hablante por parte de la audiencia. En este sentido, estudios en fonética, psicología y sociolingüística han explorado cómo la prosodia afecta a las percepciones y emociones del receptor, influyendo en la transmisión de la personalidad del hablante (Zuckerman y Driver, 1989; Martínez y Rojas, 2011; Cantero Serena, 2019). La manipulación de alguna de estas características, como la entonación y la intensidad, es efectiva en términos de actitud hacia el mensaje escuchado cuando la implicación cognitiva del receptor es baja (Gélinas-Chebat y Chebat, 1991).

Los cambios en la entonación pueden mejorar la credibilidad de la fuente cuando la implicación es alta, mientras que los cambios en la intensidad la mejoran cuando la implicación es baja (Gélinas-Chebat et al., 1996). Dentro del contexto del telemarketing, Gélinas-Chebat et al. (1999) concluyeron que la intensidad, la entonación y el ritmo impactan en el receptor de manera

significativa cuando la entonación es baja y el ritmo lento o moderado (Chebat et al., 2007).

El foco de esta investigación está en el tono, o frecuencia fundamental, que es la cualidad que permite distinguir los sonidos graves de los agudos y que depende de la tensión y longitud de las cuerdas vocales (Noriega Torres, 1997; Meca, 2014). La modulación vocal y los músculos de la laringe permiten ajustar la voz a las necesidades emocionales y comunicativas (Vargas Hernández, 2008). La frecuencia fundamental varía con la respiración, se modifica durante la pubertad y otras etapas de la vida y puede sufrir cambios en situaciones de estrés o carga vocal (Lehto et al., 2008; Caballero Ortega, 2014). Los efectos que se producen en el receptor cuando ocurren modificaciones en el tono también han sido objeto de estudio para diversos autores. Zuckerman y Miyake (1993) introdujeron el concepto de *atractivo vocal*, demostrando que las voces con frecuencias graves son percibidas como más atractivas y generan percepciones más favorables sobre la personalidad. Soto Sanfiel (2008) encontró que las voces de tono medio se asocian a una mayor credibilidad en comparación con las que presentan frecuencias muy altas o muy bajas, atribuyéndoles cualidades positivas como seguridad, sinceridad y responsabilidad. Zoghaib (2017) concluyó que las voces graves inducen a asociaciones positivas y mejoran la actitud hacia el hablante y el recuerdo del mensaje en comparación con las voces agudas.

El cerebro reconoce las variaciones prosódicas de la voz para mejorar la comprensión del mensaje que se está transmitiendo, quién es el hablante y cómo se expresa (Strand, 1999). La relación entre ciertos rasgos vocales y características de personalidad no solo depende de la prosodia, sino también de los estereotipos arraigados en el imaginario colectivo. Las asociaciones estereotipadas entre la voz de un actor de doblaje y su personaje provienen de factores psicosociales y culturales difíciles de identificar, pero existen referencias que tienden a repetirse con frecuencia (Meca, 2014).

La industria audiovisual ha favorecido la difusión de imágenes estereotipadas y la traducción audiovisual adapta esos patrones de pensamiento predominantes a una lengua meta (Pérez-González, 2014). Las variaciones en el lenguaje permiten que la audiencia entienda la identidad y las características de los personajes a través de los estereotipos y las asociaciones culturales

(Bleichenbacher, 2008; Lippi-Green, 2012). Estas adaptaciones se realizan teniendo en cuenta la intención del doblaje y el reconocimiento de los rasgos que mejor transmiten la identidad del personaje, su contexto cultural y las características clave que el público meta espera y puede entender (Martínez Tejerina y Sánchez Martínez, 2019). El uso de los estereotipos en el audiovisual, aunque no está exento de polémica, permite crear un espejo cultural que ayuda a reforzar y entender los vínculos colectivos (Dore, 2009).

1.1. El fenómeno del doblaje

En su forma más simple, podemos describir el doblaje como «la sustitución de una banda sonora original por otra» (Agost, 1999: 16). De forma más concreta, Fodor (1976) añade que esa nueva banda sonora, ese nuevo discurso, debe coincidir con los movimientos visibles de los órganos articulatorios lo más sincrónico posible. En el lenguaje audiovisual, este proceso por el que la fuente sonora no pertenece a la fuente visual se conoce como “acostumización” (Schaeffer, 1966; Doane, 1980; Chion, 1982; Rodríguez, 1998, citados por Palencia, 2002) y es lo que posibilita el doblaje audiovisual en su sentido más técnico. Sin embargo, Richart (2009) amplía la definición técnica de doblaje recogida hasta ahora, añadiéndole otros factores igualmente importantes como la traducción, la dramatización o la trama. Así, define el doblaje como:

un proceso de expansión cultural y comercial consistente en la traducción, moldeamiento y transformación de la dimensión verbal del film (y que puede introducir cambios en la percepción de la imagen) en sincronía con los labios de los actores y actrices, la dramatización, el tiempo de los discursos y la trama, y en cuya realización intervienen diferentes agentes (Richart, 2009: 123).

La variedad de géneros y formatos en el ámbito audiovisual exige que el doblaje ajuste sus métodos y todo lo que conlleva para satisfacer las demandas específicas de traducción e interpretación de cada obra. Por ello, aunque la definición de doblaje audiovisual no varíe, sí deben matizarse algunos aspectos que diferencian al doblaje de ficción del doblaje de factuales, que es el objeto de estudio de esta investigación.

El factual es un formato audiovisual que narra historias, eventos y relatos de personas reales, cumpliendo así las funciones de información y entretenimiento. Este carácter realista marca la principal diferencia con el doblaje de ficción:

interpretación versus intención. Un actor de doblaje de ficción debe interpretar a un personaje ficticio, mientras que un actor de doblaje de factuales traduce a una persona real. Sin embargo, en búsqueda del efecto *realidad*, aparece el término de intención, es decir, la variabilidad de las características prosódicas de la voz se adecúa a la situación expresiva del personaje, pero no lo sustituye. De igual modo ocurre en el aspecto técnico: mientras que en el doblaje de ficción se elimina la banda sonora del actor original, en el doblaje de factuales la voz original no es suprimida: el doblaje se superpone y permite la escucha de ambas voces, dejando al original la transmisión de todos los gestos sonoros, como la risa o el llanto, y permitiendo mayor libertad en la sincronía (Pascual Blasco, 2021).

La necesidad sincrónica en el doblaje de ficción es mucho más exigente que en el doblaje de factuales. Fodor (1976) y Agost (1999) diferencian la sincronía en tres variantes: la sincronía fonética, unidad entre la articulación que se ve y lo que se escucha; la sincronía de personaje, armonía entre la voz de doblaje con la interpretación del actor/actriz; y la sincronía de contenido, congruencia del contenido y la trama. De las tres, en el doblaje de factuales, la menos importante es la primera, ya que, al escucharse la voz original, la sincronía fonética estará justificada con esa línea de audio. En la segunda, la sincronía de personaje, debe haber mayor coincidencia, aunque como se ha explicado, no se interpreta al personaje original. Por último, la sincronía de contenido sí que debe ser totalmente correcta, garantizando que lo que ocurre en la realidad del original, se transmita en la versión doblada con total fiabilidad (Mayoral Asensio, 2001).

En el contexto de esta investigación, resulta particularmente relevante el comentario que Richart (2009) añade, entre paréntesis, en su definición previamente mencionada: el doblaje puede introducir cambios en la percepción de la imagen. Teniendo en cuenta las características del doblaje de factuales que difieren del doblaje de ficción, como la sincronía o la interpretación, se puede afirmar que esos cambios perceptivos están íntimamente ligados a la dramatización, expresada únicamente por las capacidades fonéticas del actor o actriz de doblaje.

1.2. Estudio de caso: *Keeping Up with the Kardashians* (2007-2021) y *Las Kardashians* (2022-actualidad)

El caso de estudio seleccionado para esta investigación es el factual que presenta la vida de la familia Kardashian. Antes de comenzar, es necesario detallar las particularidades de este programa de telerrealidad centrado en la mediática familia estadounidense Kardashian-Jenner. La familia de celebridades está en antena desde 2007 hasta la actualidad y, aunque durante todos estos años el *reality* no ha dejado de emitir temporadas, lo cierto es que se ha dividido en dos producciones distintas: desde octubre de 2007 a junio de 2021 el programa se emitió bajo el nombre *Keeping Up with the Kardashians* (KUWTK) (Bunim-Murray Productions y Ryan Seacrest Production, 2007-2021), ¡en el canal E! de NBCUniversal, durante 20 temporadas. Desde abril de 2022 hasta la actualidad, el *reality show*, llamado *Las Kardashians* (The Kardashians, Fulwell 73 y Kardashian Jenner Productions, 2022), se ofrece en Hulu y a través de la plataforma de *streaming* Disney+, estrenando en mayo de 2024 su quinta temporada. Además, de estas producciones han derivado *spin-offs* y especiales de televisión sobre la familia y su entorno.

KUWTK fue emitido en numerosos países y doblado en multitud de idiomas, consiguiendo que el programa fuera un éxito internacional. Por su parte, *Las Kardashians*, gracias a su retransmisión en *streaming* ha permitido prolongar y aumentar las audiencias. Las propias protagonistas hablaban para *Variety* (marzo de 2022) sobre cómo este modelo de emisión favorece al programa permitiendo que los contenidos emitidos sean más cercanos en el tiempo a la realidad o coincidiendo más que la televisión por cable con su marca (Wagmeister, 2022a).

Esta misma revista afirmó en abril de 2022 que el estreno es «la serie Star Originals más vista (sin incluir los títulos de transmisión de Marvel o “Star Wars” de Disney) en Disney+ y Star+ en los mercados globales» (Wagmeister, 2022b: párr. 3). La configuración actual de Disney+ permite reproducir el *reality show* doblado en 13 idiomas diferentes. La tabla 1 presenta la relación de personajes y sus actrices de doblaje españolas en ambos programas.

Personaje	KUWTK	Las Kardashians
Kim Kardashian	Paloma Porcel	Beatriz Bravo
Kourtney Kardashian	Ana María Marí	Rocío Pereiras
Khloé Kardashian	Ana Richart	Susana Leis
Kris Jenner	Gemma Martín	Maxo Barjas
Kendall Jenner	Anahí de la Fuente	Desiré Pillado
Kylie Jenner	Cristina Yuste	Natalia García Dans

Tabla 1. Personajes y actrices de doblaje (Elaboración propia).

A lo largo de los años, el programa se ha centrado en retransmitir el día a día de la familia, mostrando sus negocios, marcas, apariciones en medios, eventos y, por supuesto, escándalos y controversias de sus vidas privadas. El elenco principal está formado por las hermanas Kardashian-Jenner: Kim Kardashian, Kourtney Kardashian, Khloé Kardashian, Kendall Jenner, Kylie Jenner y su madre Kris Jenner. El impacto durante tantos años de esta telerrealidad ha cambiado la cultura pop y catapultado a la familia Kardashian-Jenner a la fama internacional. Gracias a ello, se convirtieron en iconos de estilo y belleza y sus nombres son sinónimo de celebridades de la realidad y reinas de las redes sociales, donde acumulan más de 1,7 billones de seguidores.

El *reality* es considerado como uno de los más influyentes de la historia, fue pionero en la retransmisión de la realidad de familias de celebridades y cambió la forma en la que se perciben y consumen la cultura de famosos y entretenimiento (Ferrero, 2023). En las primeras temporadas de *KUWTK*, la familia Kardashian se mostraba, principalmente, como jóvenes disfrutando de su creciente fama y del entretenimiento. La serie se centraba en sus vidas personales, escándalos, relaciones y conflictos familiares, con un tono más ligero y a menudo frívolo.

La transparencia en la retransmisión de sus vidas, unida al auge de redes sociales como Twitter e Instagram, catapultó la fama del clan y las estableció como las figuras mediáticas más influyentes a nivel mundial, pues consiguieron una transformación cultural y estética que demostró que las series de

telerrealidad pueden ser algo más que una distracción, convirtiéndose en el reflejo de aspiraciones y deseos sociales (Ferrero, 2023).

2. Objetivos

El objetivo de esta investigación es demostrar cómo las características prosódicas de la voz de doblaje influyen en la construcción de personajes de series documentales o *realities*. El uso de voces de doblaje afecta a la percepción que los espectadores tienen de los personajes que se exponen en la pantalla, creando rasgos psicosociales y favoreciendo a la construcción de personalidad de estos.

Se pretende evaluar cómo el cambio de un actor o actriz de doblaje por otro y, con ello el cambio de características prosódicas, afectan a la percepción que los espectadores tienen de un mismo personaje. Para ello, se comparan las voces de doblaje de los personajes principales del factual *Las Kardashians* en su primera temporada (2007) con las utilizadas en la última temporada (2023). Además, se identifican los patrones de percepción que son comunes en los espectadores en relación con la prosodia de la voz de los actores y actrices de doblaje.

3. Método

Esta investigación considera doce variables independientes que corresponden a las doce voces de doblaje, dos por cada una de las celebridades. Se relacionan con 13 variables dependientes: agrado, credibilidad, familiaridad, honestidad, inteligencia, naturalidad, tranquilidad, profundidad, responsabilidad, seguridad, simpatía, sinceridad y verosimilitud. Estas variables permiten el análisis de las percepciones formadas en los participantes, basándose en estudios previos (Soto, 2008; Prado, 1997). Los participantes en el estudio responden un cuestionario con el modelo de diferencial semántico propuesto por Osgood, Suci y Tannenbaum en 1957, adaptado específicamente para evaluar las percepciones de las voces de doblaje de las protagonistas. Los sujetos valoran las variables en una escala de Likert, de 1 a 7. Se utiliza esta metodología por haber sido validada en otras investigaciones parecidas a este trabajo (Rodríguez, 1989; Perona, 1992; Prado, 1997; Soto, 2000;

Palencia Villa, 2002). Para identificar los rasgos caracteriales de cada celebridad según la valoración de los sujetos, se utiliza la escala del Diferencial Semántico de Osgood, adaptada para reflejar los adjetivos bipolares relevantes para este estudio.

- [1] – Altamente *adjetivo negativo*
- [2] – *Muy adjetivo negativo*
- [3] – *Adjetivo negativo*
- [4] – *Neutro*
- [5] – *Adjetivo positivo*
- [6] – *Muy adjetivo positivo*
- [7] – *Altamente adjetivo positivo*

Los criterios de exclusión de la muestra son los siguientes: personas menores de 18 años o mayores de 70, personas no hablantes de español y/o personas con dificultades auditivas. Se establecen criterios de exclusión por edad para centrar el estudio en un grupo demográfico que representa a la audiencia objetivo de este tipo de programas. La restricción basada en el idioma español garantiza que los participantes puedan comprender y evaluar adecuadamente las voces de doblaje. Por último, se excluye a sujetos con dificultades auditivas porque la capacidad auditiva es esencial para hacer juicios precisos sobre las cualidades vocales. Estos criterios se establecen para asegurar que los participantes puedan proporcionar respuestas precisas y relevantes al objetivo del estudio.

Se realiza un primer cuestionario para la captación de participantes en la investigación. La muestra se obtuvo del entorno de la investigadora por varios motivos: un acceso rápido y eficiente a los participantes, lo que reduce los costos y el tiempo de obtención de la muestra; la comunicación efectiva, que redujo los sesgos y aumentó la sinceridad de las respuestas; y las similitudes demográficas y culturales de los participantes. Se consiguen 273 respuestas, de las que se descartan 23, por no cumplir con los criterios de edad, idioma o negar su consentimiento de participación. Con esto, la muestra resulta en N=250. Los participantes son asignados de forma equitativa y aleatoria a dos submuestras independientes buscando garantizar la representatividad y reducir sesgos. A

estas submuestras se les envía el cuestionario de investigación con el modelo de diferencial semántico de Osgood. Se obtienen 59 respuestas en la submuestra 1 y 50 respuestas en la submuestra 2. La submuestra 1 escucha seis archivos sonoros provenientes de totales, uno por cada celebridad, con el doblaje de la temporada 20 de *KUWTK*. La submuestra 2 escucha seis archivos sonoros con el doblaje de la temporada 1 de *Las Kardashians*. Tras la escucha de cada uno de los archivos de audio, los participantes responden a un cuestionario con las 13 variables organizadas en adjetivos bipolares.

El corpus de esta investigación está formado por el episodio 12 de la temporada 17 *Cattle Drive Me Crazy* de *Keeping Up With the Kardashians* y el episodio 10 *¿Qué acaba de pasar?* de la temporada 3 de *Las Kardashians*. La elección de estos capítulos se basa en su representación de temáticas similares y presencia equitativa de los personajes, además de por la poca diferencia temporal en la edad de los personajes. Se seleccionan totales, o intervenciones a cámara, de cada celebridad, optando por clips de audio que garantizaran una presentación neutra y evitando escenas de acción real para minimizar factores externos que pudieran influir en las percepciones.

Por otro lado, se analizan las características prosódicas de tono para cada una de las voces de los archivos sonoros que se presentan a la muestra. Para este análisis se utiliza el *software* de análisis de voz Praat. Esta herramienta cuantitativa permite obtener mediciones precisas de cada voz de doblaje, lo que ayuda a la comprensión de las diferencias prosódicas entre celebridades y temporadas.

4. Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos tras el estudio de las 12 voces de doblaje que conforman las variables dependientes de esta investigación. La tabla 2 muestra los datos obtenidos a través del *software* Praat en el análisis de la frecuencia fundamental y la clasificación de la voz, según Titze (1994). Cabe destacar que estos resultados son específicos para el doblaje de los fragmentos seleccionados:

Keeping Up With The Kardashians - T17: E12: Cattle Drive Me Crazy		
Personaje	Frecuencia media	Clasificación de la voz según Titze (1994)
Kim Kardashian	250Hz	Soprano
Kourtney Kardashian	175Hz	Contralto
Khloé Kardashian	193Hz	Mezzo-Soprano
Kendall Jenner	200Hz	Mezzo-Soprano
Kylie Jenner	226Hz	Mezzo-Soprano
Kris Jenner	188Hz	Mezzo-Soprano
Las Kardashians - T3: E10: ¿Qué acaba de pasar?		
Personaje	Frecuencia media	Intensidad media
Kim Kardashian	178Hz	Contralto
Kourtney Kardashian	182Hz	Mezzo-Soprano
Khloé Kardashian	174Hz	Contralto
Kendall Jenner	209Hz	Mezzo-Soprano
Kylie Jenner	210Hz	Mezzo-Soprano
Kris Jenner	156Hz	Contralto

Tabla 2. Tabla de frecuencias (Elaboración propia)

De acuerdo con Titze (1994), la frecuencia fundamental media en voces femeninas adultas se sitúa alrededor de los 200 Hz. Sin embargo, este valor puede presentar variaciones dependiendo del tipo de voz: las voces habladas clasificadas como contraltos suelen tener una frecuencia fundamental promedio de aproximadamente 174.6 Hz, mientras que las voces clasificadas como sopranos tienen una frecuencia promedio más alta, alrededor de los 246.9 Hz. Comparando el planteamiento de Titze (1994) con los resultados obtenidos en la investigación, se observa cómo las voces de doblaje varían entre personajes y temporadas. Si bien las frecuencias fundamentales encajan

en el rango de las voces femeninas adultas, se observa una gran diferencia en las voces que interpretan a Kim Kardashian, pasando de una frecuencia fundamental aguda (250Hz) en *KUWTK* a una grave (178Hz) en *Las Kardashians*. En las voces de doblaje de Khloé y Kris también se produce un cambio de voces medias (193Hz y 188Hz, respectivamente) a voces graves (174Hz y 156Hz, respectivamente). En las voces que interpretan a Kendall y Kylie se ha modificado la frecuencia fundamental, pero el cambio no es significativo y las mantiene a ambas en voces medias. Por último, la única voz que ha registrado un ascenso en la frecuencia fundamental es la de Kourtney, pasando de voz grave (175Hz) a voz media (182Hz).

Por otro lado, para realizar el análisis estadístico descriptivo de los resultados obtenidos en el cuestionario, se utiliza el programa IBM SPSS y se someten los resultados al análisis *post hoc* de Tukey. Se utiliza esta prueba porque es comúnmente usada cuando los tamaños de las muestras son iguales o casi iguales, pues es bastante conservadora y controla bien la tasa de error tipo I. Los resultados en las distintas dimensiones de la personalidad revelan variaciones en la percepción de las voces de doblaje de las Kardashian entre las diferentes temporadas. A continuación, se detallan los resultados para cada variable independiente (tabla 3):

- **Kim Kardashian** (etiquetada como Kim1 y Kim2, respectivamente según la temporada).

Variable dependiente (media calculada)	Diferencia de medias	Error estándar	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
				Lím. inferior	Lím. superior
Agrado Kim1 (4.34) Kim 2 (5.16)	-,821	,298	,202	-1,80	,16
Credibilidad Kim1 (3.80) Kim2 (4.34)	-,543	,328	,886	-1,62	,53
Familiaridad Kim1 (4.03) Kim2 (4.22)	-,186	,321	1,000	-1,24	,87
Honestidad Kim1 (4.22) Kim2 (4.48)	-,260	,303	,999	-1,25	,73

Inteligencia Kim1 (3.27) Kim2 (4.18)	-,909	,286	,069	-1.85	,03
Naturalidad Kim1 (2.97) Kim2 (3.36)	-,394	,327	,989	-1,47	,68
Tranquilidad Kim1 (5.51) Kim2 (5.66)	-,152	,266	1,000	-1,03	,72
Profundidad Kim1 (3.10) Kim2 (3.22)	-,118	,318	1,000	-1,16	,93
Responsabilidad Kim1 (4.47) Kim2 (4.62)	-,145	,257	1,000	-,99	,70
Seguridad Kim1 (4.58) Kim2 (5.02)	-,444	,277	,908	-1,35	,46
Simpatía Kim1 (4.41) Kim2 (4.74)	-,333	,278	,989	-1,25	,58
Sinceridad Kim1 (3.97) Kim2 (4.62)	-,654	,300	,565	-1,64	,33
Verosimilitud Kim1 (3.75) Kim2 (4.34)	-,594	,309	,745	-1,61	,42

Tabla 3. Resultados del análisis *post hoc* de Tukey para las voces de Kim Kardashian (Elaboración propia).

El análisis revela algunas diferencias entre las voces de doblaje que interpretan a Kim en las primeras y las últimas temporadas. En términos de agrado, la muestra calificó ligeramente más alto a Kim2 (5,16) en comparación con Kim1 (4,34). En la dimensión de credibilidad, Kim2 vuelve a ser percibida de manera más favorable con una media de 4,34 frente a 3,80 de Kim1. Sin embargo, para ninguna de estas variables se demuestra una diferencia estadísticamente significativa. Similarmente, para la familiaridad, la honestidad y la naturalidad, aunque Kim2 obtiene puntuaciones superiores, ninguna de estas diferencias fue estadísticamente significativa. Una observación notable se encuentra en la variable de inteligencia: Kim2 obtiene una media de 4,18 comparada con la media de 3,27 de Kim1, mostrando una diferencia de medias de 0,909. Esto está cerca de ser una diferencia estadísticamente significativa ($p=0,069$), lo que podría indicar una tendencia donde la voz más reciente de Kim es percibida como más inteligente.

Se demuestra que, a pesar de no obtener diferencias estadísticamente significativas, el cambio en la voz de doblaje de Kim Kardashian ha tenido un impacto positivo perceptible en todas las dimensiones estudiadas (tabla 4).

- **Kourtney Kardashian** (etiquetada como Kourtney1 y Kourtney2, respectivamente según la temporada).

Variable dependiente (media calculada)	Diferencia de medias	Error estándar	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
				Lím. inferior	Lím. superior
Agrado Kourtney1 (5,32) Kourtney2 (4,70)	,622	,298	,632	-,36	1,60
Credibilidad Kourtney1 (5,14) Kourtney2 (3,88)	1,256*	,328	,008	,18	2,33
Familiaridad Kourtney1 (4,51) Kourtney2 (4,32)	,188	,321	1,000	-,86	1,24
Honestidad Kourtney1 (5,08) Kourtney2 (4,36)	,725	,303	,412	-,27	1,72
Inteligencia Kourtney1 (5,56) Kourtney2 (3,84)	1,719*	,286	,000	,78	2,66
Naturalidad Kourtney1 (4,31) Kourtney2 (3,18)	1,125*	,327	,030	,05	2,20
Tranquilidad Kourtney1 (6,05) Kourtney2 (5,28)	,771	,266	,146	-,10	1,64
Profundidad Kourtney1 (4,98) Kourtney2 (3,48)	1,503*	,318	,000	,46	2,55
Responsabilidad Kourtney1 (5,63) Kourtney2 (4,54)	1,087*	,257	,002	-,24	1,93
Seguridad Kourtney1 (5,93) Kourtney2 (4,96)	,972*	,277	,024	,06	1,88
Simpatía Kourtney1 (4,86) Kourtney2 (4,82)	,044	,278	1,000	-,87	,96
Sinceridad Kourtney1 (5,42) Kourtney2 (4,24)	1,184*	,300	,005	,20	2,17

Verosimilitud					
Kourtney1 (5,32)	1.342*	,309	,001	,33	2,36
Kourtney2 (3,98)					

Tabla 4. Resultados del análisis *post hoc* de Tukey para las voces de Kourtney Kardashian
 (Elaboración propia)

Los resultados obtenidos del análisis comparativo entre las voces de doblaje de Kourtney Kardashian son variados (tabla 4). En la dimensión de agrado, Kourtney1 fue ligeramente más apreciada con una media de 5,32 frente a 4,70 para Kourtney2. Lo mismo ocurre en los resultados obtenidos para las variables de credibilidad, con una diferencia de medias de 1,256; en términos de inteligencia, donde Kourtney1 obtuvo 5,56 y Kourtney2 3,84; y en las dimensiones de naturalidad, profundidad, responsabilidad, seguridad, sinceridad y verosimilitud en las que también se muestran diferencias en favor de Kourtney1. El análisis muestra que los espectadores perciben la voz de doblaje más antigua de Kourtney de manera más favorable en la mayoría de las dimensiones de personalidad, lo que supone una preferencia hacia esa voz de doblaje en términos de credibilidad y otras características clave.

- **Khloé Kardashian** (etiquetada como Khloé1 y Khloé2, respectivamente según la temporada).

Variable dependiente (media calculada)	Diferencia de medias	Error estándar	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
				Lím. inferior	Lím. superior
Agrado Khloé1 (4,47) Khloé2 (5,20)	-,725	,298	,384	-1,70	,25
Credibilidad Khloé1 (4,59) Khloé2 (3,88)	-,287	,328	,999	-1,36	,79
Familiaridad Khloé1 (4,37) Khloé2 (5,00)	-,627	,321	,725	-1,68	,43
Honestidad Khloé1 (4,64) Khloé2 (5,20)	-,556	,303	,798	-1,55	,44
Inteligencia Khloé1 (4,56) Khloé2 (4,76)	-,181	,286	1,000	-1,12	,76

Naturalidad Khloé1 (4,15) Khloé2 (4,66)	-,507	,327	,925	-1,58	,56
Tranquilidad Khloé1 (4,76) Khloé2 (5,66)	-,897*	,266	,038	-1,77	-,02
Profundidad Khloé1 (4,19) Khloé2 (4,70)	-,514	,318	,904	-1,56	,53
Responsabilidad Khloé1 (4,85) Khloé2 (5,32)	-,473	,257	,796	-1,32	,37
Seguridad Khloé1 (5,14) Khloé2 (5,26)	-,124	,277	1,000	-1,03	,78
Simpatía Khloé1 (4,68) Khloé2 (5,20)	-,522	,278	,774	-1,43	,39
Sinceridad Khloé1 (4,68) Khloé2 (5,30)	-,622	,300	,642	-1,61	,36
Verosimilitud Khloé1 (4,64) Khloé2 (5,18)	-,536	,309	,852	-1,55	,48

Tabla 5. Resultados del análisis *post hoc* de Tukey para las voces de Khloé Kardashian (Elaboración propia).

El análisis de las voces de doblaje de Khloé Kardashian revelan que la voz de Khloé2 es mejor valorada en todas las dimensiones estudiadas (tabla 5). En términos de agrado, Khloé2 obtiene una media de 5,20 en comparación con 4,47 de Khloé1. De manera similar, para la credibilidad, familiaridad, honestidad, naturalidad, profundidad, responsabilidad, seguridad, simpatía, sinceridad y verosimilitud, las diferencias son favorables a la voz más moderna, aunque no se demuestren diferencias estadísticamente significativas. Sin embargo, en la variable de tranquilidad, Khloé2 es percibida como significativamente más tranquila que Khloé1, con una diferencia de medias de 0,897 ($p=0,038$). Esto indica que sí hay un cambio significativo en cómo los espectadores perciben la tranquilidad en el personaje de Khloé en las temporadas más recientes.

Se demuestra que la voz de Khloé2 mejora la percepción de la personalidad y la voz de doblaje es generalmente bien recibida, mostrando una diferencia significativa en la variable de tranquilidad que indica un cambio específico en la percepción de este aspecto de su personalidad.

- **Kendall Jenner** (etiquetada como Kendall1 y Kendall2, respectivamente según la temporada).

Variable dependiente (media calculada)	Diferencia de medias	Error estándar	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
				Lím. inferior	Lím. superior
Agrado Kendall1 (5,53) Kendall2 (4,32)	1,205*	,298	,003	,23	2,18
Credibilidad Kendall1 (5,31) Kendall2 (3,96)	1,345*	,328	,003	,27	2,42
Familiaridad Kendall1 (5,03) Kendall2 (3,98)	1,054*	,321	,050	,00	2,11
Honestidad Kendall1 (5,54) Kendall2 (4,46)	1,082*	,303	,019	,09	2,08
Inteligencia Kendall1 (5,10) Kendall2 (3,94)	1,162*	,286	,003	,22	2,10
Naturalidad Kendall1 (4,83) Kendall2 (3,44)	1,391*	,327	,001	,32	2,46
Tranquilidad Kendall1 (5,66) Kendall2 (4,38)	1,281*	,266	,000	,41	2,16
Profundidad Kendall1 (4,95) Kendall2 (3,20)	1,749*	,318	,000	,70	2,79
Responsabilidad Kendall1 (5,29) Kendall2 (4,44)	,848*	,257	,047	,00	1,69
Seguridad Kendall1 (5,63) Kendall2 (4,82)	,807	,277	,139	-,10	1,72
Simpatía Kendall1 (5,41) Kendall2 (4,58)	,827	,278	,119	-,09	1,74
Sinceridad Kendall1 (5,34) Kendall2 (4,44)	,899	,300	,112	-0,09	1,88
Verosimilitud Kendall1 (5,24) Kendall2 (4,02)	1,217*	,309	,005	,20	2,23

Tabla 6. Resultados del análisis *post hoc* de Tukey para las voces de Kendall Jenner (Elaboración propia).

En el caso de Kendall Jenner, el análisis demuestra diferencias significativas en varias dimensiones (tabla 6). En cuanto a agrado, Kendall1 es percibida significativamente más favorable que Kendall2, con una diferencia de medias de 1,205 y un nivel de significancia de 0,003. Lo mismo sucede con la credibilidad: Kendall1 obtiene una media de 5,31, mientras que Kendall2 tiene una media de 3,96, con una diferencia de medias de 1,345 ($p=0,003$). Lo mismo ocurre con la diferencia en familiaridad: Kendall1 tiene una media de 5,03 comparada con 3,98 para Kendall2. En el resto de las variables, inteligencia, naturalidad, tranquilidad, profundidad y responsabilidad también aparecen diferencias significativas.

El análisis muestra que la primera voz de doblaje, Kendall1, es percibida de manera más favorable en casi todas las dimensiones evaluadas, lo que indica una preferencia de los espectadores por esa voz en términos de agrado, credibilidad, familiaridad, inteligencia, naturalidad y el resto de las características clave.

- **Kylie Jenner** (etiquetada como Kyliel1 y Kylie2, respectivamente según la temporada).

Variable dependiente (media calculada)	Diferencia de medias	Error estándar	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
				Lím. inferior	Lím. superior
Agrado Kylie1 (5,03) Kylie2 (5,40)	-,366	,298	,987	-1,34	,61
Credibilidad Kylie1 (4,51) Kylie2 (5,36)	-,852	,328	,282	-1,93	,22
Familiaridad Kylie1 (4,42) Kylie2 (5,10)	-,676	,321	,619	-1,73	,38
Honestidad Kylie1 (4,58) Kylie2 (5,26)	-,684	,303	,508	-1,68	,31
Inteligencia Kylie1 (4,36) Kylie2 (5,08)	-,724	,286	,324	-1,66	,22
Naturalidad Kylie1 (4,19)	-,894	,327	,212	-1,97	,18

Kylie2 (5,08)					
Tranquilidad Kylie1 (4,88) Kylie2 (5,46)	-,579	,266	,571	-1,45	,30
Profundidad Kylie1 (4,25) Kylie2 (4,44)	-,186	,318	1,000	-1,23	,86
Responsabilidad Kylie1 (4,78) Kylie2 (5,08)	-,300	,257	,991	-1,14	,54
Seguridad Kylie1 (4,22) Kylie2 (5,46)	-1,240*	,277	,001	-2,15	-,33
Simpatía Kylie1 (4,80) Kylie2 (5,32)	-,523	,278	,771	-1,44	,39
Sinceridad Kylie1 (4,49) Kylie2 (5,32)	-,828	,300	,199	-1,81	,16
Verosimilitud Kylie1 (4,34) Kylie2 (5,06)	-,721	,309	,454	-1,73	,29

Tabla 7. Resultados del análisis *post hoc* de Tukey para las voces de Kylie Jenner (Elaboración propia).

El análisis en las percepciones sobre Kylie Jenner también revela diferencias, pero en este caso, favorables a la voz de las últimas temporadas (tabla 7). Aunque no resulta estadísticamente significativa, existe una diferencia en la percepción de agrado de Kylie1 (5,03) y Kylie2 (5,40). Lo mismo ocurre en otras dimensiones como credibilidad, familiaridad, honestidad, inteligencia, naturalidad y simpatía, pues Kylie2 obtiene puntuaciones más altas, aunque no alcancen significancia estadística. Sin embargo, en la dimensión de seguridad, la voz más reciente contribuye a una mejor percepción con una diferencia de medias de 1,240 ($p=0,001$), una significancia estadística que muestra que los espectadores perciben con mayor sensación de confianza la voz de Kylie2.

Aunque los resultados solo muestran una significancia estadística en la dimensión de seguridad, la percepción es favorable para la voz de las últimas temporadas en todas las variables, lo que demuestra que el cambio en la actriz de doblaje beneficia la percepción que el público tiene sobre Kylie Jenner.

- **Kris Jenner** (etiquetada como Kris1 y Kris2, respectivamente según la temporada).

Variable dependiente (media calculada)	Diferencia de medias	Error estándar	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
				Lím. inferior	Lím. superior
Agrado Kris1 (5,14) Kris2 (5,10)	,036	,298	1,000	-,94	1,01
Credibilidad Kris1 (4,93) Kris2 (5,04)	-,108	,328	1,000	-1,18	,97
Familiaridad Kris1 (5,27) Kris2 (5,04)	-,231	,321	1,000	-,82	1,28
Honestidad Kris1 (5,22) Kris2 (5,22)	,000	,303	1,000	-,99	,99
Inteligencia Kris1 (5,03) Kris2 (4,98)	,054	,286	1,000	-,89	,99
Naturalidad Kris1 (4,75) Kris2 (4,50)	,246	,327	1,000	-,83	1,32
Tranquilidad Kris1 (5,61) Kris2 (5,36)	,250	,266	,999	-,62	1,12
Profundidad Kris1 (4,95) Kris2 (4,74)	,209	,318	1,000	-,84	1,25
Responsabilidad Kris1 (5,41) Kris2 (5,50)	-,093	,257	1,000	-,94	,75
Seguridad Kris1 (5,53) Kris2 (5,18)	,345	,277	,985	-,56	1,25
Simpatía Kris1 (5,15) Kris2 (4,88)	,273	,278	,998	-,64	1,19
Sinceridad Kris1 (4,88) Kris2 (5,14)	-,259	,300	,999	-1,24	,73
Verosimilitud Kris1 (4,85) Kris2 (4,94)	-,093	,309	1,000	-1,11	,92

Tabla 8. Resultados del análisis *post hoc* de Tukey para las voces de Kris Jenner (Elaboración propia).

Kris Jenner es el personaje en el que se recogen menos diferencias en la percepción de las variables de personalidad, a diferencia del resto de personajes (tabla 8). En términos de agrado, Kris1 y Kris2 obtiene medias muy similares (5,14 y 5,10, respectivamente). De manera similar, en dimensiones como credibilidad, familiaridad, inteligencia, naturalidad, tranquilidad, profundidad, responsabilidad, seguridad, simpatía, sinceridad y verosimilitud, las diferencias de medias fueron mínimas y no alcanzaron significancia estadística. Cabe resaltar que, en la dimensión de honestidad, ambas versiones de Kris obtuvieron la misma media (5,22), lo que demuestra que para los espectadores ambas voces son honestas.

Al contrario que con el resto de los personajes, los resultados sugieren que los cambios en las voces de doblaje no han tenido un impacto significativo en la percepción de los espectadores para ninguna de las variables estudiadas. Esto indica una consistencia en la personalidad del personaje, independiente de la voz de doblaje utilizada.

5. Conclusiones

El análisis de las frecuencias fundamentales y el análisis *post hoc* de Tukey sugieren que los cambios en las voces de doblaje influyen en la percepción de la personalidad de los personajes protagonistas de *KUWTK* y *Las Kardashians*.

La frecuencia fundamental de la voz de Kim cambia de una voz de soprano a una voz de contralto lo que puede haber influido en la percepción de su personalidad en tres variables: la voz más reciente de Kim está asociada a una mejor percepción de inteligencia. Además, el cambio a una voz más grave demuestra un impacto perceptible, aunque no significativo, en dimensiones como el agrado y la credibilidad. El análisis de las voces de doblaje de Kourtney también demuestra que la voz más grave, en este caso Kourtney1, es percibida como más creíble e inteligente. También se encuentran diferencias significativas en naturalidad y profundidad.

Por su parte, las voces de Khloé refuerzan esta idea: el cambio de Khloé1 (mezzo-soprano) a Khloé2 (contralto) muestra una percepción significativamente más tranquila para la segunda y un impacto positivo en dimensiones como agrado y honestidad. Las voces de Kim y Khloé se vuelven

más graves en las nuevas temporadas con el objetivo de presentarlas como mujeres adultas, empoderadas y seguras. Este cambio vocal contribuye a distanciarlas de la imagen frívola y extravagante que se proyectaba en el primer factual, proyectando en su lugar una imagen más madura. Esta modificación en la caracterización vocal se alinea con la evolución de la marca Kardashian, que ha transitado de una percepción centrada en el entretenimiento y la controversia hacia una imagen más sofisticada y profesional. Sin embargo, la voz de Kourtney se vuelve más aguda, presentándola de manera más esquiva con el *reality*. Este cambio subraya la representación de esta hermana como alguien menos comprometido y más distante de la narrativa, reflejando así una evolución en su caracterización dentro del programa.

El cambio en la frecuencia fundamental de las voces de doblaje de Kendall y Kylie fue menor, manteniéndose para ambas en el rango de mezzo-soprano. El hecho de que estas dos hermanas no cambien a voces graves puede justificarse porque son las dos protagonistas más jóvenes. Los resultados obtenidos mantienen la hipótesis anterior, pues tanto Kendall¹ como Kylie², que son las voces más graves, generan una percepción más favorable que las voces agudas en aspectos como el agrado, la inteligencia, la credibilidad y la seguridad. Esto consolida la idea de que una voz más grave puede estar asociada con una mejor percepción en la mayoría de las variables estudiadas, pudiendo resaltar agrado, credibilidad, inteligencia, tranquilidad y seguridad. Por último, a pesar del cambio de frecuencia fundamental, la percepción de la personalidad de Kris Jenner es menos sensible y más estable que la de sus hijas. En cuestiones narrativas, la evolución de este personaje es menor y su rol se mantiene como una figura autoritaria y estable en la familia, lo que no ha requerido cambios en su caracterización a lo largo del tiempo.

Con esto se pone de manifiesto que las voces más graves, en general, tienden a ser asociadas con mayor agrado, credibilidad, inteligencia y seguridad. Aunque en muchos de los casos no hay significancia estadística, sí existe un impacto perceptible y se refleja la sensibilidad del público a las sutilezas de las voces de doblaje. Cambios aparentemente menores en las características de la voz, como la frecuencia fundamental, pueden tener un impacto significativo en cómo los espectadores perciben e interpretan a los personajes. El tono de la voz puede transmitir diferentes cualidades emocionales y psicológicas e,

incluso, llegar a tener efectos significativos en la percepción de la personalidad. Por ejemplo, una disminución en la frecuencia fundamental puede hacer que una voz suene más autoritaria y confiable, mientras que un ligero aumento puede hacerla parecer más juvenil e inexperta. Sin embargo, elegir voces de doblaje con frecuencias fundamentales muy parecidas puede llevar a que los espectadores no sean capaces de reconocer y diferenciar a los personajes entre sí y que, de cierto modo, se pierda autenticidad en la personalidad de cada uno de ellos.

La percepción del público está influenciada por mecanismos psicológicos que interpretan las señales vocales como indicadores de personalidad y emociones. Estos mecanismos están basados en estereotipos y asociaciones culturales que vinculan ciertos tonos de voz con características específicas de personalidad. El doblaje es un proceso de adaptación cultural que ajusta la caracterización vocal para que resuene con los estereotipos y expectativas del público meta. En el caso de *The Kardashians*, los cambios en las voces de doblaje pueden asociarse a la proyección de una imagen renovada de las protagonistas, que se manifiesta en todos los aspectos de la producción audiovisual. El doblaje aborda un cambio en la narrativa y la estética del programa, pero también tiene como objetivo redefinir los estereotipos que se asociaban a estas figuras mediáticas.

Estos cambios estratégicos en las voces de doblaje evolucionan la percepción del personaje, adaptándose a nuevas narrativas o desarrollos de la trama. En *KUWTK*, la voz de doblaje de Kim refuerza una percepción infantil y de superficialidad. La narrativa de su personaje, cuyo impacto mediático inicial giraba en torno a un *sex tape*, no permitía presentar a un personaje serio o profundo. Esto se enfatizó a través de una voz aguda y un tono despreocupado, que complementaba la personalidad mediática de Kim en ese momento. Sin embargo, en *The Kardashians*, la voz de Kim adquiere un tono más profundo y pausado, que proyecta una mujer segura y más natural. Este cambio prosódico se alinea con la evolución de Kim: si bien mantiene su frialdad, su tono de voz actual le otorga un nuevo papel dentro de la narrativa familiar y el ojo público.

En definitiva, la elección de las voces de doblaje demuestra ser una decisión estratégica en el proceso de producción y distribución de contenido audiovisual. Esta elección no solo debe considerar la calidad vocal y la

capacidad actoral, sino también cómo las características vocales influyen en la percepción de la audiencia. Si las voces de doblaje están alineadas con la personalidad que se quiere transmitir del personaje, se refuerza su imagen pública y se mejora la experiencia del espectador. La elección de los actores y actrices de doblaje es una cuestión que debe ser estudiada para comprender por qué se eligen ciertas voces, cómo afectan a la forma en que los espectadores conectan con la historia y si estas percepciones difieren de los que ven los productos en versión original.

Referencias bibliográficas

- AGOST, Rosa (1997), «*La traducció audiovisual: el doblatge*» [Tesis doctoral, Universiada Jaume I].
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=177749>
- AGOST, Rosa (1999), *Traducción y doblaje: palabras, voces e imágenes*, Barcelona: Ariel.
- BLEICHENBACHER, Lukas (2008), *Multilingualis, in the Movies: Hollywood Characters and Their Language Choices*, Tübingen: Francke A. Verlag.
- CABALLERO, Osvaldo y ORTEGA, Ana Gloria (2014), *Endocrinofonatría*, San Felipe: Universidad de Aconcagua.
- CANTERO SERENA, Francisco José (2019), «Expresión y contacto. Dimesiones de la afectividad en prosodia», *Moenia: Revista lucense de lingüística & literatura*, n°25, pp.521-537.
- CHEBAT, Jean-Charles, EL HEDHLI, Kamel, GÉLINAS-CHEBAT, Claire y BOIVIN, Robert (2007), «Voice and persuasion in a banking telemarketing context», *Perceptual and Motor Skills*, vol. 104, n°2, pp.419-437.
<https://doi.org/10.2466/pms.104.2.419-437>
- CHION, Michel (1982), *La voix au cinéma*, París: Editions de l'Etoile.
- DIEHL, CF (1960), «Voice and Personality: an evaluation», *Psychological and psychiatric aspects of speech and hearing*, pp.171-203.
- DOANE, Ann (1980), «The voice in the cinema: the articulation of body and space», *Yale University Press*, n°60, pp. 33-50.
<https://doi.org/10.2307/2930003>
- DORE, Margherita (2009). «Target Language Influencers over Source Texts: A Novel Dubbing Approach in *The Simpsons*, First Series», en FEDERICI, Federico M. (Ed.), *Translating Regionalised Voices in Audiovisuals*, Roma: Aracne, pp. 137-156.
- FERRERO, Javier (2023), «El 'Efecto Kardashian': cómo un grupo de mujeres logró cambiar la televisión para siempre», *Público*, 6 de julio.
- FODOR, István (1976), *Film dubbing: phoenetic, semiotic, esthetic & psychological aspects*, Hamburgo: Buske.
- FÒNAGY, Ivan (1983), *La vive voix*, París: Payot.

- GÉLINAS-CHEBA T, Claire y CHEBAT, Jean-Charles (1991), «Effects of two voice characteristics on the attitudes toward advertising messages», *The Journal of Social Psychology*, vol.132, nº4, pp.447-459. <https://doi.org/10.1080/00224545.1992.9924724>
- GÉLINAS-CHEBAT, Claire, CHEBAT, Jean-Charles, BOIVIN, Robert (1999), «Impact of male and female voice cues on consumers' attitudes in telemarketing», en OHALA, John J. (Ed.), *Proceedings of the 14th International congress of phonetic sciences*, Berkley: University of California, pp.1577-1580.
- GÉLINAS-CHEBAT, Claire, CHEBAT, Jean-Charles, VANINSKY, Alexander (1996), «Voice and advertising: effects of intonation and intensity of voice on source credibility, attitudes toward the advertised service and the intent to buy», *Perceptual and Motors Skills*, vol.83, nº1, pp. 243-262. <https://doi.org/10.2466/pms.1996.83.1.243>
- KRAMER, Ernest (1963), «Judgment of personal characteristics and emotions from nonverbal properties of speech», *Psychological Bulletin*, vol.60, nº4, pp.408-420. <https://doi.org/10.1037/h0044890>
- LIPPI-GREEN, Rosina (2012), *English with an Accent: Language, Ideology and Discrimination in the United States*, Londres: Routledge.
- MARRERO, Zachariah N.K., GOSLING, Samuel D., PENNEBAKER, James W. y HARARI, Gabriella M. (2022), «Evaluating voice samples as a potential source of information about personality», *Acta Psychologica*, vol.230, nº103740. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103740>
- MARTÍNEZ TEJERINA, Anjana y SÁNCHEZ MARTÍNEZ, Samantha (2019), «El doblaje de acentos extranjeros y regionales en *Los Simpson*», en PÉREZ L. DE HEREDIA, María e HIGES ANDINO, Irene (Eds.) *Multilingüismo y representación de las identidades en textos audiovisuales*, *MonTI Special Issue 4*, pp. 281-307.
- MARTÍNEZ, Hernán y ROJAS, Darcy (2011), «Prosodia y emociones: datos acústicos, velocidad de hablar y percepción de un corpus actuado», *Lengua y Habla*, vol.15, nº1, pp. 59-72.
- MAYORAL ASENSIO, Roberto (2001), «El espectador y la traducción audiovisual», en CHAUME, Frederic y AGOST, Rosa (eds.), *La traducción en los medios audiovisual*, Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume I, pp. 33-46.
- MECA, José Antonio (2014), *La sustancia de la voz*, Málaga: Ediciones Aljibe.
- OSGOOD, Charles E., SUCI, George J. y TANNENBAUM, Percy H. (1957), *La Medida del Significado*, Madrid: Editorial Gredos.
- PALENCIA, Rosa María (2002), «La influencia del doblaje audiovisual en la percepción de los personajes» [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona]. <https://www.tdx.cat/handle/10803/4105#page=74>
- PASCUAL BLASCO, Violeta (2021), «El doblaje de *factuals* como metodología innovadora para la resolución de deficiencias en comprensión lectora y expresión oral» [Trabajo Fin de Máster, Universidad Católica de Murcia]. https://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/5016/Pascual_Blasco_Violeta%20pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- PÉREZ-GONZÁLEZ, Luis (2014), *Audiovisual Translation: Theories, Methods an Issues*, Londres: Routledge.

- PERONA, Juan José (1993), «El ritmo de la expresión radiofónica» [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=143284>
- PRADO, Emili (1997), «El modelo acústico de credibilidad (MAC) de la voz en el marco de la gramática de la expresión fonética», *Memoria de la investigación PB93-0850 de la DGICYT*, Universidad Autónoma de Barcelona.
- RICHART, Mabel (2009), *La alegría de transformar: teorías de la traducción y teorías del doblaje audiovisual*, Valencia: Tirant lo blanch.
- RODERO ANTÓN, Emma (2001), «El tono de voz masculina y femenina en los informativos radiofónicos: un análisis comparativo», en LEX NOVA: Junta de Castilla y León, Dirección General de la Mujer e Igualdad de Oportunidades (eds.), *Mujeres, Hombres y Medios de Comunicación* (Vol. 2), Valladolid: Lex Nova, pp. 319-329.
- RODRÍGUEZ BRAVO, Ángel (2012), «Propuestas para una modelización del uso expresivo de la voz», *Zer. Revista de estudios de comunicación*, vol.7, nº13. https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec//handle/CONSEJO_REP/2513
- RODRÍGUEZ, Ángel (1989), «La construcción de una voz radiofónica» [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona]. <https://www.tdx.cat/handle/10803/4132;jsessionid=6966BDB724153606D97574EEE3177CDA#page=1>
- RODRÍGUEZ, Ángel (1998), *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*, Barcelona: Paidós.
- SCHAEFER, Pierre (1966), *Tratado de los objetos musicales*, Madrid: Alianza.
- SOTO, María Teresa (2008), «Efecto del tono de voz y de la percepción del rostro en la formación de impresiones sobre los hablantes mediáticos», *Comunicación y Sociedad*, nº10, pp. 129-161. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i10.1846>
- STRAND, Elizabeth (1999), «Uncovering the role of gender stereotypes in speech perception», *Journal of language and social psychology*, vol.18, nº1, pp. 86-99.
- TITZE, Ingo R. (1994), *Principles of Voice Production*, Nueva Jersey: Prentice Hall.
- WAGMEISTER, Elizabeth (2022a), «'The Kardashians' Becomes Hulu's Most-Watched Premiere in America (EXCLUSIVE) », *Variety*, abril.
- WAGMEISTER, Elizabeth (2022b), «'Money Always Matters': The Kardashians Tell All About Their New Reality TV Reign», *Variety*, abril.
- ZHANG, Zhaoyan (2017), «Mechanics of human voice production and control», *The Journal of the Acoustical Society of America*, vol. 140, nº4, pp. 2614-2635. <https://doi.org/10.1121/1.4964509>
- ZOGHAIB, Alice (2017), «The contribution of a brand spokesperson's voice to consumer based brand equity», *Journal of Product & Brand Management*, vol.26, nº5, pp.492-502.

ZUCKERMAN, Miron y DRIVER, Robert E. (1989), «What sounds beautiful is good: The vocal attractiveness stereotype», *Journal of Nonverbal Behavior*, vol. 13, pp.67-82. <https://doi.org/10.1007/BF00990791>