

## LA TRADUCCIÓN DEL HUMOR EN LOS MEDIOS AUDIOVISUALES DESDE UNA PERSPECTIVA TRANSCULTURAL. EL CASO DE *THE SIMPSONS*

JUAN JOSÉ MARTÍNEZ SIERRA  
UNIVERSITAT JAUME I

### 1. Introducción

Si bien, como diversos autores reconocen, el estudio de las cuestiones relacionadas con la traducción de textos audiovisuales no ha disfrutado hasta hace relativamente poco del interés que se merece, uno no tiene más que realizar una revisión, siquiera general, de la literatura escrita sobre este campo para darse cuenta de que en los últimos años la maquinaria académica ha sido comparativamente mucho más productiva que antaño en este ámbito. Con todo, son aún múltiples los aspectos que quedan por investigar.

Uno de dichos aspectos es, en nuestra opinión, la traducción del humor en los medios audiovisuales. Es cierto que existen estudios, como el de W. NASH (1985), centrados exclusivamente en el humor, o bien estudios centrados en la traducción del humor, como por ejemplo los trabajos de E. GILLIES (1997) o de D. CHIARO (1992). También lo es que existen trabajos cuyo enfoque se centra en la cuestión de la traducción del humor en textos audiovisuales. En este último grupo, baste citar la investigación llevada a cabo por P. ZABALBEASCOA (1993, 1994 ó 1996) o A. FUENTES (2001). No obstante, el lenguaje del humor es complejo, especialmente por su naturaleza cultural. Si a su dificultad intrínseca le añadimos las restricciones propias de las diferentes modalidades de traducción audiovisual, el cóctel resulta de una complejidad considerable. Por esta razón, dicha combinación todavía sugiere numerosas líneas de investigación.

El objetivo de este artículo es exponer los resultados de un estudio comparativo que llevamos a cabo en la primera mitad de 2000. Dado el creciente interés en el tipo de cuestiones afines al tema de dicho estudio, nos ha parecido procedente el poner en común sus objetivos y resultados.

De forma breve, el objetivo principal del estudio fue explorar desde una perspectiva pragmática y transcultural los procesos y técnicas seguidos en la traducción del inglés norteamericano al castellano de la popular serie televisiva *The Simpsons*, famosa entre otras cosas por su alto grado de comicidad. El estudio en todas sus etapas, desde los postulados teóricos pertinentes hasta la exposición de resultados, pasando por los planteamientos metodológicos y el análisis de un corpus como producto, fue recogido en el trabajo de investigación del Programa de Doctorado Interuniversitario *Traducción, Sociedad y Comunicación* de las Universidades de Granada y de la Jaume I de Castellón. Dicho trabajo está siendo en la actualidad objeto de un proceso de ampliación que, esperamos, fructificará en una tesis doctoral.

### 2. Justificación del estudio

España es uno de los mercados más importantes de la industria audiovisual estadounidense. Son numerosos los productos audiovisuales que anualmente llegan a nuestras pantallas, ya sean las de los cines o las de los televisores. Para ilustrar esta afirmación, baste citar unos datos que corresponden al año 1999 – año en el que se comenzó la investigación – pero que no difieren significativamente de los datos más recientes (ver Figura 1). Según la Sociedad General de Autores, 126 millones de personas acudieron a las pantallas de cine españolas en dicho año. Del taquillaje total, un 14,3% de los beneficios provinieron de películas españolas, mientras que un 65,1% lo hizo de películas estadounidenses. En ese mismo año, cuatro de las cinco películas más vistas en nuestro país habían llegado de Estados Unidos. La más exitosa fue *Star Wars Episode 1*, la cual consiguió recaudar unos 22 millones de euros. Según la misma fuente, los títulos de películas más alquiladas y vendidas en vídeo en 1999 compartían la procedencia de los grandes éxitos de taquilla.

Periodo: del 1 de enero al 31 de diciembre de 2001				
Orden	País	Recaudación	Espectadores	Nº Películas
1	ESTADOS UNIDOS	383.508.763,71 €	91.917.617	704
2	ESPAÑA	110.182.724,37 €	26.205.964	339
3	REINO UNIDO	53.387.571,76 €	12.614.283	126
4	FRANCIA	22.118.289,16 €	5.066.216	138
5	NUEVA ZELANDA	13.360.782,39 €	2.969.702	2

Figura 1. Nacionalidad de las películas exhibidas con mayor recaudación.  
(Datos obtenidos de la Secretaría de Estado de Cultura del Ministerio de Educación, Cultura, y Deporte).

Con estos datos en la mano, parecía oportuno y plenamente justificado realizar un estudio sobre la traducción de guiones de productos audiovisuales procedentes de la industria estadounidense que cada año llegan a nuestras pantallas. Ante las diferentes posibilidades que ofrecía tal tarea, decidimos centrar la investigación en algo más concreto. El objeto de estudio fue la serie televisiva *The Simpsons* y, desde una dominante perspectiva transcultural, la traducción al castellano de fragmentos humorísticos de dicha serie. Las razones principales por las cuales optamos por estudiar el humor son las ya señaladas en la introducción. Por una lado, la dificultad intrínseca, dada su naturaleza cultural, del humor, la cual contribuye a su vez a la dificultad de su traducción. Por otro, la convicción de que aún son numerosos los aspectos que quedan por investigar sobre esta cuestión.

Teniendo en cuenta el objetivo del trabajo a realizar, la serie ofrecía el terreno idóneo para el análisis, dado el alto número de chistes y situaciones cómicas – la gran mayoría de carácter cultural y, en no pocas ocasiones, altamente específico – que ofrece. Por otra parte, *The Simpsons* nos muestra un retrato estereotipado de una familia estadounidense de clase medio-baja, con lo que constituía un producto perfecto para una exploración de índole transcultural. Además, el hecho de que *The Simpsons* haya sido todo un éxito tanto en Estados Unidos como en España contribuyó a su elección.

### 3. Objetivos

Si el traductor debe trabajar con el lenguaje del humor, y dada la ya mencionada naturaleza cultural del mismo, parecía razonable asumir que dicho trabajo debería de realizarse desde una perspectiva intercultural o, más comúnmente, transcultural.

De forma esquemática, estos fueron los objetivos generales del estudio:

- Utilizando la pragmática como herramienta, investigar qué principios y técnicas de índole (trans)cultural habían guiado y ayudado a la traductora de la serie en la traducción del humor.
- Identificar posibles barreras (trans)culturales y, en caso de encontrarlas, examinar cómo dichas barreras habían sido trasvasadas por la traductora.
- Determinar si las diferentes experiencias culturales previas acumuladas por las dos (macro)culturas en cuestión habían influenciado de algún modo y, en caso afirmativo, de qué forma, las decisiones tomadas en el proceso traductor.
- Reflexionar sobre la polémica noción de *intraducibilidad*, en este caso, aplicada a la traducción del humor en *The Simpsons*.

### 4. Hipótesis

Estas son, brevemente, las hipótesis que sirvieron como punto de partida al desarrollo del estudio:

- Tomando como base la clasificación de tipos de chistes o *joke types*<sup>1</sup> de P. ZABALBEASCOA (1996), nuevos tipos deberían de ser propuestos para dar cabida a todas

<sup>1</sup> No es el deseo de este artículo entrar en reflexiones terminológicas en lo que respecta a este concepto, por lo que utilizaremos el término más comúnmente usado de *chiste*.

- las instancias de elementos humorísticos seleccionados ya que, *a priori*, dicha clasificación parecía carecer de ciertas categorías necesarias.
- Del mismo modo, y esta vez partiendo de una clasificación de problemas de traducción – a los que ella se refiere como dificultades de traducción – de A-M. LAURIAN (1992), habría que identificar y proponer nuevos tipos de problemas.
  - En ocasiones, podría producirse por parte de la traductora una manipulación del chiste en su versión en castellano para facilitar la comprensión del mismo a la audiencia de llegada.
  - La manipulación sugerida en el punto anterior podría, de hecho, tener como resultado la creación de un nuevo chiste, de modo que se podría dar la situación de que la audiencia de origen y la de llegada rieran en un idéntico punto cronológico si bien lo harían de un contenido diferente. Este cambio de tipo de humor podría incluso generar un cambio demográfico entre la audiencia original y la de llegada. Por otro lado, otros efectos de tal manipulación podrían propiciar una pérdida parcial o incluso total del chiste en la versión traducida.
  - De forma semejante, la no-manipulación de la referencia cultural de un chiste podría también tener como resultado el que dicho chiste pasara desapercibido por la audiencia de llegada.
  - Una referencia cultural podría ser tan específica que resultara desconocida o pasara inadvertida no sólo por los miembros de la audiencia de llegada, sino incluso por algunos miembros de la audiencia original.
  - El requerimiento por parte de algunos chistes de un mayor esfuerzo pragmático por parte de la audiencia de llegada no siempre iría unido a una mayor recompensa pragmática.
  - Una realidad *demasiado* cercana a la cultura de llegada como resultado de un proceso de adaptación *demasiado* domesticante, podría generar un producto artificial a los ojos de la audiencia de llegada.
  - Si bien en ciertos casos el elemento visual facilitaría la labor de traducción, en otros en cambio podría tener el efecto contrario.
  - Por último, la traducción del humor de *The Simpsons* y el tipo de soluciones adoptadas por la traductora obedecerían en la gran mayoría de los casos a una concepción de índole funcionalista (C. NORD 1991, 1997) de la labor traductora.

## 5. Metodología

Con el fin de poder crear un corpus aceptable para los objetivos en cuestión, tres episodios fueron seleccionados de modo aleatorio, si bien procurando que pertenecieran a tres temporadas diferentes. El material del que se dispuso fue únicamente las cintas de vídeo que contenían los episodios tanto en la versión original en inglés como en la doblada al castellano. Los tres episodios fueron: «*Treehouse of Horror III*» (1992), «*Cape Feare*» (1993), y «*Another Simpsons Clip Show*» (1994). Respectivamente, los títulos de las versiones traducidas fueron: «Especial Noche de Brujas III», «El cabo del miedo» y «Otro refrito de The Simpsons. Tema: Romanticismo».

A grandes rasgos, seguimos los siguientes pasos en el desarrollo del estudio si bien, en ocasiones, dos o incluso más pasos fueron dados de modo simultáneo:

- El primer paso fue crear un corpus de chistes tanto en su versión original como traducida. Tras diversos visionados de los episodios en ambas lenguas seleccionamos un total de 54 chistes. A esta selección le sucedió la tarea de transcribir los chistes en ambas lenguas. En los casos en los que se estimó oportuno en pro de una mejor comprensión del lector que no hubiese visto los episodios, la transcripción de ciertos chistes fue acompañada de una breve nota aclaratoria de índole contextual.
- El segundo paso lo constituyó la clasificación de los chistes de la versión original utilizando la clasificación tipológica de P. ZABALBEASCOA. Fue en este punto cuando se hizo obvio que ciertos ejemplos no tenían cabida en dicha clasificación, por lo que nuevos tipos adicionales fueron propuestos. El mismo procedimiento se siguió con la versión traducida de los chistes. Esta doble clasificación posibilitó la identificación de los cambios, totales o parciales, que en su tipología habían sufrido ciertos chistes, así como

la de los chistes que como consecuencia del proceso traductor se habían quedado por el camino de forma parcial o en su totalidad.

- Una clasificación similar, esta vez de problemas de traducción tomando como base la clasificación de A-M. LAURIAN, supuso un nuevo paso en el desarrollo del estudio. Aquí también la clasificación resultó insuficiente, por lo tuvimos que proponer nuevos tipos de problemas para dar cabida a todos los problemas de traducción que los chistes originales planteaban.
- El cuarto paso consistió en dividir los chistes originales en cuatro grupos: 1) los chistes que no habían sufrido ningún cambio de tipo tras la traducción, 2) los que habían sufrido un cambio total de tipo, 3) los que habían cambiado sólo de manera parcial y 4) los chistes que simplemente habían desaparecido como consecuencia del proceso traductor. Sólo los grupos 2, 3 y 4 – un total de 30 chistes – fueron seleccionados para ser sometidos a un análisis de naturaleza pluridisciplinar. Por un lado, cada chiste fue sometido a una exploración pragmática. Dicho examen permitió identificar tanto la información existente como la adicional (*existing/contextual assumptions* (D. BLAKEMORE 1992)), así como los diferentes reconocimientos de lo implícito (*contextual effects* (D. SPERBER y D. WILSON 1986)) en cada chiste. Esta fragmentación pragmática fue seguida de una reflexión primordialmente descriptiva sobre los aspectos culturales que se desprendían del proceso traductor. Aspectos tales como la intención del chiste original así como los posibles efectos en la audiencia de llegada fueron relevantes en este punto. Para ilustrar mejor esta fase del estudio, a continuación incluimos un ejemplo extraído al azar del grupo de los chistes que se perdieron en la traducción (grupo 4):

(1) *Example 4 (from «Treehouse of Horror III»)*

*Mr. Burns has captured King Homer. Now, he wants to show the giant ape to the world. He is explaining the journalists of what the show is going to consist.*

English version:

*Mr. Burns: Then we'll close with the ethnic comedy of Dugan and Dershowitz.*

Spanish version:

*Mr. Burns: Y luego cerraremos con la comedia étnica de Dugan y Dershowitz.*

Existing assumptions and background knowledge:

1. *Dugan and Dershowitz are typical names of Jewish comedians.*

Contextual assumptions:

1. *Dugan and Dershowitz remind the viewer of the Catskills, the New York Jewish resort area.*

2. *Dugan and Dershowitz call up the image of the good old days of Jewish comedians – that is, the 1930s through the 1950s approximately.*

Contextual effects:

1. *Pride at recognizing a cultural reference.*

2. *Reinforcement of the idea that Mr. Burns must be a very old person.*

3. *Incongruity of the idea that such a comic act may be part of a show in which the main attraction is a giant ape.*

About the translation:

*The names Dugan and Dershowitz are kept in the translated version. This solution automatically causes the humorous effect to vanish. These two names do not suggest anything in Co2<sup>2</sup>. Moreover, there is no concept of Jewish humor in Co2. Existing assumption 1 and contextual assumptions 1 and 2 are completely impossible in Co2. Co2 viewers need to make an extra processing effort, but no significant contextual effect is derived. This joke is not relevant in Co2. The humorous effect is completely lost.*

---

<sup>2</sup> La abreviación Co2, tal y como se explica más adelante, hace referencia a la cultura de llegada.

- El trabajo concluyó con una reflexión global de los resultados obtenidos con el fin de proporcionar respuestas a las cuestiones que el estudio inicialmente planteaba.

## 6. Cambios y adiciones realizados a la clasificación de tipos de chistes de P. ZABALBEASCOA

Antes de exponer los cambios y adiciones realizados a esta clasificación, se hace necesaria una precisión terminológica. El término *cultura* puede resultar demasiado general, por lo que a lo largo del estudio se prefirió el uso de los términos *comunidad 1* (Co1) para referirnos a la cultura de origen y *comunidad 2* (Co2) para hablar de la de llegada. Como *comunidad* entendimos cualquier grupo cultural – ya fuera mayoritario o minoritario o incluso una especie de grupo intercultural formado por una combinación de individuos de diferentes jurisdicciones culturales – cuyos miembros compartieran una referencia o elemento cultural. Esta consideración terminológica no tuvo como objeto el iniciar una polémica o el entrar en una discusión sobre la terminología que se sigue en el campo de los estudios (inter)culturales, sino simplemente el de dar constancia de que la audiencia de un determinado programa televisivo no tiene por qué ser homogénea al 100%. Por ello usamos el término *comunidad* – cercano al de *microgrupo*, término usado por otros autores, como por ejemplo L. SANTAMARIA (2001) – para referirnos a una sección de una determinada macrocultura que comparte un elemento cultural. Es decir, el único requisito para pertenecer a una comunidad sería el de compartir una referencia cultural con los otros miembros. Para *coger* un chiste hay que poseer, en términos pragmáticos, cierto conocimiento compartido. De ahí que aquellos que no lo posean no entiendan el chiste aunque pertenezcan al mismo grupo cultural, y que lo que tenga sentido en una microcultura no necesariamente lo tenga en otra. De este modo, al utilizar el término *comunidad*, el estudio se refirió exclusivamente a aquellos miembros – ya fuera de la cultura de origen o de la de llegada – con el conocimiento compartido necesario para entender un chiste, aunque dicho conocimiento no siempre implicara el éxito del mismo.

P. ZABALBEASCOA distingue los siguientes tipos de chistes: *international o binational jokes*, *national-culture-and-institutions jokes*, *national-sense-of-humor jokes*, *language dependent jokes*, *visual jokes*, y *complex jokes*. Estos son los cambios y adiciones que esta clasificación sufrió:

- P. ZABALBEASCOA define los *international o binational jokes* como aquellos chistes en los cuales el efecto cómico no depende ni de un juego de palabras específico de la lengua ni de la familiaridad con ciertos aspectos específicos de la cultura de origen (1996: 251). Nuestro estudio mantuvo esta categoría en su definición, si bien el término *nacional* fue sustituido por el de *cultural* en aras de evitar cualquier connotación de naturaleza política.
- La segunda categoría, los *national-culture-and-institutions jokes*, también sufrió un cambio de orden terminológico. Según P. ZABALBEASCOA, en este grupo se hace necesario adaptar las referencias nacionales, culturales o institucionales del original para mantener el efecto humorístico en la audiencia de llegada (1996: 252). En nuestro estudio se prefirió el término *community-institutional jokes*. De nuevo, se descartó el uso del término *nacional* por sus posibles connotaciones políticas. El término *comunidad* se usó por las razones comentadas al inicio de esta sección. Así, esta categoría fue entendida para dar cabida a los chistes que hicieran necesario en su traducción la adaptación del nombre o el título de una persona de la calle, un artista, una celebridad, un político, una organización, un edificio, un libro, un periódico, un musical, una película, un programa de televisión, o cualquier otra entidad similar. La referencia a dichas entidades podría ser tanto explícita como implícita.
- La siguiente categoría es la de *national-sense-of-humor jokes*. Con ella, P. ZABALBEASCOA se refiere a aquellos chistes cuya temática es aparentemente más popular en ciertos países o comunidades que en otros y que constituyen un tipo de tradición o de marco intertextual de entendimiento (1996: 252). De nuevo, el término *nacional* fue eliminado y el de *comunidad* utilizado. Así, esta categoría fue rebautizada como *community-cultural jokes*. Esta categoría incluye, tal y como P. ZABALBEASCOA indica, aquellos chistes cuyos temas parecen ser más populares en ciertas comunidades que en otras. Pero además, esta categoría fue ampliada para dar cabida a aquellos chistes que no

- dependen de los mismos tipos de referencias específicas de los *community-institutional jokes*, sino que se basan en «the deposit of knowledge, experience, beliefs, values, attitudes, meanings, hierarchies, religion, notions of time, roles, spatial relations, concepts of the universe, and material objects and possessions acquired by a group of people in the course of generations through individual and group striving» (L. A. SAMOVAR y R. E. PORTER 1997: 12-13); es decir, en la cultura en su sentido más general.
- El siguiente grupo, el de los *language dependent jokes*, contempla aquellos chistes que basan su efecto en los rasgos de las lenguas naturales (P. ZABALBEASCOA 1996: 253). Esta categoría no sufrió modificación alguna.
  - Los *visual jokes* constituyen la quinta categoría. Aquí, P. ZABALBEASCOA discrimina entre el humor que se deriva únicamente de lo que uno puede ver en la pantalla y el tipo de chiste que, aunque parezca enteramente visual, es de hecho la versión visualmente codificada de un chiste lingüístico (1996: 253). Sin embargo, esta categoría no parece considerar aquellos chistes que combinan elementos visuales – lo que vemos en pantalla – y lingüísticos. De ahí que, sin descartar la categoría de los *visual jokes*, una nueva categoría fuera propuesta: los *visual-linguistic jokes*. Esta categoría incluiría el humor derivado de la combinación de un mensaje – hablado o escrito – codificado lingüísticamente y un elemento visual.
  - P. ZABALBEASCOA propone la categoría de los *complex jokes* para dar cabida a aquellos chistes que constituyan una combinación de dos o más de los tipos que plantea (1996: 254). Este grupo tampoco sufrió cambios.
  - Por último, dado que la clasificación de P. ZABALBEASCOA no parecía contemplar el humor derivado de elementos paralingüísticos tales como un acento extranjero, un tono de voz, o la imitación de la forma de hablar de una celebridad, otra nueva categoría tuvo que ser propuesta: los *paralinguistic jokes*. Todos estos son elementos que ciertamente añaden información al mensaje y que pueden producir humor por sí mismos.

## 7. Cambios y adiciones realizados a la clasificación de problemas de traducción de A-M. LAURIAN

A-M. LAURIAN ofrece una clasificación de los problemas a los que un traductor se enfrenta a la hora de traducir un chiste (1992: 113-24). A-M. LAURIAN identifica problemas de tipo fonético, léxico, morfológico y de conocimiento social.

Esta clasificación se mostró insuficiente a la hora de dar cuenta de todos los tipos de problemas que fueron detectados tras la creación del corpus. De ahí que dos nuevos tipos de problemas tuvieran que ser propuestos para, principalmente, dar cabida a problemas producidos por las características del texto audiovisual. Los dos nuevos tipos fueron:

- Problemas visuales. En un texto audiovisual no parece productivo analizar únicamente la parte lingüística. El elemento visual ha de ser tenido en cuenta. De hecho, el elemento visual puede producir humor por sí mismo, y por ello propusimos esta categoría. Si bien en muchas ocasiones el elemento visual puede ser de gran ayuda al traductor, en otras tantas puede constituir un elemento problemático.
- Problemas paralingüísticos. Al igual que ocurre con los elementos visuales, los paralingüísticos no pueden ser obviados, y serán en muchas ocasiones fuente de problemas a la hora de traducir.

## 8. Resultados y conclusiones

De un modo esquemático, los siguientes son los principales resultados obtenidos así como las conclusiones más importantes a las que se llegaron:

- Se identificaron nuevos tipos de chistes y de problemas.
- Más del 50% de los chistes experimentaron algún cambio de tipo como consecuencia del proceso traductor. En todos los casos en los que se había producido algún cambio de tipo, las categorías *community-institutional* y *community-cultural* o bien desaparecieron o bien se transformaron en *bicultural*. Excepto en uno, en todos los casos en los que el chiste se había perdido completamente tras la traducción la categoría *community-institutional* estuvo siempre presente en la versión original.

- La versión estadounidense de *The Simpsons* basa sensiblemente su humor en referencias culturales altamente específicas de su cultura. Dichas referencias se conservan a menudo en la versión traducida, lo que hace que en numerosas ocasiones pasen desapercibidas por la audiencia de llegada si ésta carece del conocimiento previo del mundo necesario. Ésta podría ser una de las razones por las que la audiencia de esta serie en los EE.UU. esté principalmente compuesta por gente adulta – poseedora, en principio, de un mayor conocimiento previo del mundo – mientras que en España su audiencia presenta una media de edad menor y está formada mayoritariamente por niños y adolescentes – por tratarse en la versión traducida de un humor más visual y menos exigente desde un punto de vista cognitivo. Con esto se demostraría que el tipo de humor utilizado en un programa influye en el tipo de audiencia del mismo.
- El estudio confirmó que la naturaleza cultural del humor puede hacer del trabajo del traductor una tarea complicada. Tal y como se apuntaba en la introducción, el trabajo es aún más difícil si a la dificultad intrínseca de la traducción del humor se le añade algún otro tipo de problema ya sea lingüístico, paralingüístico o visual, o incluso una combinación de todos. De ahí que el traductor deba estar bien preparado para ser capaz de enfrentarse con garantías de éxito a instancias de la índole que nos ha ocupado. Dicha preparación, obviamente, no deberá limitarse a una excelente competencia bilingüe, sino que deberá comprender también un apropiado grado de biculturalidad o competencia en las dos culturas en juego. Después de todo, difícilmente podemos traducir el humor si éste no se detecta.
- En el trabajo se mostró que, en aquellos ejemplos en los que una referencia cultural es tan específica – incluso hasta el punto de discriminar entre los miembros de la cultura de origen – que hace imposible el encontrar un equivalente acorde, el nivel lingüístico puede ser trasvasado para evitar la intraducibilidad. La perspectiva funcionalista parece ser apropiada en estos casos ya que, si entendemos que lo que se ha de traducir es la intención o *purpose* – en este caso el efecto humorístico – y no tanto la forma y ni siquiera el contenido, el abanico de posibilidades se abre sensiblemente. La adaptación o incluso la creación de un nuevo chiste cobran entidad como soluciones plausibles. Ahora bien, esta táctica conlleva que en ocasiones la audiencia de origen y la de llegada rían en un mismo punto cronológico aunque por razones distintas. En caso de optar por soluciones tales como la adaptación del contenido cultural del chiste original o la creación de un nuevo chiste en la lengua de llegada, nuestro trabajo pareció sugerir que el traductor debería de acometer su trabajo con una cierta dosis de precaución. Si, desde un punto de vista cultural, se adapta demasiado y se ofrece una versión demasiado domesticante – es decir, una versión muy adaptada a la realidad de la lengua de llegada e incluso alejada de la de origen – el resultado podría ser contraproducente dado que dicha versión podría constituir un elemento artificial a los ojos – y oídos – de la audiencia de llegada. Esa artificialidad podría por sí misma ser entendida como el resultado de una traducción poco acertada. En el caso de *The Simpsons*, de hecho, esta posibilidad parece estar tenida muy en cuenta, ya que hay una clara tendencia a recurrir a soluciones de tinte extranjerizante – soluciones que mantienen las realidades y referentes de la cultura de origen – incluso si ello provoca en ocasiones la pérdida del efecto humorístico. No hay que olvidar, sin embargo, que en ocasiones las técnicas domesticantes pueden ser adoptadas por especificación directa del cliente, y no por la convicción del traductor.
- Pese a lo especificado en el punto anterior, el estudio nos permitió encontrar algún ejemplo que realmente desafía todo lo expuesto. Son ejemplos en los que la combinación de elementos lingüísticos, paralingüísticos, visuales y de naturaleza cultural verdaderamente hace que el encontrar una solución eficaz – incluso desde un posicionamiento funcional – sea una labor que *a priori* parezca imposible.
- Finalmente, es también importante puntualizar que lo que en principio podría parecer una traducción poco afortunada, que en este caso la constituiría una traducción de un chiste que no produzca risa en la audiencia de llegada, no siempre será el resultado de una deficiente labor del traductor. En ocasiones, será una deficiencia en el conocimiento previo del mundo que la audiencia posee lo que provocará que un chiste pase desapercibido.

## Bibliografía

- BLAKEMORE, DIANE, *Understanding Utterances*, Massachusetts, Blackwell Publishers, 1992.
- CHIARO, DELIA, *The Language of Jokes: Analyzing Verbal Play*, London/New York, Routledge, 1992.
- FUENTES, ADRIÁN, «Estudio empírico sobre la recepción del humor audiovisual», en LORENZO, L. y PEREIRA, A. M<sup>a</sup>. (eds.), *Traducción subordinada (II): El subtítulo*, Vigo, Universidad de Vigo, 2001, 69-84.
- GILLIES, EVA, «¿El humor es traducible?», *Alba de América: Revista Literaria*, 15, 1997, 352-359.
- LAURIAN, ANNE-MARIE, «Possible/Impossible Translation of Jokes», *Humor: International Journal of Humor Research*, 5, 1992, 111-127.
- NASH, WALTER, *The Language of Humor*, London/New York, Longman, 1985.
- NORD, CHRISTIANE, *Text Analysis in Translation*, Amsterdam, Rodopi, 1991.
- *Translating as a Purposeful Activity*, Manchester, St. Jerome, 1997.
- SAMOVAR, LARRY A. y PORTER, RICHARD E. (eds.), *Intercultural Communication*, New York, Wadsworth/Peter Lang, 1997.
- SANTAMARIA, LAURA, «Culture and Translation. The Referential and Expressive Value of Cultural References», en CHAUME, F. y AGOST, R. (eds.), *La traducción en los medios audiovisuales*, Castellón de la Plana, Universitat Jaume I, 2001, 159-164.
- SPERBER, DAN y WILSON, DEIRDRE, *Relevance: Communication and Cognition*, Cambridge, Harvard U.P., 1986.
- ZABALBEASCOA, PATRICK, *Developing Translation Studies to Better Account for Audiovisual Texts and Other New Forms of Text Production*, Tesis Doctoral presentada en el Departament de Filologia de la Facultat de Lletres de la Universitat de Lleida, 1993.
- «Factors in dubbing television comedy», en *Perspectives. Studies in Translatology*, 1, 1994, 89-100.
- «Translating Jokes for Dubbed Television Situation Comedies», en DELABASTITA, D. (ed.), *The Translator: Studies in Intercultural Communication*, Manchester, St. Jerome, 1996a, 235-257.
- «La traducción de la comedia televisiva: implicaciones teóricas», en BRAVO, J. M. y FERNÁNDEZ NISTAL, P. (eds.), *A Spectrum of Translation Studies*, Valladolid, Universidad de Valladolid, 1996b, 173-201.