



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Grado en Traducción e Interpretación

Trabajo Fin de Grado

La traducción del humor en el mundo digital

Una aproximación a los *memes* de Internet

Autora: Ane Esnal Gofinondo

Directora: Reyes Bermejo Mozo

Madrid, junio 2019

Índice

1. INTRODUCCIÓN	3
1.1. Finalidad y motivos	3
2. MARCO TEÓRICO	5
2.1. ¿Qué son los memes? Aparición y proliferación	5
2.2. La jerga juvenil	6
2.3. Características de los <i>memes</i> : préstamos, extranjerismos e intertextualidad	11
2.4. El humor	13
2.4.1. Tipología del humor	13
2.4.2. ¿Cómo traducir el humor? Técnicas de traducción	15
2.5. ¿Cómo traducir los memes?	19
3. ANÁLISIS	21
3.1. Propuestas de traducción	21
3.1.1. Chistes internacionales	21
3.1.2. Chistes culturales-institucionales	23
3.1.3. Chistes nacionales y sentido del humor nacional	25
3.1.4. Chistes lingüísticos-formales	28
3.1.5. Chistes no verbales	30
4. CONCLUSIONES	33
5. BIBLIOGRAFÍA	36

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Finalidad y motivos

Si hoy en día observamos las interacciones de los jóvenes en las redes sociales, nuestra conclusión sería que gran parte de esta actividad se basa en el intercambio de pequeños chistes con formato de imagen, lo que se conoce como *memes*. El *meme* es un elemento de humor que circula por Internet y las redes sociales. Siendo el componente creativo de la traducción audiovisual el factor sobre el que más nos motivaba investigar, hemos decidido tomar los *memes* de Internet como el elemento central de nuestro trabajo. La creatividad que emana de la jerga juvenil y su dinámica era uno de los temas que más nos interesaba investigar. Asimismo, el creciente protagonismo de los *memes* en la comunicación diaria de los jóvenes abría la puerta a un posible análisis sobre estrategias de traducción del humor aplicadas al concepto de *meme*.

En primer lugar, sentíamos curiosidad sobre el porqué del lenguaje «bilingüe» de las redes sociales, previo a esta investigación nos parecía que los jóvenes utilizan una jerga en la que se incluyen muchísimos anglicismos y préstamos, incluso parece que existen jóvenes que los utilizan sin tan siquiera hablar inglés. ¿Por qué se utilizan con frecuencia términos como «thanks god it's Friday», «FOMO (fear of missing out)», «goals» o «shippeo»? A priori, nos parece que en los noventa se utilizaba más la domesticación y en cambio ahora predomina la globalización como estrategia de traducción en los materiales para jóvenes, por lo que una de las cuestiones a resolver sería entender qué estrategias se siguen en la traducción del material audiovisual de Internet y el porqué de esa elección.

Por otra parte, desde el principio quisimos ahondar en el tema del humor en la traducción audiovisual, y profundizar en la relación entre el humor y la cultura y la metodología que se utiliza para conseguir transmitir una escena graciosa de un idioma a otro.

Más allá de la traducción del humor en sí, el *meme* tiene un carácter global, ya que muchos de ellos son idénticos en varios idiomas, aunque también hay otros que son propios de la cultura local, ya que se hace referencia a realidades concretas o bromas que quizás solo se entiendan en un determinado lugar. Por tanto, parece que el papel del traductor cobra una importancia mayor, ya que tiene que actuar

como mediador intercultural, ¿es realmente así? Nuestro análisis pretende concluir si el traductor ha de ser el encargado de conectar las realidades de dos culturas diferentes y, consecuentemente, adecuar el mensaje de la lengua origen a la lengua meta.

En principio, nos da la impresión de que el *meme* plantearía dos posibles vías de actuación: la de la adaptación cultural o la de la globalización, que aboga por un mantenimiento de las estructuras de la lengua origen, ya que se comprenden de manera correcta en la lengua meta: ¿es esta hipótesis correcta? ¿existe una sola estrategia que se aplique por igual a todas las situaciones o, por el contrario, cada situación comunicativa requiere de una adaptación única de la estrategia global?

En definitiva, este trabajo surge de un interés de plantear una hipótesis para entender las implicaciones culturales de los memes y para saber cómo traducir la carga irónica y humorística que contienen los *memes* de internet adecuándose a cada cultura. Asimismo, se pretende resolver cuestiones como: ¿cuáles son las estrategias que se adoptan para la traducción de *memes*? ¿Utilizan los jóvenes expresiones en inglés aunque no las entiendan? ¿Cómo se traslada la carga cultural y humorística del *meme* de un idioma a otro?

Por tanto, de alguna forma, este trabajo pretende contribuir de manera humilde a los estudios de traducción audiovisual aplicados más concretamente a internet y las redes sociales. Abarcar el desarrollo total de una teoría de traducción sobre *memes* sería un proyecto muy ambicioso para nosotros, dada la limitación de nuestro trabajo, por lo que se busca resolver las incógnitas de las preguntas formuladas anteriormente y, si fuera posible, redactar una serie de estrategias de traducción de *memes* que podrían ser la base de futuros estudios.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ¿Qué son los memes? Aparición y proliferación

La globalización es un fenómeno que afecta a multitud de ámbitos y procesos. La globalización del mercado cultural y de la comunicación internacional ha hecho que se genere una cultura propia con elementos distintivos y significativos, tales como los *memes*. Los llamados *memes* de internet son el nuevo objeto de culto entre los jóvenes (Botella Tejera, 2017). Se trata de una nueva forma de expresión que se divulga de forma natural por la red, aunque también encontramos medios de comunicación convencionales que les dedican un espacio, como la sección *Verne* del diario *El País*. En principio un meme se podría describir como una ilustración acompañada de una frase o ironía que se generan a raíz de un acontecimiento sorprendente o que suscita atención, es decir, chistes visuales. Sin embargo, son más que eso, ya que están contribuyendo a articular el discurso público en la actualidad y se utilizan para conformar o reflejar estados de opinión (Shifman, 2014). Además, traspasan de alguna manera la dimensión lúdica, que es su ámbito original, e invaden el ámbito ideológico y político debido a una intención propagandística (Ruiz Martínez, 2018). Los *memes* reúnen alguna de las principales características de la comunicación en la cultura digital, ciertos aspectos ya mencionados anteriormente, como los préstamos o las ironías.

No obstante, es necesario comprender primero qué es un *meme* de internet. El concepto de *meme* aparece por primera vez en la obra de Richard Dawkins *El gen egoísta*. Un *meme* sería un concepto metafórico que hace referencia a un gen cultural, es decir, el equivalente al gen biológico: una unidad de cultura capaz de transmitirse y sobrevivir en un determinado ecosistema social, sufrir mutaciones, conjugarse con otros *meme* para formar unidades culturales más complejas, o llegar a extinguirse (Dawkins, 1993). Como dice Ruiz Martínez, un ejemplo sencillo de *meme* serían «los refranes o los chistes, que se transmiten y perduran a través de generaciones y pueden sufrir actualizaciones o parodias». Podríamos decir, por tanto, que el *meme*, siendo un gen cultural, puede asociarse a determinadas imágenes «icónicas», que son ampliamente reconocibles y sujetas además a variaciones, modificaciones y parodias con intenciones diversas (Ruiz Martínez, 2018). El término acuñado por

Dawkins es el origen de lo que hoy conocemos como los *memes* de internet o simplemente *memes*.

Davidson define un *meme* como «*a piece of culture, typically a joke, which gains influence through online transmission*» (Davidson, 2012). La pieza cultural a la que hace referencia Davidson puede variar dependiendo de la situación que hace que se construya el *meme*. Las características básicas del *meme* por tanto son: un elemento cultural, un componente humorístico, irónico o ingenioso, y el hecho de que se crean para difundirse «les confiere enormes posibilidades de extenderse con rapidez, y en su potencial para lograrlo se cifra su éxito, esto es, su sentido de la oportunidad en relación a un contexto, a su capacidad para reflejar o responder a una realidad social» (Ruiz Martínez, 2018).

Aunque el origen del término se remonte a la obra de Dawkins, el verdadero origen del uso de los *memes* que se difunden por internet es incierto, anónimo y popular. Shifman los compara con cuentos populares, que no tienen autoría ni cita, y de los que los receptores se apropian y reproducen a su manera (Shifman, 2014). Si bien los cuentos populares se difundían a través del boca a boca, los *memes* se propagan por internet, especialmente por las redes sociales, que se asemeja a las situaciones comunicativas que tenemos en espacios cotidianos y jocosos, entre amigos, familia...

Técnicamente, Shifman afirma que un *meme* es una estructura que consiste en una imagen fijada acompañada de un texto inserto en esta (Shifman, 2014). Un *meme* tiene una forma, una estructura reconocible y una estructura comunicativa que los emisores encuentren útil, ya que es precisamente la característica de la comunicabilidad la que garantiza su difusión (Davidson, 2012).

En el caso de internet, el *meme* es un elemento de la cultura digital compartida, que se reproduce con gran facilidad y con posibilidad de variar y competir.

2.2. La jerga juvenil

Los memes surgen del caldo de cultivo que son las redes sociales. Los jóvenes interactúan de manera constante en aplicaciones como *Instagram* o *Whatsapp* y comparten y difunden los pequeños chistes con formato de imagen que conocemos

como *memes*. El hecho de que se difundan por Internet y sean los jóvenes precisamente los que más los utilicen hace necesario la profundización en la jerga juvenil y el argot que estos jóvenes emplean en su comunicación diaria. Los *memes* y las redes sociales aúnan el argot juvenil con las bromas y chistes sobre actualidad, por lo que es importante valorar y describir cómo es la jerga juvenil actual.

Para analizar el origen de la jerga juvenil y analizar sus rasgos más característicos se ha tomado el resumen que elaboraron las filólogas Carmen Herrera, María Manjavacas Ramírez y Yolanda Tejado sobre el seminario «el español de los jóvenes» de la Fundéu BBVA y la Real Academia Española celebrado en San Millán de la Cogolla en abril de 2008. Es importante destacar que, aunque el seminario tiene más de 10 años de antigüedad, resalta aspectos fundamentales que caracterizan la jerga juvenil, y si bien esta jerga ha evolucionado y las expresiones utilizadas hoy en día son diferentes, existen rasgos generales comunes que siguen vigentes en el lenguaje actual.

En dicho seminario se reunieron filólogos, escritores y guionistas para debatir sobre los rasgos de las jergas juveniles, especialmente desde la entonces incipiente irrupción de las nuevas tecnologías como Internet y los teléfonos móviles. En aquel momento, y a modo de resumen, se resaltaba el crecimiento del fenómeno de la jerga juvenil pero también la fugacidad, ya que se subrayaba que las modas lingüísticas rara vez se prolongan más allá de una generación (Herrera, Manjavacas Ramírez, & Tejado, 2008).

En este aspecto, los expertos tenían razón, ya que la mayor parte de las estructuras «de moda» ya no se utilizan hoy, o suenan a «viejuno». Sin embargo, la jerga juvenil no ha desaparecido, al contrario, ha evolucionado, y quizás hoy es todavía más ininteligible y exclusiva de los grupos juveniles. Es precisamente esta evolución la que marca la diferencia entre el lenguaje de los jóvenes de hace diez años y los de hoy, incluyendo la paralela evolución de las nuevas tecnologías: internet y los teléfonos móviles, a las que habría que sumar las redes sociales.

Pero volviendo atrás, es importante hacer constar esos rasgos definitorios de la jerga juvenil que se recopilaban en el seminario de «el español de los jóvenes». El español es hoy la segunda lengua más hablada en el mundo y es una lengua viva y

en continuo movimiento, por tanto, experimenta una renovación constante de las jergas y lenguas especializadas, como el lenguaje juvenil, que se caracteriza por su creatividad, originalidad e ingenio. Los jóvenes emplean una variedad lingüística propia: la jerga juvenil, que surge entre iguales, y que se utiliza en situaciones de comunicación no formales y, sobre todo, orales (Herrera, Manjavacas Ramírez, & Tejado, 2008).

Las autoras resaltan la fugacidad que mencionábamos anteriormente, la jerga de los jóvenes es propia de la edad y no de la cultura, porque los hablantes abandonan el lenguaje juvenil a medida que maduran.

«A pesar de que el origen de la jerga juvenil no está muy definido, existen razones para la creación de ese lenguaje, como el interés de los jóvenes por crear un código diferente al del adulto que marque el límite de edad; elaborar un lenguaje con el que identificarse y la intención de manifestarse de una forma lúdica con la diversión que ello conlleva» (Herrera, Manjavacas Ramírez, & Tejado, 2008).

Es precisamente esta intención de manifestarse de forma lúdica la que marca la aparición y proliferación de los *memes*, elemento central del trabajo y que será analizado más adelante.

La jerga juvenil se crea a través de múltiples procedimientos lingüísticos como préstamos, cambios semánticos, asociaciones fonéticas, creaciones morfológicas... Es precisamente esta naturaleza diversa y heterogénea lo que realmente forja el carácter de jerga lingüística. En el seminario se hace referencia a diferentes procedimientos lingüísticos para la formación de la jerga juvenil, como:

- Préstamos
- Cambios semánticos: palabras con significados diferentes al original mediante la metáfora o la ironía: *salir de caza* (a ligar) o *estar colgado* (referido al amor o al vicio)
- Asociaciones fonéticas: *soy vikingo porque no repito un domingo, soy berberecho porque solo me falta el estrecho*; o la reinterpretación de siglas: Adidas (asociación de idiotas dispuestos a suicidarse/suspender) o PCE, (pequeños cabreados y esparcidos).

- Creaciones morfológicas: creación de sufijos en -ata, -eta, -ote (*porreta, segurata, curreta, sociata, buseto, careto...*); derivados propios: *piños, hostia, fostiar, truño, pasar, cantar, dar el cante; acortamientos: depre, piti, tranqui, bakalas, tuto* (instituto); deformaciones lúdicas: *jambre, travelos, sinsen (Sanse), gilipón, joplás, ¿qué paisa? ¿a que joribia?, cumpletacos*, etc.
- Léxico de otras jergas: como las del mundo de la drogadicción: *pavo, mono, pollo...*; del gitano: *churumbel, parné, molar, piltra...*; del militar: *fusil* (novia del soldado), *quinto...*; del cheli: *vasca, peña, tronco, to' dios...*; del homosexual: *bolliscouts* (lesbianas que salen a ligar), maricómetro, hacer *un finger*...
- Extranjerismos: especialmente al inglés: *family, money, luk, glamur, supermanes*, etc., y a creaciones a partir de sufijos de otros idiomas con terminaciones del tipo *-ation, -ing, -eitor: communication, edredoning, nomineitor*, etc.
- Neologismos: mediante la creación de adjetivos calificadores, sustantivos, locuciones de todo tipo, pero sobre todo de verbos: *pallar* ('el móvil que marca mal'), *estar pallao* ('estar para allá'), *pajarse, pisonearse, echar la peta* (la bronca), *columpiarse, tirarse el folio, chinarse, quedar tuti, ansiarse*; enunciados o frasecillas: *la dieta del cucurucho: comer poco y follar mucho*; formas híbridas: *porfaplis, flipotear, person* (como personaje y no como persona).
- Sinónimos que funcionan como eufemismos: por ejemplo, para la palabra *pene* se emplea *cola, cipote, mango, minga, manguera, miembro, pistola, chorra*, entre otros.

Es cierto que todas estas características, como concepto, se mantienen, aunque muchas de estas expresiones son ya caducas o han sido sustituidas.

La jerga juvenil es un lenguaje de contexto, por lo que para entenderlo debemos estar o formar parte de él. Para ello, hay que tener en cuenta las rutinas lingüísticas de los jóvenes, el ocio, la familia y los amigos, lo que está prohibido, los sentimientos amorosos y sociales, la libertad para expresar lo que sienten, la

discoteca (*putivuelta, follamigos, meter el cuello, manquearse, carne nueva, chico estuche*) (Herrera, Manjavacas Ramírez, & Tejado, 2008).

Una de las características de la jerga juvenil, ayer y hoy, es que está directamente relacionada con las nuevas tecnologías de la comunicación. En el seminario de «el español de los jóvenes» se hablaba de chats, SMS, correos electrónicos, hoy se podrían mencionar *WhatsApp, Instagram* o *Snapchat*, entre otros. En estos canales de comunicación destacan la expresividad y la comunicación fáctica, y es donde se mantiene el contacto permanente entre iguales (Herrera, Manjavacas Ramírez, & Tejado, 2008). Como defiende Hernández Alonso, esta jerga tiene su mecanismo de difusión y potenciación: los medios de comunicación (Hernández Alonso, 1991).

Es precisamente en estos canales de comunicación donde aflora este lenguaje particular. Se dota a las conversaciones virtuales de una fuerte carga de oralidad, es decir, se utilizan todo tipo de estrategias conversacionales que se corresponden con la forma de hablar: intensificadores, creaciones léxicas, onomatopeyas, interjecciones, fórmulas para emitir la comunicación no verbal... que funcionan en el discurso potenciando la expresividad de la conversación al tiempo que es lúdico (Herrera, Manjavacas Ramírez, & Tejado, 2008).

En el seminario internacional «el español de los jóvenes» se resaltó la necesidad que tienen los jóvenes de comunicarse, especialmente en la era de la información y de las tecnologías cibernéticas. Por ello, y por la tendencia natural que los jóvenes sienten por diferenciarse de los adultos, se crea una forma propia de expresión -más creativa, libre, expresiva y afectiva- que, a menudo, se aleja demasiado de la norma y empobrece el mensaje y la forma de lo que se dice (Herrera, Manjavacas Ramírez, & Tejado, 2008).

Sin embargo, otros autores afirman que los jóvenes saben diferenciar cuándo utilizar la jerga juvenil, ya que al encontrarse en ambientes distintos sí utilizan automáticamente la norma estándar, salvo en algún tic lingüístico ya generalizado y admitido. Esto indica que los propios jóvenes son conscientes de que su expresión específicamente juvenil no es más que una variante admitida en determinados ambientes y ocasiones. Se trata, pues, con todas las reservas necesarias, de una

situación de «diglosia» y no de bilingüismo, que sería su objetivo y anhelo (Hernández Alonso, 1991).

Surge, por tanto, un debate en torno al beneficio, o la falta de este, que este lenguaje proporciona a los jóvenes. Por un lado, puede enriquecer, ya que se crea un código de comunicación reservado para ciertas situaciones comunicativas, y por el otro, el lenguaje juvenil puede llegar a empobrecer, ya que es incorrecto y denota falta de educación lingüística y léxica (Herrera, Manjavacas Ramírez, & Tejado, 2008).

La posición de este trabajo se acerca más a la de Hernández Alonso (1991) que afirma que la lengua juvenil hay que admitirla, aceptarla y conocerla, ya que si fuera una manifestación de contracultura y se reprimiera o cortara, solo se conseguiría el efecto contrario: potenciarla. La lengua juvenil no debería ser asociada a la pobreza expresiva de los jóvenes, que puede existir debido a causas tales como la ausencia de lectura, la carencia de intereses culturales, la pobreza expresiva de los medios de comunicación, la disminución del nivel cultural en todos los ámbitos, la escasa formación, etc. Por tanto, habrá que hacer grandes esfuerzos por enriquecer nuestra expresión lingüística, pero este objetivo no se logrará mediante el rechazo o la crítica del lenguaje juvenil (Hernández Alonso, 1991).

2.3. Características de los *memes*: préstamos, extranjerismos e intertextualidad

Dado el interés de este trabajo, cabe destacar como rasgo característico de los *memes* el uso asociado de los préstamos y los extranjerismos, que son los que fundamentarán el éxito del concepto de *meme*. Los extranjerismos son fruto de la creciente globalización cultural y del contacto de lenguas que de este proceso se deriva (González Cruz & Rodríguez Medina, 2011). Asimismo, como señala Rodríguez González (2002:43-44) el lenguaje de los jóvenes se caracteriza por la tendencia al uso de extranjerismos, cobrando especial relevancia los anglicismos, debido a la influencia angloamericana (Rodríguez González, *El lenguaje de los jóvenes*, 2002). El uso de extranjerismos, defiende el mismo autor, es una manifestación más de lo que llama «cambio de código», es decir, los jóvenes necesitan incluir expresiones, palabras y conceptos de significado propio para crear

un código único y diferente. Otra de las fuentes de estos términos de renovación del lenguaje es la de los sociolectos marginales como los de los gitanos, los delincuentes, del mundo de la droga... El influjo inglés se manifiesta en la cultura juvenil a causa de la influencia tecnológica, cultural -en especial del rock- y política de los Estados Unidos principalmente (Rodríguez González, *El lenguaje de los jóvenes*, 2002).

Los anglicismos constituyen un mecanismo de transculturación que «desbordan con creces el estrecho cauce léxico del préstamo cultural e inunda todos los niveles lingüísticos (morfológico, semántico, sintáctico, fraseológico)», dada la enorme influencia tecnológica, cultural y política del mundo anglosajón (Gómez Capuz, 2004).

Como afirman González Cruz y Rodríguez Medina: «algunos especialistas como Rodríguez González (1999, 2002) o Turell (1986) han destacado la escasez de trabajos de tipo sociolingüístico que aporten algo de luz a la cuestión del uso, probablemente por las dificultades que entraña su estudio y la variedad de factores que intervienen» (González Cruz & Rodríguez Medina, 2011). Rodríguez González afirma no es solo que no existan normas fijas sobre el uso de anglicismos frente a los términos españoles, sino que el uso variable de anglicismos depende de muchos factores sociolingüísticos que tienen que ver con el estatus social del hablante, el canal de comunicación empleado, el tema, etc. (Rodríguez González, *Anglicisms in Contemporary Spanish. An Overview*, 1999).

Por otra parte, Internet y las redes sociales son el caldo de cultivo de los memes. De hecho, para entender los memes tienes que tener un grado de conocimiento de las referencias a la actualidad, a las bromas que se construyen sobre bromas previas e incluso referencias a otros memes. Los memes se han convertido en una especie de argot de internet y una forma de acceso a determinados espacios de comunicación. Además, pueden generar un metadiscurso propio. Se crea un argot compartido de los memes y ocurre un trasvase de términos (Alis, 2017). Es precisamente esa intertextualidad con el argot de internet otro de los rasgos definitorios de estos pequeños chistes visuales. Los *memes* están vinculados directamente a la cultura popular y de masas, siendo esta relación intertextual una de sus características principales. Así, la intertextualidad va más

allá y se convierte, por otro lado, en uno de los posibles mecanismos de creación del humor (Vandaele 1995:255).

2.4. El humor

2.4.1. Tipología del humor

Sin duda alguna el humor es uno de los elementos clave en la estructura de un meme. El humor es un amplio e interesante campo de estudio y un término muy difícil de definir. Cotidianamente se entiende humor por aquello que tiene una respuesta divertida, y que llega a incluso a provocar risa, ante un estímulo. Pero si nos remontamos a la Antigua Grecia se utilizaba al término *humor* para designar las sustancias líquidas o humores que tiene el cuerpo humano. La mezcla de los elementos líquidos (bilis, bilis negra, flema y sangre) es necesaria para encontrar el equilibrio (Hipócrates, 470-377 a.C.). Se entendía que alguien estaba de buen humor cuando todo funciona bien en su cuerpo y lo contrario cuando no tenía salud (Botella Tejera, 2017). Se denominaba humorista a aquella persona con exceso de fluidos y el remedio para el mal temperamento provocado por estos excesos era la risa. (Martínez Sierra, Estudio descriptivo y discursivo de la traducción del humor en textos audiovisuales. El caso de Los Simpson., 2004)

El humor estudiado desde la perspectiva vinculada a la risa se puede encontrar en las teorías de Freud (1978) y Bergson (1984), que fueron una gran influencia en el estudio del humor y la risa (Botella Tejera, 2017). En línea con el pensamiento de estos autores podemos afirmar que la risa es al fin y al cabo la consecuencia del humor. Attardo conectaba el humor al fenómeno de la risa, entendiendo que algo se considera gracioso si consigue hacerte reír (Attardo, 1994). El humor para el autor se basa en el acto perlocutivo o efecto, es decir, en la suma del contexto más la interacción entre emisor y receptor. Otro de los factores que hay que valorar como posible mecanismo de creación de humor es la intertextualidad (Vandaele, Describing Translated Humour in Comedy, 1995).

Asimismo, hay que tener en cuenta que el humor es culturalmente específico, aunque bien es cierto que la capacidad de encontrar algo risible o cómico es universal, independientemente de la edad, sexo, condición social o económica o cultura. Martínez Tejerina aúna ambas ideas a la perfección al afirmar que queda

probado que todos los pueblos ríen, pero que es importante entender que «no lo hacen ni por los mismos motivos, ni en las mismas ocasiones, ni con los mismos referentes. El humor es un fenómeno universal, que al mismo tiempo se encuentra encerrado en fronteras culturales y lingüísticas concretas» (Martínez Tejerina, 2008).

Así pues, el humor se da de forma distinta en cada cultura, se da en «comunidades», que comparten conocimientos y convenciones (Martínez Sierra, *Humor y traducción. Los Simpson cruzan la frontera.*, 2008). Walter Nash también señala la importancia de la cultura, actitudes, creencias de una sociedad como una de las características del humor que nos ayudan a tener la esencia de los chistes y afirma que las bromas son representativas de la situación social en la que tienen lugar y que en muchas ocasiones solo los miembros de determinados grupos o culturas pueden compartir el mismo humor (Nash, 1985). Aunque también hay que considerar que las diferencias entre culturas no son las únicas que proporcionan carácter humorístico a un texto, ya que también cuentan las diferencias individuales que distinguen a los seres humanos únicos y diferentes a los demás (Gillies, 1997).

Sin embargo, es cierto que el humor y los chistes en la comunicación sirven para afirmar y perpetuar identidades entre grupos, por ejemplo, contar chistes sobre otros grupos sociales que consideramos inferiores intelectualmente puede reafirmar que los miembros del propio grupo son más inteligentes (Hasenauer, 1988). Como bien dice Zabalbeascoa, cada individuo comparte el humor con aquellos que han compartido su historia y que entienden su forma de interpretar la experiencia. Detrás de la expresión humorística, en cualquiera de sus formas, hay una serie de conocimientos y vivencias propias de cada cultura que son clave para trasladar el humor al texto meta (Zabalbeascoa, *Developing translation studies to better account for audiovisual texts and other new forms of text production : with special attention to the TV3 version of Yes, Minister*, 1993). De hecho para la transmisión y recepción del humor es fundamental tener en cuenta que para acercarnos a él debemos también acercarnos a la pragmática, ya que el emisor valora la situación comunicativa y prevé cierta información en el receptor para procesar el humor, entender el chiste y llegar a extraer la comicidad del mismo (Botella Tejera, 2017). Como afirma Martínez Sierra debe existir cierto grado de

conocimiento previo compartido entre el emisor y el receptor para que los chistes logren ser exitosos (Martínez Sierra, Estudio descriptivo y discursivo de la traducción del humor en textos audiovisuales . El caso de Los Simpson., 2004). Lo ideal sería que el emisor tenga en cuenta que el receptor es el adecuado para recibir el efecto del chiste, que las circunstancias que rodean el acto comunicativo son favorables y que el receptor tiene el suficiente bagaje cultural para poder captar los matices que provocan el efecto humorístico (Rubio Santana, 1996).

2.4.2. ¿Cómo traducir el humor? Técnicas de traducción.

Otro tema que deriva del humor, y se centra más en aquella tarea que nos compete, es la traducción del humor. Zabalbeascoa defiende que el humor y los estudios de traducción se superponen, por lo que, al final uno lleva al otro y viceversa (Zabalbeascoa, Humour and Translation-An Interdiscipline, 2005). Existe un gran debate en cuanto a la traducibilidad o intraducibilidad del humor. Este trabajo asume la traducibilidad del humor, ya que comprendemos que la traducción del humor funciona si esta es aceptada por el receptor de la lengua meta. Sin embargo, que esta tarea se pueda llevar a cabo no significa en absoluto que esté exenta de dificultades tales como el componente cultural del humor, entre otras. El humor es parte de la cultura y es culturalmente específico, es decir, se transmite y se adquiere al formar parte de una determinada sociedad (Botella Tejera, 2017). Actualmente, entra en juego un nuevo factor: la globalización, que de alguna manera provoca una cierta «uniformidad cultural», tal y como la denomina Martínez Sierra, aunque este fenómeno también puede facilitar la tarea de la traducción de ciertos elementos que ya no resultan ajenos ni desconocidos al público general de nuestro país (Martínez Sierra, Humor y traducción. Los Simpson cruzan la frontera., 2008). Lo que es innegable es que la intertextualidad forma parte de la cultura y puede ser una fuente de creación de humor (Vandaele, Describing Translated Humour in Comedy, 1995). Por lo que, al final, es fundamental partir de la base del componente cultural del humor para lograr una buena traducción. Zabalbeascoa lo denomina *memes* compartidos, Martínez Sierra *bagaje cultural compartido* y Yule habla de

schemas o patrones familiares de conocimiento previo (Botella Tejera, 2017). La decisión del traductor reside en conservar o sustituir esos elementos culturales en la producción del humor. No existe una norma universal, por lo que cada traductor elegirá aquello que mejor se adapte a cada situación concreta. Así, la traducción del humor exige no solo una gran competencia lingüística y extralingüística del traductor, sino también un esfuerzo imaginativo y una creatividad especial (Botella Tejera, 2017).

La comprensión de los chistes y la efectividad del humor radica, en la mayoría de los casos, en el hecho de que tanto el emisor como el receptor comparten los mismos referentes culturales y lingüísticos o que estos referentes han sido, de una forma u otra, «adaptados» de tal manera que el efecto en los receptores, aunque provengan de culturas diferentes, es el mismo. Por lo tanto, se tiende a buscar referentes compartidos entre el público al que se dirige el chiste para lograr una traducción «universal». Cuando ambas culturas comparten el referente la tarea del traductor se simplifica, aunque esta situación es bastante infrecuente, ocurre cada vez más gracias a la globalización, como mencionábamos anteriormente. Cuando la traducción directa no es posible debido a que no existe un paralelismo estructural y metalingüístico entre la lengua origen y la lengua meta, se opta por la traducción a través de procedimientos tales como el préstamo, el calco, la transposición, la modulación o la adaptación, tal y como afirman Vinay y Dalbernet. La técnica a la que más se recurre es a la adaptación (Richart Marset, 2009).

La adaptación busca acercarse al proceso comunicativo y a la practicidad, siendo fiel a la intención del emisor y a las funciones que transmitía el texto original. Como afirma Bassnet, el traductor debe tener en cuenta el conocimiento del mundo de los receptores y asegurarse de compensar las pérdidas, si las hubiera, en la lengua meta (Bassnet, 1980). El receptor y la intención comunicativa del texto es pues lo más importante, aunque el significado literal no sea el mismo, el efecto provocado en el receptor sí tiene que serlo. La adaptación también se conoce entre otros autores como «equivalencia cultural» o «domesticación». La adaptación es una técnica que consiste en adaptar el texto «buscando una y otra vez equivalencias, ritmos, modos, formas, compensaciones que se instalen en una audiencia para la que no nacieron, buscando obtener efectos similares a los producidos por el original»

(Richart Marset, 2009) cuando el texto tiene un valor cultural humorístico cuya función y connotación es imposible de resolver con una traducción directa sin perder su efecto. Se pretende que estos elementos culturales sean percibidos como propios cambiando así las referencias culturales para adaptarlas a otras con la misma carga humorística para el receptor de la lengua meta. El traductor adquiere el papel de mediador cultural en muchos casos, ya que se ve en la tesitura de tener que compensar la pérdida de ciertos elementos con la adición de otros nuevos o la sustitución. Es precisamente esa función la que suscita mucho debate en los estudios de teoría de la traducción ya que se puede percibir que el traductor está, de alguna manera, «manipulando» el original y no se mantiene fiel a este (Richart Marset, 2009). Otros afirman, que esta tarea es necesaria ya que la traducción ha de estar orientada al lector. Eugene Nida hablaba de la equivalencia dinámica y la equivalencia formal: la equivalencia dinámica es la que permite entender la naturalización ya que aspira a transmitir el mismo efecto en los destinatarios de ambas lenguas y no una equivalencia en la forma. Por lo tanto, al hablar de naturalización y equivalencia dinámica, hay que tener en cuenta que en algunas ocasiones habrá de perderse la equivalencia formal y sacrificar expresiones, palabras, referentes culturales y nombres del original por otros elementos que generen las mismas impresiones a los receptores en lengua meta (Richart Marset, 2009). Otros autores como Vinay y Dalbernet hablan de la equivalencia ideal, que surge tras conocer «la intención, la motivación profunda» del original (Richart Marset, 2009), en este trabajo se estaría refiriendo al deseo de provocar la risa en un público. De acuerdo con estos autores, el traductor debería de considerar esto para crear una traducción óptima. Venuti habla de domesticación y de la transparencia requerida para que la traducción se perciba como la original; la extranjerización encarnaría el caso contrario. El autor considera que una buena traducción es aquella que se comprende con fluidez sin que se perciban dificultades o parones estilísticos o lingüísticos de la lengua origen y que refleje la intención y mensaje fundamental del texto original, es decir, que sea suficientemente transparente para causar la misma impresión en la lengua meta que en la lengua origen (Venuti, 1995). Así, se puede afirmar que la traducción se juzga con base en la aceptación de los receptores. Por último, es clave hablar de la teoría del *skopos*, ya

que gira en torno a la función cultural de la traducción y el objetivo e impresiones que el texto pretende crear en su público.

La adaptación es una técnica que ya de por sí da mucha independencia al traductor, pero la traducción de los elementos humorísticos contiene una composición diferentes con elementos propios, que requieren de conocimientos específicos por parte del traductor. Por ejemplo, el entorno humorístico de la lengua origen y la lengua meta, la creatividad y el ingenio: hace falta crear juegos de palabras, rimas, conocer expresiones tradicionales y modernas, percatarse de las tendencias de la jerga juvenil y coloquial, estar al tanto de la actualidad sociopolítica y empatizar con el receptor de la lengua meta.

Todas las clasificaciones que existen parten de la base de que el rasgo común del humor es provocar la risa. Una de las clasificaciones más que genéricas que podemos encontrar es aquella que diferencia entre juegos de palabras —relacionados con el lenguaje—, y juegos de ideas —más tocante al contexto— (Fuentes Luque, 2000). Vandaele, por ejemplo, afirma que la traducción del humor es diferente a la de otros tipos de traducción y recalca ciertos aspectos que es fundamental tener en cuenta para traducir el humor (Vandaele, (Re-) Constructing Humor: Meanings and Means., 2002). Bergson, por su parte, también realiza una clasificación de las teorías sobre el humor (Bergson, 1962). Una de las clasificaciones más pertinentes, aun siendo rudimentaria, es la Zabalbeascoa que divide el humor audiovisual en:

«a) **Chistes internacionales**: son historias graciosas o chistes que no dependen de ningún juego de palabras ni familiaridad con un contexto cultural específico; b) El **chiste cultural-institucional**: este tipo de chiste normalmente exige una solución en la que se realice algún tipo de adaptación o cambio en la(s) referencia(s) a instituciones o elementos culturales y nacionales para poder conseguir el efecto humorístico en una audiencia que no está familiarizado o identificado con ellos; c) El **chiste nacional** o el sentido del humor nacional de cada país o comunidad: en esta categoría entran estereotipos, temas, géneros cómicos, que son propios de una coyuntura histórica o de la comunidad original. Por ejemplo, se dice que en algunas comunidades a la gente les gusta reírse de sí mismos, mientras que en otras gusta más reírse a costa de terceros. Este tipo de humor añade

complejidad en el caso de los estereotipos sobre otras nacionalidades. El texto humorístico audiovisual puede permitir la transposición a otros referentes de estereotipos propios del país o región, pero esta solución no es siempre viable, y puede plantear problemas de adecuación y corrección política; d) El **chiste lingüístico-formal**: depende de fenómenos lingüísticos como la polisemia, la homonimia, la rima, referencias metalingüísticas, etcétera, pero por lo demás son bastante “internacionales”, aunque la dificultad reside en ser capaz de reproducir el mismo tipo de juego lingüístico en el texto meta; e) El **chiste no verbal**: es el que no depende para nada de ningún tipo de elemento verbal, incluye elementos visuales, sonoros o una combinación de ambos. No es tan fácil como parece encontrar imágenes que no dependan para nada de unos conocimientos culturales. Aunque en el caso de este trabajo podemos encontrar el ejemplo perfecto en los *memes*» (Zabalbeascoa, La traducción del humor en textos audiovisuales , 2001).

2.5. ¿Cómo traducir los memes?

Teniendo en cuenta que el *meme* es por definición un elemento humorístico, a la hora de trasladar el contenido de un *meme* de un idioma a otro se deberían tener en cuenta estas técnicas de traducción del humor. Más allá de la traducción del humor en sí, el *meme* tiene un carácter global, ya que muchos de ellos son idénticos en varios idiomas, aunque también hay otros que son propios de la cultura local, ya que se hace referencia a realidades concretas o bromas que quizás solo se entiendan en un determinado lugar. La labor del traductor pasa por considerar primero qué técnica emplear, y si eligiese la domesticación, su papel de mediador intercultural cobraría especial importancia, ya que se encargaría de conectar las realidades de dos culturas diferentes. Lo que es importante es que los chistes se tienen que entender, si no es un trabajo fallido (Aguirre de Cárcer, 2014).

En principio, el *meme* plantea pues dos vías de actuación: la de la adaptación cultural o la de la globalización, que aboga por un mantenimiento de las estructuras de la lengua origen, ya que se comprenden de manera correcta en la lengua meta: ¿existe una sola estrategia que se aplique por igual a todas las situaciones o, por el contrario, cada situación comunicativa requiere de una adaptación única de la estrategia global?

Zabalbeascoa hace un apunte muy importante, aunque se refiere específicamente al doblaje, en este trabajo podemos extrapolarlo a la traducción de textos audiovisuales en general, entre los que incluimos los *memes*. Afirma que la traducción de este tipo de textos puede mejorar considerablemente si mejora también la comprensión de los mecanismos de funcionamiento del humor y de las tradiciones cómicas y humorísticas de las diversas comunidades y la variedad de estrategias de adaptación y compensación (lingüísticas, paralingüísticas y tecnológicas). Zabalbeascoa plantea hasta dónde hay que llevar la literalidad si eso compromete el valor cómico del texto (Zabalbeascoa, La traducción del humor en textos audiovisuales , 2001).

3. ANÁLISIS

3.1. Propuestas de traducción

Las propuestas de traducción, basadas en el emparejamiento de *memes* ya existentes y convirtiendo unos en posibles traducciones o adaptaciones de los otros, y la clasificación de los *memes* que analizaremos en este apartado están fundamentadas en la clasificación del humor audiovisual de Zabalbeascoa, citada anteriormente. Dicha clasificación se divide en: chistes internacionales, chistes culturales-institucionales, chistes nacionales y sentido del humor nacional, chistes lingüísticos-formales y chistes no verbales (Zabalbeascoa, La traducción del humor en textos audiovisuales, 2001).

A continuación, utilizaremos las categorías de Zabalbeascoa para ilustrar sobre las distintas estrategias de traducción que se pueden seguir en función de cada caso.

3.1.1. Chistes internacionales

Los memes que corresponden a esta categoría no plantean excesivas dificultades de traducción ya que la reacción humorística no depende un mecanismo exclusivo a la lengua o cultura de origen. Forman parte de esa cultura global que hace que las personas compartan problemas o realidades similares y por tanto equipara mucho sus reacciones ante estímulos parecidos.

Ejemplo 1:



(Monahan)

La moda de la alimentación saludable se ha extendido por todo el mundo. El aguacate es uno de los alimentos que más en boga se encuentran actualmente en

multitud de países, incluido España, por lo que el *meme* anterior no plantearía ninguna dificultad para ser traducido a nuestro idioma, es decir, optaríamos por una traducción literal y se mantendría de igual forma la carga cultural y humorística de un idioma a otro. Nuestra propuesta de traducción sería: «Ese momento en el que encuentras el aguacate perfecto en el supermercado». El componente humorístico se respeta, ya que todo el mundo que consume aguacates entiende la dificultad de encontrar uno con el estado de maduración óptimo, y la carga cultural es mínima, ya que forma parte de una cultura global compartida y común a muchos países e idiomas distintos. El único componente que podría resultar complicado es que la imagen hace referencia a una serie de televisión concreto, *Juego de Tronos*, pero para los espectadores de la serie la reacción será igual en todas las culturas e idiomas.

Ejemplo 2:



(Timecamp, 2018)

En el caso de este *meme* ocurre lo mismo que en el anterior. El chiste hace referencia a una situación que cualquiera puede vivir, derivada del mundo laboral. Una gran parte de la población española se puede sentir identificada con el componente humorístico de este *meme*. De nuevo optaríamos por una traducción literal y se mantendría de igual forma la carga cultural y humorística de un idioma a otro. La propuesta quedaría así: «Cuando quieres que termine la reunión y alguien sigue haciendo preguntas». La estrategia de globalización en lugar de la adaptación cultural funciona mejor en el caso de los chistes internacionales ya que la carga humorística se comprende de manera correcta en la lengua meta, por lo que la

función del emisor se traslada perfectamente al receptor de otra lengua sin necesidad de adaptar los referentes.

3.1.2. Chistes culturales-institucionales

El efecto de este tipo de chistes depende de los referentes culturales pertenecientes a la esfera de conocimiento y al contexto sociocultural de origen, lo que requiere la adaptación de dichos referentes a la cultura meta. El traductor cobrará un rol de mayor importancia ya que tendrá que actuar como mediador intercultural y ser capaz de trasladar la carga humorística y cultural de la cultura origen a la meta, manteniendo el mismo efecto en el receptor de ambas lenguas, en el caso de los *memes*: la risa.

Ejemplo 1:



(ITSMEITSMEITSDDP)

El efecto de este tipo de chistes depende de los referentes culturales de la cultura origen por lo que para mantener el efecto y trasladar la carga humorística hay que recurrir a la adaptación. En el caso de este ejemplo, si optamos por una traducción literal («¡Jajaja! ¡Sois pobres!»), habría una parte de la población española que entendería el chiste, ya que conoce a los protagonistas de la imagen, pero habría una gran parte que no entendería la carga humorística y, por tanto, se perdería la función del *meme*, que es producir risa. En este caso nuestra propuesta es una adaptación del *meme* al contexto español, encontrando personajes con el mismo rango en nuestro país, es decir, buscando a individuos de la Casa Real española, en lugar de la británica, y manteniendo la ironía de la diferencia de clases

sociales. De esta manera se adaptaría al lector español, pero se mantendría el efecto de la lengua origen en el receptor de la lengua meta. Nuestra propuesta sería un



meme similar al que proponemos a continuación:

Ejemplo 2:



(TFPP Writer , 2015)

En este caso, nos encontramos con una referencia cultural clara al contexto estadounidense y a la presidencia de Bill Clinton, momento en el que se conoció el escándalo Lewinsky. En España muchos conocerán este sonado caso, pero habrá una gran parte que desconozca lo sucedido, por lo que de nuevo, nuestra propuesta pasa por la adaptación de los referentes culturales a la cultura e idioma meta. Se tendrá que transferir la carga humorística y cultural al contexto español y para ello se tendría que identificar un escándalo institucional de una importancia semejante. En España podríamos recurrir al rey emérito, Juan Carlos I, y a los diversos rumores con los que se le ha relacionado. La proposición resultaría en algo similar al siguiente *meme*:



(@Supel_Laton, 2018)

3.1.3. Chistes nacionales y sentido del humor nacional

Este tipo de chistes están directamente vinculados a la interpretación del humor que cada grupo social tiene. El sentido del humor de cada nacionalidad difiere mucho en aquello sobre lo que se ríe la población, es decir, el humor de un francés y un español no tienen nada que ver. En esta categoría se deberían de incluir los chistes relacionados con los estereotipos sobre otras nacionalidades. En estos casos se puede apostar por encontrar referentes de estereotipos propios del país o región, pero esta solución no es siempre viable, y puede plantear problemas de adecuación y corrección política.

Ejemplo 1:

(Quickmeme)

En este caso el *meme* hace referencia a las disculpas que la chef estadounidense, Paula Deen, tuvo que hacer debido a sus comentarios racistas. En el caso de España podría adaptarse de otra manera, ya que no hay casos de escándalos racistas muy sonados. Nuestra propuesta sería: «el pollo está tan negro que le hace la competencia a Julio Iglesias». Otra opción en el caso concreto de este *meme* es buscar la referencia del programa de Gordon Ramsay en España: Alberto Chicote. Quedaría algo similar al *meme* que mostramos a continuación:



(Desmotivaciones)

Ambas propuestas mantienen la carga humorística, aunque de diferentes maneras, una apuesta por la ironía mientras que la otra opta por el humor negro, clásico en España.

Ejemplo 2:



(Saying Images, 2015)

Este ejemplo hace referencia a las bromas propias de los británicos contra los irlandeses. Para adaptarlo a la cultura española podríamos optar por dos estereotipos clásicos en nuestra percepción de grandes consumidores de alcohol: los rusos y los propios británicos. Este tipo de humor añade complejidad en el caso de los estereotipos sobre otras nacionalidades. El ejemplo elegido pretende ilustrar precisamente esta complejidad ya que al no existir un referente equivalente, hay que tratar de conseguir la transposición a otros referentes de estereotipos propios del país o región. En este caso hemos logrado una equivalencia dinámica pero esta solución no es siempre viable, y puede plantear problemas de adecuación y corrección política.



(Meme Generator)



(Cuanto cabron, 2014)

3.1.4. Chistes lingüísticos-formales

Esta categoría hace referencia a los chistes que utilizan relaciones gramaticales, léxicas, fónicas, sintácticas, etc. Puede basarse exclusivamente en mecanismos lingüísticos, o combinarse con otros de carácter cultural.

Ejemplo 1:

Imagine the trouble she has trying to introduce herself in France 😂



(9GAG)

En este caso el *meme* original hace referencia a la relación gramatical y fonética del nombre de la cuenta de Facebook de Gemma Pell con la forma de presentarse en francés: *Je m'appelle...*= Me llamo... El chiste se puede traspasar al

español con una traducción literal, ya que los receptores a los que se dirige este *meme* son aquellos que cuentan con nociones básicas de francés. La propuesta literal sería: «La de problemas que debe tener para presentarse en Francia». Sin embargo también podemos optar por una estrategia de adaptación y utilizar una imagen similar pero con un componente humorístico propio del español. Así, en la propuesta se incluiría el perfil de Facebook con un nombre gracioso en español. La propuesta la dejamos a continuación:



(Meme)

Ejemplo 2:

When you use "thus" in an essay



(The Odyssey)

Este ejemplo es fácil de extrapolar a la lengua meta, ya que aunque no se utilice una traducción literal, se puede adaptar encontrando un término elevado que los alumnos usen en sus trabajos académicos. La propuesta en español quedaría así:

Cuando usas "no obstante" en un examen



(Dopl3r)

3.1.5. Chistes no verbales

Son aquellos que dependen necesariamente de la imagen e incluyen el lenguaje gestual, el humor de payasadas, etc. Además, existe el humor que combina las palabras e imágenes, donde el traductor se encuentra con problemas de concordancia entre el sistema verbal y el visual. En sí, todos los *memes* son en el fondo chistes visuales, aunque en este trabajo hemos incluido en esta categoría aquellos *memes* que contienen la mayor parte del significado en la imagen y no en el texto. Es precisamente este hecho, que la imagen sea el elemento más significativo, el que confiere a este tipo de chiste un carácter más global, ya que las imágenes forman parte de la globalidad e internacionalización de nuestras sociedades. La estrategia que mejor funciona en esta categoría es la de la globalización.

Ejemplo 1:

(India Today, 2019)

Este ejemplo es perfecto para ilustrar cómo la versión en inglés y en español provoca el mismo efecto aún sin decir exactamente lo mismo. La imagen y lo que evoca, representa o ilustra es lo realmente importante. En el caso de la imagen, que procede de la gala de los Oscar 2019, la mirada de los protagonistas es la que confiere el dramatismo y el texto es el elemento inesperado que provoca el humor. En español recurriríamos o bien a una traducción literal o bien a cualquier elemento similar, en este caso, alimentos que es donde reside el elemento realmente cómico de este chiste. La propuesta en español sería algo similar a esto:



(Peru.com)

Ejemplo 2:

When you finally see that bitch ass
mosquito



(KnowYourMeme)

De nuevo el ejemplo ilustra a la perfección que los *memes* audiovisuales abundan y que el protagonismo principal corresponde a la imagen, por lo que el texto pasa a un segundo plano. La tarea en el caso de este tipo de chistes visuales es el problema de concordancia que el traductor puede encontrar entre el sistema verbal y audiovisual, ya que la imagen puede contener elementos clave para la comprensión, por lo que en esos casos harían falta aclaraciones extra. En este ejemplo creemos que una traducción literal funciona a la perfección ya que respeta la carga humorística y cultural, y proyecta la función del *meme*.



(Cabras Espartanas)

4. CONCLUSIONES

Comenzábamos este trabajo planteándonos la hipótesis de si existe una sola estrategia que se aplique por igual a todas las situaciones de traducción de *memes* o si cada situación comunicativa requiere de una adaptación única de la estrategia global. Tras el análisis realizado en este trabajo podemos afirmar que no existe una sola estrategia genérica para la traducción de *memes* sino que, como hemos visto el análisis, debemos basarnos en una clasificación previa para poder orientar qué estrategia seguir. Así, los chistes internacionales y visuales tienen una mayor tendencia a ser traducidos con una estrategia de globalización, ya que su estructura y contenido hacen referencia a realidades comunes a más de una cultura y lengua. En este tipo de chistes se da un trasvase de términos y se crea, finalmente, una especie de argot compartido que da acceso a un determinado espacio de comunicación. Por otro lado, encontramos los chistes basados en referentes culturales inherentes a la cultura de origen o los chistes derivados del sentido del humor nacional. Este tipo de chistes han de ser, en la mayoría de los casos, adaptados a la lengua y cultura meta, y aunque existen estrategias de adaptación, no siempre son viables y pueden plantear problemas de adecuación, corrección política o de falta de conocimiento por parte del traductor. Además, la estrategia de adaptación siempre requiere de un mayor protagonismo del traductor, ya que tendrá que actuar como mediador intercultural, trasladando la carga humorística y cultural de la lengua origen a la meta.

Todos los elementos humorísticos que encontramos en las diferentes categorías de los chistes pueden ser traducidos recurriendo a las diversas estrategias. Es cierto que habrá cuestiones más difíciles de resolver y otras menos, pero como hemos visto en los distintos ejemplos expuestos, siempre se puede lograr resolver las cuestiones más complicadas recurriendo a juegos de palabras, compensaciones, cambios, adiciones o elementos culturales específicos. Existen diversas formas de solucionar las dificultades específicas de cada caso, en función del grado de equivalencia o comicidad que queramos plasmar en el resultado. Es importante recalcar que aunque no hay elementos intraducibles en la traducción del humor, la técnica de adaptación puede llegar a afectar la forma del mensaje original. En este trabajo se ha defendido la practicidad de la traducción del humor y hemos

dejado claro que preferiríamos primar la reproducción del efecto en ambas lenguas, origen y meta.

Otra de las cuestiones que se pretendían resolver en el transcurso de este trabajo era cómo se trasladaba la carga cultural y humorística el *meme* de un idioma a otro. Como hemos visto en el análisis, es necesario hacer una clasificación del humor audiovisual para después elegir qué estrategia seguir en cada caso. En este trabajo hemos recurrido a la clasificación de Zabalbeascoa y hemos concluido que, a grandes rasgos, hay dos grandes estrategias que se pueden utilizar en la traducción de *memes*: la adaptación y la globalización. La utilización de cada una de estas técnicas dependerá del grado de referentes culturales. A mayor cantidad de referentes culturales se tenderá hacia la adaptación. Por el contrario, si encontramos una menor cantidad de referencias culturales específicas es más probable que podamos optar por la estrategia de globalización, ya que contaremos con una cultura común y globalizada, que hará que el conocimiento y los referentes sean compartidos y no requieran de adaptación.

Por último, se pretendía resolver la cuestión de si los jóvenes utilizan expresiones en inglés aunque no las entiendan. Este trabajo ha concluido que efectivamente los jóvenes incorporan los anglicismos en su jerga juvenil y que, fruto de la creciente globalización cultural, la posición de estos en el argot juvenil se afianza. Además, hemos tratado de ilustrar algunas de las razones por las que los jóvenes incluyen los extranjerismos, y especialmente los anglicismos, en su jerga propia, pero no hemos podido probar que el uso de estos anglicismos se haga con desconocimiento previo de la lengua anglosajona. Debido quizás a la escasez de trabajos sociolingüísticos, que nos ilustraran acerca de la cuestión del uso, y la dificultad que entraña su estudio, a causa de la variedad de factores que intervienen, hemos sido incapaces de desarrollar y resolver esta incógnita.

Por último, queríamos concluir afirmando que el propósito de este trabajo era una contribución humilde a los estudios de traducción audiovisual aplicados más concretamente a internet y las redes sociales. Abarcar el desarrollo total de una teoría de traducción sobre *memes* era un proyecto muy ambicioso para nosotros, dada la limitación de nuestro trabajo, por lo que nos hemos limitado a tratar de

resolver las tres grandes cuestiones que planteábamos al inicio de nuestra investigación.

5. BIBLIOGRAFÍA

@Supel_Laton. (2018, Julio 11). Twitter.

9GAG. (n.d.). 9GAG. Retrieved from <https://9gag.com/gag/aDjVQYZ?ref=android.s.email>

Aguirre de Cárcer, M. J. (2014, julio 5). El trabajo oculto de 'Los Simpson'. (B. Ferrero, Interviewer)

Alis, L. (2017, enero 18). La difícil traducción del humor. (P. Peiró, Interviewer)

Attardo, S. (1994). *Linguistic Theories of Humour*. Berlín y Nueva York: Mouton de Gruyter.

Bassnet, S. (1980). *Translation Studies*. Londres: Methuen.

Bergson, H. (1962). *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Buenos Aires: Losada.

Botella Tejera, C. (2017). La traducción del humor intertextual audiovisual. Que la fuerza os acompañe. In P. Zabalbeascoa, & J. J. Martínez Sierra, *La traducción del humor* (pp. 77-100). Terran.

Cabras Espartanas. (n.d.). *Cabras Espartanas*. Retrieved from <http://cabrasespartanas.com/mosquitos-ya-llegaron-se-acabo-dormir/>

Cuanto cabron. (2014, Marzo 8). *Cuanto cabron*. Retrieved from https://www.cuantocabron.com/meme_otros/las-visitas-de-los-ingleses-son-diferentes

Davidson, P. (2012). The Language of Internet Memes. In M. Mandiberg, *The Social Media Reader* (pp. 120-134). Nueva York: New York University Press.

Dawkins, R. (1993). *El gen egoísta*. Barcelona: Salvat .

Desmotivaciones. (n.d.). *Desmotivaciones*. Retrieved from <http://www.desmotivaciones.es>

Dopl3r. (n.d.). *Dopl3r*. Retrieved from <https://www.dopl3r.com/memes/graciosos/cuando-usas-no-obstante-en-un-examen/644717>

- Fuentes Luque, A. (2000). *La recepción del humor audiovisual traducido: estudio comparativo de fragmentos de las versiones doblada y subtitulada al español de la película Duck Soup, de los Hermanos Marx*. Granada: Universidad de Granada: Departamento de Filología Inglesa.
- Gillies, E. (1997). ¿El humor es traducible? *Alba de América: Revista Literaria*, 352-259.
- Gómez Capuz, J. (2004). *Préstamos del español: lengua y sociedad. Cuadernos de lengua española*. Madrid: Arco Libros.
- González Cruz, M. I., & Rodríguez Medina, M. J. (2011). La función pragmática de los anglicismos: algunos ejemplos en el habla juvenil de las Las Palmas de Gran Canaria. *Miscelánea: a journal of english and american studies* , 13-31.
- Hasenauer, J. (1988). Using Ethnic Humour to Expose Ethnocentrism. *A Review of General Semantics Publicaiton*, 351-357.
- Hernández Alonso, C. (1991). El lenguaje coloquial juvenil . *Revista de la Asociación Europea de Profesores de Español*, 11-20.
- Herrera, C., Manjavacas Ramírez, M., & Tejado, Y. (2008, septiembre). *El castellano.org. La página del idioma español*. Retrieved from <http://www.elcastellano.org/ns/edicion/2008/septiembre/jovenes.html>
- India Today. (2019, Febrero 25). *India Today*. Retrieved from <https://www.indiatoday.in/trending-news/story/best-oscars-2019-memes-emma-stone-in-fried-fish-dress-to-lady-gaga-is-pregnant-1464454-2019-02-25>
- ITSMEITSMEITSDDP. (n.d.). *MemeBase*. Retrieved from MemeBase CheezBurger: <https://memebase.cheezburger.com/tag/queen/page/9>
- KnowYourMeme. (n.d.). *KnowYourMeme*. Retrieved from <https://knowyourmeme.com/photos/1371377-jesus>
- Martínez Sierra, J. J. (2004). Estudio descriptivo y discursivo de la traducción del humor en textos audiovisuales . El caso de Los Simpson. *Tesis doctoral*.

Castellón: Universitat Jaume I, Departament de Traducció i Comunicació
Facultat de Ciències Humanes i Socials.

Martínez Sierra, J. J. (2008). *Humor y traducción. Los Simpson cruzan la frontera*.
Castellón: Universitat Jaume I.

Martínez Tejerina, A. (2008). La traducción para el doblaje del humor basado en la
polisemia: Los hermanos Marx cruzan el charco. *Tesis doctoral*. Alicante:
Universidad de Alicante.

Meme. (n.d.). Retrieved from <https://me.me/i/todavia-no-es-ni-el-15-y-yo-ya-estoy-14127816>

Meme Generator. (n.d.). *Meme Generator*. Retrieved from
<https://www.memegenerator.es/meme/3117554>

Monahan, Z. (n.d.). *BoredPanda*. Retrieved from 31 Of The Best Game Of Thrones
Memes: https://www.boredpanda.com/funny-game-of-thrones-memes/?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=organic

Nash, W. (1985). *The Language of Humour*. Londres y Nueva York: Longman.

Peru.com. (n.d.). *Peru.com*. Retrieved from
<https://peru.com/entretenimiento/celebrities/lady-gaga-y-jocosos-memes-que-genero-su-romantico-recital-bradley-cooper-noticia-598216>

Quickmeme. (n.d.). *Quickmeme*. Retrieved from
<http://www.quickmeme.com/meme/3uj7pw/page/1/>

Richart Marset, M. (2009). *La alegría de transformar. Teorías de la traducción y teoría del doblaje audiovisual*. Valencia: Tirant Lo Blanch.

Rodríguez González, F. (1999). Anglicisms in Contemporary Spanish. An Overview.
Atlantis, 103-139.

Rodríguez González, F. (2002). *El lenguaje de los jóvenes*. Barcelona: Ariel.

Rubio Santana, J. M. (1996). A Pragmatic Approach to Interaction in Humorous
Communication. In B. Peñas Ibañez, *The Intertextual Dimension of Discourse*.

- Pragmalinguistic-Cognitive-Hermeneutic Approaches* (pp. 219-233). Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- Ruiz Martínez, J. M. (2018). Una aproximación retórica a los memes de internet. *UNED. Revista Signa* 27, 995-1021.
- Saying Images. (2015, Febrero 5). *Saying Images*. Retrieved from <https://sayingimages.com/irish-meme/>
- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. Cambridge, Massachusetts: MIT University Press.
- TFPP Writer . (2015, Diciembre 30). *The Federalist Papers*. Retrieved from <https://thefederalistpapers.org/us/hilarious-meme-shows-bill-clintons-reaction-to-hillarys-email-scandal>
- The Odyssey. (n.d.). Retrieved from <https://www.theodysseyonline.com/meme-linguistics>
- Timecamp. (2018, Febrero 9). *TimeCamp*. Retrieved from 10 Best Memes About Work: <https://www.timecamp.com/blog/2018/02/10-best-memes-work/>
- Vandaele, J. (1995). *Describing Translated Humour in Comedy*. Lovaina: CETRA.
- Vandaele, J. (2002). (Re-) Constructing Humor: Meanings and Means. *The Translator*, 149-172.
- Venuti, L. (1995). *The Translator's Invisibility*. Londres: Routledge.
- Zabalbeascoa, P. (1993). *Developing translation studies to better account for audiovisual texts and other new forms of text production : with special attention to the TV3 version of Yes, Minister*. Lleida: Universitat de Lleida: Departament de Filologia I.
- Zabalbeascoa, P. (2001). La traducción del humor en textos audiovisuales . In M. Duro, *La traducción para el doblaje y la subtitulación* (pp. 251-263). Madrid: Cátedra.
- Zabalbeascoa, P. (2005). Humour and Translation-An Interdiscipline. *International Journal of Humor Research*, 185-207.

