

LOS ELEMENTOS CULTURALES EN EL DISCURSO HUMORÍSTICO DE NAGUIB MAHFUZ: ANÁLISIS PRAGMÁTICO Y PROBLEMÁTICA DE SU TRADUCCIÓN

Saad Mohamed Saad

(Universidad Pablo de Olavide. Sevilla)

smohsaa@upo.es

CULTURAL ELEMENTS IN HUMOROUS SPEECH OF NAGUIB MAHFUZ: PRAGMATIC ANALYSIS AND PROBLEM OF THEIR TRANSLATION

Fecha de recepción: 16-10-2018 / Fecha de aceptación: 31.05.2019

RESUMEN:

Nuestro objetivo es analizar el papel de los culturemas en la creación del humor y la problemática de su traducción al español en la obra de Naguib Mahfuz. Adoptamos una perspectiva relevantista para averiguar cómo interactúa lo lingüístico con lo cultural en la creación de la comicidad. Analizando la problemática de traducción del humor basado en elementos culturales, llegamos a la conclusión de que ésta radica en dos cuestiones: la transmisión de cierta información implícita desconocida para el lector de la traducción y los falsos amigos culturales. Midiendo el grado de explicitación de la información desconocida mediante la aplicación de las distintas técnicas empleadas por los traductores, concluimos que este proceso apenas se produce en un tercio de los casos.

PALABRAS CLAVE: Culturemas; humor; Naguib Mahfuz; traducción; español.

ABSTRACT:

Our aim here is to analyze the role of cultural elements in the creation of humorous speech of Naguib Mahfouz and the problems that may arise when translating humor to Spanish. We adopt a relevantist perspective that allows us to find out the way in which linguistic aspects interact with cultural ones in creating humor. Analyzing the problem of translation of humor based on cultural elements, we conclude that it lies

on two issues: the transmission of certain implicit information unknown to the reader of the translation and the denominated *cultural false friends*. Measuring the degree of disclosure of unknown information by applying the different techniques used by translators, we conclude that this process hardly occurs in a third of cases.

KEY WORDS: Cultural elements; humour; Naguib Mahfouz; translation; Spanish.

1. CULTURA, LENGUA Y HUMORISMO

Una de las mejores definiciones del concepto de cultura es la que nos lega E. B. Tylor (1976: 19):

La Cultura o Civilización, tomada en su amplio sentido etnográfico, es ese complejo conjunto que incluye el conocimiento, las creencias, las artes, la moral, las leyes, las costumbres y cualesquiera otras aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad.

Desde esta perspectiva, la lengua constituirá una parte esencial de la cultura, ya que se trata de un conocimiento que se adquiere en el seno de la comunidad. Pero entre lengua y cultura no media una relación unidireccional y estática, sino de carácter bilateral y dinámico: ambas partes se influyen mutuamente y lo hacen de modo constante. Así, mientras que la lengua es el vehículo de transmisión del conocimiento dentro de una cultura dada y constituye un factor determinante para distinguirla frente a las demás, cada cultura deja una huella imborrable en su respectiva lengua, impregnándola de contenido, tanto en el nivel denotativo como en el connotativo. Y es que la cultura no sólo hace que la lengua cree las unidades léxicas necesarias para expresar cuantos hechos –ontológicos o ficticios- quieran y necesiten sus usuarios para una eficaz y fluida transmisión del conocimiento, sino que también dota a dichas unidades de contenido connotativo especial y diferente en cada comunidad. El primer aspecto se manifiesta en los denominados *focos culturales*, que podrían originar serios problemas de traducción. Hablando de este concepto, Newmark (2006: 134) recalca el hecho de que dichos focos son los temas particulares en los que las comunidades lingüísticas centran su atención, generando “una plétora de palabras para designar su lenguaje o terminología especiales”. Un ejemplo ilustrativo de ello para el par de lenguas que aquí nos incumben es la tauromaquia

para la cultura española y el desierto y los camellos para los araboparlantes. El segundo aspecto se manifiesta, a su vez, en los valores asociativos que pueden tener las unidades que integran el léxico, los cuales pueden diferir de un idioma a otro. Así son explicables, p. ej., las diferencias que en el valor connotativo podemos percibir en relación con palabras como *bar, calle, autobús, cordero*, etc. en español y árabe.

De la misma forma que lo hace con la lengua, la cultura deja también su impronta en el humor. Tanto es así que se ha llegado a afirmar que "laughter is in some senses a geographic variable. On a map of Southwest Pacific one could perhaps even draw lines between areas of "Papuan hilarity" and others where a Dobuan, Melanesian dourness reigned" (LaBarre 1947: 52). A este respecto, podemos establecer que la cultura influye en dos planos distintos del humor: el estilo y la estimulación. En el primer nivel, determina el objetivo o la finalidad que los individuos persiguen a la hora de utilizar el humor. Los mentores de la idea de la existencia de diferentes estilos de humor señalan que hay cuatro tipos:

1. *Humor afiliativo*, que busca facilitar las relaciones entre los individuos, rebajando la tensión.
2. *Humor de auto-afirmación*, cuyos usuarios tienden a reírse de las incongruencias de la vida, adoptando una perspectiva humorística ante el estrés y las adversidades.
3. *Humor agresivo*, con tendencia a no considerar el impacto que pueden tener las bromas en los demás; en este tipo podemos incluir, p. ej., el humor racista o sexista.
4. *Humor de auto-descalificación*, cuyos usuarios se convierten a sí mismos en objetivo de la broma, llegando a reír incluso si otras personas hacen de ellos blanco de su burla o sarcasmo (Martin, Puhlik-Doris et al. 2003: 53-54).

Varios investigadores han utilizado estas ideas, aprovechando el cuestionario desarrollado por Martin, Puhlik-Doris et al., para comparar la influencia que pueden tener las distintas culturas en el estilo de humor más frecuente en cada comunidad. Así, se ha comparado el estilo de humor de norteamericanos y árabes, partiendo de las siguientes dimensiones culturales de Hofstede (2009):

1. *Distancia del poder*, que se refiere al grado de asimilación por parte de los individuos de la idea de que el poder esté o no distribuido de forma igualitaria.
2. *Individualismo-colectivismo*, referente a los lazos de protección mutua que unen a las personas dentro de sus respectivos grupos y las responsabilidades que ha de asumir cada una.
3. *Masculinidad-feminidad*, relacionada con los roles que ha de desempeñar cada género en el seno de la sociedad y el grado de diferencia que pueda haber entre hombres y mujeres.
4. *Evasión de incertidumbres*, relativa al grado de ansiedad que puedan experimentar las personas en situaciones en las que se enfrenten a lo desconocido.

En este estudio comparativo, los investigadores llegan a la conclusión de que entre árabes y norteamericanos se perciben claras diferencias en lo que al uso del humor se refiere: estos últimos, influenciados por su cultura, utilizan con más intensidad tanto el estilo de humor de auto-afirmación como el de auto-descalificación. En cambio, apenas se detectan diferencias entre las dos culturas en lo que al uso del humor afiliativo o agresivo se refiere. No obstante, los autores concluyen su estudio afirmando que:

Arab men are likely to use aggressive humor towards people in lower levels of society. In America, this is less likely because differences are not as pronounced or highlighted due to lower power distance. It may be that Americans are more likely to use teasing and ridicule than harsher forms of aggressive humor (Kalliny, Cruthirds et al. 2006: 131).

Utilizando un método parecido, se han estudiado también las diferencias entre los estilos de humor de norteamericanos y españoles, llegando a la conclusión de que el humor afiliativo y el de auto-descalificación parecen más frecuentes entre los primeros. A su vez, los españoles registran una mayor tendencia hacia el humor de auto-afirmación, puesto que "dealing with problems by laughing at them may be more characteristic of people in Spain when compared to this sample of Americans" (Carbelo-Baquero, Alonso-Rodríguez et al. 2006: 452). En otro estudio, se ha observado una diferencia significativa en el uso del humor agresivo entre chinos y canadienses, al registrar estos últimos una mayor tendencia a utilizar este tipo de

humor (Chen & Martin 2007). Y es que en los estudios realizados “se confirma el menor uso, en particular agresivo, del humor en culturas de alta distancia al poder” (Mendiburo & Páez 2011: 100).

Por su parte, la estimulación de la risa, esto es, los motivos por los que los miembros de una sociedad pueden reír, también viene determinada por la propia cultura. Ello se debe al hecho de que la risa es un mecanismo social que regula el comportamiento de los individuos. Se trata, según Bergson (2008: 137), del instrumento del que dispone la sociedad para imponer el sentido común; es, ante todo, una estrategia para corregir lo desviado. No obstante, es un mecanismo pacífico de corrección que los individuos pueden tolerar, puesto que “the frame is a joking one, there is formally no criticism; the reputation remains formally unsmudged” (Fine & Soucey 2005: 11). Y dado que las normas de comportamiento y las necesidades son distintas de una comunidad a otra, los estímulos de la risa también lo serán, pudiendo las diferentes culturas ofrecer resultados sorprendentes en este sentido. Así, desde la perspectiva de la cultura mediterránea nos puede asombrar la afirmación que hace L. Marshall (1961: 231) al consignar que los miembros de la comunidad de los bosquimanos !Kung “laugh when the lame man, Kham, falls down and do not help him up”. No obstante, E. Jáuregui (2008: 59) cree que este comportamiento:

Debe interpretarse en el contexto de una sociedad nómada donde la supervivencia depende entre otras cosas de movilidad independiente de cada persona. En un mundo del desierto, una excesiva “empatía” con las personas discapacitadas probablemente pondría en peligro la supervivencia de toda la colectividad.

Sería un error, pues, juzgar los estímulos de la risa extraculturalmente. La motivación de este gesto se debe considerar desde dentro de la propia cultura.

En este trabajo, nuestro objetivo se limita a analizar el papel de los elementos culturales en la creación del discurso humorístico y los problemas que pueden suscitar

a la hora de traducir la comicidad del árabe al español. Para ello, nos basamos en un corpus constituido por seis obras de Naguib Mahfuz y sus respectivas traducciones¹.

2. LOS ELEMENTOS CULTURALES

En los estudios traductológicos ha habido una variedad de denominaciones para referirse a los culturemas. Han surgido términos como *palabras culturales*, *referentes culturales*, *términos culturales*, *realia*, *culturemas*, etc. (Soto Almela 2013a, 2013b, 2014a y 2014b). Enumerando los posibles problemas de equivalencia traslativa a nivel de la palabra, M. Baker (2011: 18) habla de la existencia de *conceptos específicos de cada cultura*, que define así:

The source-language word may express a concept which is totally unknown in the target culture. The concept in question may be abstract or concrete; it may relate to a religious belief, a social custom, or even a type of food. Such concepts are often referred to as "culture specific".

Luque Nadal (2009: 96) prefiere el uso de *culturema*, establecido que es "cualquier ítem simbólico que por distintas razones haya llegado a tener una relevancia especial en la lengua y sea utilizado como moneda de cambio por parte de los hablantes en su comunicación oral o escrita". Para definir este mismo concepto, Molina Martínez (2001: 89) consigna que "es un elemento verbal o paraverbal que posee una carga cultural específica y que al ser transferido a otra cultura, puede provocar una transferencia nula o distinta al original". A su vez, por referencias culturales R. Mayoral (1994: 76) entiende "los elementos del discurso que por hacer referencia a particularidades de la cultura de origen, no son entendidos en absoluto o son entendidos de forma parcial o son entendidos de forma diferente por los miembros de la cultura de término". En líneas generales, las definiciones que se hacen de este tipo de elementos suelen recalcar tres rasgos esenciales: su especificidad, implicación en el proceso comunicativo y capacidad de originar problemas traslativos.

¹ Estas obras son las incluidas en la bibliografía. Dentro del artículo, nos referiremos a cada una, tanto en su versión original como traducida, utilizando siglas constituidas por las iniciales de su título.

Pero, ¿en qué categorías podemos agrupar los culturemas para su posterior estudio? En realidad, el análisis del papel que pueden desempeñar en el proceso traductivo empieza con un artículo publicado en el año 1945 por Nida. En este trabajo, el autor subraya la importancia que tiene el estudio de la dimensión cultural para los traductores, afirmando que “the person who is engaged in translating from one language to another ought to be constantly aware of the contrast in the entire range of culture represented by the two languages” (Nida 1945: 194). A continuación, presenta la primera clasificación de este tipo de fenómenos, dividiéndolos en cinco ámbitos: Ecología, cultura material, cultura social, cultura religiosa y cultura lingüística.

Newmark (2006: 135-145) adopta esta clasificación, introduciendo una ligera modificación al incorporar elementos paraverbales como los gestos y hábitos. Así, para este traductólogo las palabras culturales aludirán a conceptos relacionados con las siguientes categorías: ecología (animales, plantas, vientos locales, etc.), cultura material (comida, ropa, vivienda, etc.), cultura social (trabajo y tiempo libre), organizaciones, costumbres e ideas (políticas, sociales, legales, etc.) y gestos y hábitos (descritos a menudo en lenguaje *no cultural*).

Otra clasificación interesante es la que nos ofrecen Vlahov y Florín, que catalogan los *realia* en tres grupos: a) *los geográficos*, que abarcan los aspectos de la geografía física y humana, además de los distintos tipos de fenómenos meteorológicos; b) *los etnográficos*, vinculados con la vida cotidiana, el trabajo, el arte, etc.; y c) *los políticos y sociales*, que engloban todo lo relacionado con las entidades administrativas, los distintos órganos y cargos que conoce la sociedad, etc. (Soto Almela 2014a: 96-97).

Posteriormente, surgieron otras clasificaciones, que se han limitado a introducir pocos cambios (Ku 2006: 33-39). Una de estas catalogaciones es la adoptada por Molina Martínez (2001: 91-94) en su estudio de la traducción de los culturemas entre las lenguas española y árabe. La autora distingue entre los siguientes ámbitos:

1. Medio natural: Flora, fauna, fenómenos atmosféricos, etc.

2. Patrimonio cultural: Personajes (reales o ficticios), hechos históricos, conocimiento religioso, festividades, creencias populares, etc.
3. Cultura social: a) Convenciones y hábitos sociales y b) Organización social.
4. Cultura lingüística: Transliteraciones, refranes, frases hechas, etc.

Aplicando esta última clasificación a nuestro corpus, constatamos que en la obra de N. Mahfuz el apartado más nutrido es el correspondiente a la cultura lingüística, seguido por el del patrimonio cultural. En la creación del humor son mucho menos utilizados los elementos pertenecientes a la cultura social y al medio natural.

3. EL HUMOR DESDE UNA PERSPECTIVA RELEVANTISTA

La teoría de la Relevancia considera que los enunciados constituyen una especie de estímulo ostensivo al que los oyentes han de prestar atención y realizar el esfuerzo mínimo necesario para procesarlo. En opinión de Sperber y Wilson (1994), esto se debe a que su preferencia implica la transmisión de una información que tiende a mejorar los conocimientos que tiene el receptor en relación con su entorno cognitivo. En este modelo, el oyente registra una fuerte tendencia a la obtención del máximo grado de información, realizando el mínimo esfuerzo posible. Esto hace que durante el proceso interpretativo se descarte un gran número de posibilidades, en función de los factores que rodean la situación del discurso. Dentro del marco de esta teoría, se ha intentado explicar lo que sucede en el texto humorístico, combinando los conceptos de *incongruencia* y *resolución*. Así, en el discurso humorístico el hablante procura conducir al oyente, de un modo consistente con el principio de la relevancia, hacia una interpretación determinada de un elemento clave del texto, el cual podría recibir varias interpretaciones posibles. Más adelante, se produce una disonancia cognitiva, puesto que aparece en el discurso un elemento discordante con la interpretación seleccionada. La incongruencia percibida ocasiona el efecto humorístico, puesto que obliga al oyente a dar marcha atrás en el proceso interpretativo, para intentar otorgar al elemento clave del chiste una nueva interpretación con la que pueda desaparecer la disonancia detectada (Yus Ramos 1995-96). Así, en un texto como:

- عاد شيخ إلى بيته بعد سهرة طويلة فرأى زوجته نائمة على فراشها، و كانت تننيه عليه إدلالاً بحسبها حتى كفرت عن سيئاته، فمر بها إلى فراشه و هو يقول بصوت منخفض: "الفتنة نائمة!" فما كان منها إلا أن أمسكت بطرف الجبة و هي تقول: "لعن الله من أيقظها!" (خ. خ.: 604)

- Un *sheyj* volvió a su casa después de una larga velada y vio a su mujer dormida en su cama. Era tan bella que le perdonaba sus defectos. Pasó a su lado y le dijo en un susurro: "*La seducción duerme*". Entonces ella, agarrando la punta de su jubón, dijo: "*Dios maldiga a quien la ha despertado*" (J. A.: 229-230),

se podría pensar en un primer momento que la palabra "*al-fitna*" -que figurativamente puede significar "mujer guapa" o "mujer conflictiva"- alude a la belleza de la esposa. Pero por lo que a continuación se dice, la segunda interpretación del lexema cobra mayor fuerza y se erige como la más válida, ya que el enunciado proferido por la mujer hace eco de una frase hecha en la que se usa esta misma acepción: "*la'an Allah man ayqaz al-fitna*", esto es, "*Maldiga Dios a quien ha despertado la disidencia*".

A pesar de lo atractiva que pueda resultar esta explicación del humor, no nos parece del todo acertada por una razón: sólo da cuenta de un número reducido de textos humorísticos. Y es que dejando de lado la problemática relacionada con el concepto mismo de incongruencia (Ritchie 1999), se puede afirmar que en una gran parte de enunciados hilarantes ni se detecta incompatibilidad entre los componentes del texto ni se da marcha atrás para volver a interpretar dichos componentes de otra forma que disuelva la susodicha contradicción. Reparemos en el siguiente texto:

- و العفاريت عقيدة و إن لم يتفق لي رؤية أحدها على طول عهدي بالطرقات المقفرة في الهزيع الأخير من الليل (خ. خ.: 571).

- Los demonios constituyen una doctrina, aunque yo no he visto ninguno a pesar de mi prolongada costumbre de andar por caminos oscuros a última hora de la noche (J. A.: 137).

En este enunciado, el hablante se limita a decir que algunas personas creen a pies juntillas en los fantasmas. Lo hace en un contexto en el que nos deja ver claramente, además, que él tiene una postura crítica frente a este tipo de pensamiento. A continuación, prosigue afirmando no haber visto nunca a ningún fantasma, a pesar de haber frecuentado tiempo las calles oscuras y solitarias de la ciudad a altas horas de la noche. Las dos partes que componen el enunciado, más que encerrar una contradicción, son elementos convergentes que recalcan una misma idea: los fantasmas no existen, a pesar de que algunos creen en ellos. Por otra parte, ninguna palabra necesita ser reinterpretada en un sentido diferente al que se le hubiese asignado en un primer momento. Podríamos afirmar, pues, que en tal enunciado ni se

detecta una supuesta marcha atrás en el proceso interpretativo ni se percibe ningún tipo de incompatibilidad entre los componentes que lo integran. Pese a ello, difícilmente podríamos negar que la segunda parte de este enunciado carezca de hilaridad. Realmente, la comicidad percibida en este supuesto se debe, en primer lugar, al grado anormal de informatividad que nos puede aportar el segmento implicado. La hilaridad del texto que acabamos de aducir reside en el hecho de que una vez procesada la secuencia humorística, el oyente no consigue ningún tipo de información nueva que desconociera o que no pudiera deducir.

No queremos decir con esto que los enunciados humorísticos no puedan aportar información nueva. En muchas ocasiones sí lo hacen, e incluso con un grado superior al normal:

- كانت نظرة واحدة تلقى بروية كافية لأن تريه مغامرته معكوسة على صفحات الوجوه... و لكن الفرح أعماه فهتف بهم:
- عندي خبر لن تصدقوه و لن تتصوروه...
فققه ياسين متسانلا في سخرية:
-أى خبر يا عزيز عيني؟! (ب. ق.: 526)

- Una sola mirada perspicaz que se hubiera lanzado habría bastado para hacerle ver que su aventura estaba reflejada en los rostros, pero la alegría lo cegaba y les gritó:

- ¡Tengo una noticia que no vais a creer y que no podéis imaginaros!

Yasin soltó una carcajada y preguntó burlón:

- *¿Qué noticia, pequeño?* (E. P.: 447)

En este texto, se habla del final de la aventura que tiene Kamal con los soldados ingleses. Éstos, para jugar con él, le rodean y aplauden para animarle a que les cante una canción. Como respuesta, Kamal empieza a cantar una pieza titulada "Ya 'azīz 'aynī" y acaba ganando su admiración. Desde lejos, la familia observa este acontecimiento horrorizada por la idea de que los ingleses le puedan hacer daño. Una vez en casa, y creyendo que la familia no se ha enterado de lo sucedido, Kamal intenta contarles este acontecimiento, orgulloso de su aventura. Sin embargo, su hermano mayor, para informarle de un modo muy resumido de que ellos lo han visto todo, se dirige a él utilizando el título de la canción entonada ante los soldados. No se le puede negar informatividad al enunciado de Yasin en un contexto como el que acabamos de describir, dado que aporta información, y en un grado superior aún al

normal. Esta gran carga informativa le obliga a Kamal a activar un gran número de supuestos accesibles en el contexto, creando, de esta forma, cierto grado de complicidad entre el niño y el resto de la familia. Sustituir esta frase por cualquier otra, como, p. ej.,:

- لقد رأينا كل شيء.

- Lo hemos visto todo,

daría como resultado la aparición de un mismo contenido informativo, pero haría desaparecer cualquier rastro de complicidad, que es lo único que da soporte al humorismo aquí.

A simple vista, puede resultar paradójico lo que venimos estableciendo: la creación del humor puede originarse tanto por un grado de informatividad superior a la normal, como por una cantidad de información inferior a la requerida. No obstante, hay un denominador común que une estos dos extremos: la frustración que se produce en ambos casos de las expectativas del receptor, puesto que éste presupondrá siempre -según los postulados de la teoría de la Relevancia- que el emisor proporcionará en sus enunciaciones la cantidad de información exacta para cada contexto, sin que ésta sea ni excesiva ni escasa. Y es que el emisor ha de guardar en todo momento el principio de *presunción de relevancia óptima*. Según este principio:

- a) El estímulo ostensivo es tan relevante que merece la pena procesarlo por parte del receptor.
- b) El estímulo ostensivo seleccionado es el más relevante teniendo en cuenta las capacidades y preferencias del emisor (Wilson & Sperber 2004: 246).

Y tanto en un supuesto como en el otro, la interpretación requerirá de un grado de esfuerzo superior al normal. En el primer caso, el receptor procesará una parte del enunciado que no le aporte información suficiente para mejorar su entorno cognitivo -vulnerándose de este modo el punto a) del señalado principio-, mientras que en el otro se tendrá que manejar un mayor número de datos accesibles en el contexto que los que se exigen en circunstancias normales, infringiéndose así el punto b).

Pero no hay que olvidar que el humor es un mecanismo social de defensa de los valores compartidos por los miembros de una misma comunidad. Y como tal, sería erróneo limitar su creación a lo puramente lingüístico. No podemos reclamar siempre la existencia de un hecho lingüístico tras todo tipo de comicidad. Pero sí una razón social que afecta a una forma concreta de comportamiento que se espera que se vaya a respetar:

- ثم تأبطت يمناه و هي تضحك ضحكة لم تخل من الارتباك، فطرفت عيناه و نظر فيما حوله بخوف فسألته في دعابة: "أتخاف؟!" فقال بصوت رقيق: "أخاف أن يرانا أحد من بيتك!" فهزت كتفها استهانة و قالت: "لا تبال هذا" فلاحت في عينيه نظرة عجب فاستدركت متسائلة "أما تزال خائفا؟!" فقال بعد تردد "أخاف أن يرانا أحد من بيتنا!" فأغرقت في الضحك (خ. خ: 537).

- A continuación la joven puso bajo su brazo su mano derecha mientras se reía. Él, asombrado, miraba a su alrededor con miedo; entonces ella le preguntó bromeando: "¿Tienes miedo?". A lo que respondió con un hilo de voz: "Tengo miedo de que nos vea alguien de tu casa". Ella se encogió de hombros mostrando indiferencia y dijo: "A mí eso no me preocupa". Él se mostró asombrado por sus palabras y ella continuó preguntando: "De que sigues teniendo miedo?". Tras vacilar un momento, respondió: "*Temo que nos vea alguien de mi casa*". Entonces ella se rió a carcajadas (J. A.: 45).

En este texto, lo que nos puede hacer reír es descubrir que Ahmed muestra mucho más miedo que la chica de que sus familias los vean juntos. Como hecho social, damos por sentado que en una comunidad árabe y oriental como la egipcia las mujeres mostrarán un comportamiento mucho más tímido que los hombres. Invertir esta realidad es lo que da pie en este caso a lo cómico. Nada de carácter lingüístico se puede reclamar en enunciados como éste. En aras de una mayor precisión, hemos de ampliar, por lo tanto, la explicación de la hilaridad a toda la dimensión social, que también abarcaría, sin lugar a duda, nuestro comportamiento lingüístico, que no deja de ser una de las múltiples formas que tenemos de obrar socialmente.

Siendo así las cosas, la cuestión sería la siguiente: ¿cómo podríamos distinguir un enunciado humorístico frente a otro que no lo es? Para responder a esta pregunta podemos establecer que desde el punto de vista lingüístico será jocoso cualquier segmento que una vez interpretado pueda:

1. Contradecir cualquier supuesto consolidado en el contexto (lingüístico, cognitivo, social, etc.) y carecer, al mismo tiempo, de la menor posibilidad de modificar la visión que inicialmente se tiene al respecto.

2. Haber costado un esfuerzo interpretativo mayor al normal y no tener ninguna justificación razonable para ello.

Cualquier enunciado que se caracterice por uno de estos dos rasgos será interpretado como uso hilarante del lenguaje, con independencia de si el hablante lo ha realizado con intencionalidad jocosa o no:

- و ربما هز رأسه أسفا و قال: "ماله الحشيش! راحة للعقل و تحلية للحياة و فوق هذا و ذلك فهو مدر للنسل!" (ز. م.: 40).

- A menudo sacudía tristemente la cabeza y se preguntaba: "¿Qué tiene de malo el hachís? Proporciona paz a la mente y es un consuelo para la vida, además de ser un excelente afrodisíaco" (C. M.: 54).

Lo que afirma Kirsha entra en clara contradicción con un supuesto consolidado, según el cual el hachís está considerado como algo dañino. El contexto no proporciona, además, ninguna justificación poderosa capaz de modificar esta visión inicial de la que se parte. Por otro lado, aunque el emisor profiere su enunciado sin la menor intención hilarante, este segmento resulta jocoso.

Tampoco es imprescindible la intencionalidad en el caso de los enunciados que pertenecen al segundo supuesto:

- جو المجلس كان مشحونا بكهرباء لطيفة بحيث إن أى لمسة كانت تحدث اشتعالا، فما هو إلا أن قال السيد إبراهيم الفار: "أبحر الإسكندرية من سعد اليوم إلي باريس" و كان يقصد أن يقول: "أبحر سعد اليوم من الإسكندرية إلى باريس" حتى انفجروا ضاحكين (ق. ش.: 582).

- La atmósfera de la reunión estaba cargada de una agradable electricidad, de tal modo que cualquier contacto provocaba el estallido. Apenas dijo el señor Ibrahim Alfar: "ha embarcado hoy Alejandría en Saad con destino a París", queriendo decir: "ha embarcado hoy Saad en Alejandría con destino a París", cuando todos reventaron en risa (P. D.: 12).

En este texto, el desorden de las palabras pronunciadas por Alfar supone, sin duda alguna, un coste adicional e innecesario en el proceso de interpretación de la frase afectada. A pesar de que el hablante lo hace de forma involuntaria y sin ninguna intención humorística, sus palabras provocan la risa de sus oyentes.

En el discurso humorístico es más importante la percepción de los rasgos anteriormente señalados por parte del receptor que la propia intencionalidad del emisor que los origina. La comicidad es una cuestión de recepción y no de emisión. Nada es cómico en sí mismo; los hechos pueden ser jocosos para alguien y si lo son para él, no han de serlo necesariamente para todos los demás.

4. INTERACCIÓN ENTRE LO LINGÜÍSTICO Y LO CULTURAL EN EL DISCURSO HUMORÍSTICO

Para la teoría de la Relevancia, la inferencia desempeña un papel primordial en el proceso interpretativo. Su labor se extiende incluso a la determinación de la explicatura, cubriendo así las tareas de descodificación, desambiguación, asignación de referentes y enriquecimiento. No obstante, su importancia es aún mayor para el proceso de determinación de las implicaturas, esto es, la recuperación de los elementos que, sin ser expresados explícitamente, se necesitan para entender el sentido exacto que nuestro emisor pretende transmitir. Para esta teoría, el oyente, en su búsqueda de una interpretación del enunciado acorde con la presunción de relevancia, va elaborando una serie de hipótesis, guiado por la inferencia. En líneas generales, se ha de seguir un proceso *on-line* en el que podemos distinguir tres subtareas a través de las que se pretende elaborar hipótesis sobre:

1. La explicatura, esto es, lo que viene explícitamente expresado en el enunciado.
2. Las premisas implicadas, o sea, los supuestos contextuales que, sin ser explícitos, nuestro hablante quiere hacer manifiestos.
3. Las conclusiones implicadas, referentes a lo que el emisor pretende transmitir con sus palabras (Wilson & Sperber 2004: 252).

Es en esta segunda subtaska donde intervienen, normalmente, los culturemas que se ven envueltos en el discurso humorístico, puesto que comportan información implícita a la que pueden acceder los individuos que conviven en el seno de una misma comunidad. Veamos el siguiente ejemplo:

- و عاودته الرغبة في تعذيبه فسأله متجاهلا:

- ماذا يخيفك؟

فاتسعت عينا الشاب الجاحظتان دهشة و رفع حاجبيه، ثم قال:

- ما أجمل أسوان في أغسطس! (ق. ج.: 501)

- ¿A qué tienes miedo? –le preguntó Alaxxidi haciéndose el tonto; había vuelto a ceder al deseo de atormentarle.

La sorpresa dilató a Mahyub los ojos saltones. Luego alzó las cejas y dijo:

- *Asuán debe ser precioso en agosto* (C. N.: 266)

Este diálogo se produce cuando Mayub y Alaxxidi saben que va a haber un inminente cambio en el Gobierno, que puede afectar a su patrocinador. Mahyub intenta conseguir información de Alaxxidi, que, a pesar de no saber nada al respecto, pretende atormentarle con la pregunta que hace. Para entender lo que pretende transmitir realmente Mahyub, el receptor ha de recuperar primero la explicatura del enunciado:

- Mahyub manifiesta que Asuán tiene un clima muy agradable en el mes de agosto.

No obstante, este contenido no puede servir de respuesta directa a la pregunta de Alaxxidi. Movido por la presunción de relevancia de la respuesta de Mahyub, el receptor ha de activar las premisas implicadas a las que le puede dar acceso el nombre "Asuán":

1. Es la provincia más calurosa de Egipto.
2. Suele ser destino de los funcionarios que no tienen patrocinador.

La primera premisa colisiona con el contenido explícitamente expresado por el hablante y tiene suficiente fuerza para invalidarlo, aportando así un primer rasgo de hilaridad al enunciado. Por su parte, la segunda premisa deja manifiesto ante Alaxxidi que con la inminente remodelación del Gobierno, los dos van a perder el patrocinio que tienen y les pueden acabar trasladando a esta provincia. Así, esta segunda premisa añade otro tono de comicidad al enunciado que, formulado de este modo, requerirá, innecesariamente, un esfuerzo de procesamiento superior al normal, al exigir la activación de un gran número de supuestos accesibles en el contexto. Combinando ambas premisas con el contenido de la explicatura, el receptor puede dar a esta respuesta la siguiente conclusión implicada:

- El miedo que tengo es que con esta remodelación del Gobierno podemos perder a nuestro patrocinador. Como suelen destinar a los funcionarios sin patrocinador a Asuán, nos pueden acabar trasladando allí, donde lo pasaremos mal.

Los que no tengan acceso directo a estas premisas no podrán percibir los rasgos de hilaridad en tal enunciado. Y aquí es donde puede radicar principalmente el problema de la traducción del humor basado en elementos culturales, puesto que con su trasvase a otra lengua los receptores no dispondrán siempre de la misma información implícita de la que suelen partir los lectores del texto original. De este modo, si el traductor no soluciona el problema, consiguiendo desbloquear las premisas implicadas, los lectores de la traducción no estarán en condiciones de percibir los rasgos hilarantes.

5. PROBLEMÁTICA DE LA TRADUCCIÓN DEL HUMOR BASADO EN ELEMENTOS CULTURALES

Como acabamos de ver, la problemática de la traducción del humor basado en elementos culturales reside -esencialmente- en el hecho de que tales elementos suelen intervenir en el proceso de comunicación, expresando cierta información implícita imprescindible para la comprensión del mensaje. El receptor del texto original se basa en sus conocimientos culturales para procesar adecuadamente el discurso. Por su parte, el lector de la traducción necesitaría acceder a esta misma información -de la que presuntamente carece-, para poder interpretar el mensaje de forma parecida a como sucede en el caso del texto original. El traductor es quien tiene que explicitar esta información. Para hacerlo, dispone de una serie de técnicas traslativas que ha de aplicar en función de cada caso. En el siguiente apartado, intentaremos realizar un análisis cuantitativo de las técnicas aplicadas por los traductores en nuestro corpus. El objetivo es averiguar el grado de explicitación que se hace en las traducciones de la información relacionada con los culturemas y el humor percibido en los textos originales. Pero, además de este primer problema, hay otro que puede ir desapercibido: los falsos amigos culturales. Y es que conviene tener en cuenta la dimensión dinámica de los elementos culturales, analizándolos en su contexto y no como meras unidades estáticas de la lengua origen. En realidad, los

culturemas son la consecuencia de un trasvase cultural y se originan únicamente en el marco de dos culturas concretas (Molina Martínez 2001: 89-91). Por su parte, el humor sólo nace en un contexto dado, lo cual hace que los aspectos pragmáticos sean imprescindibles para su percepción y análisis. Y puesto que el proceso de traducción suele conllevar ciertas modificaciones en el contexto original -que afectan a elementos tan esenciales como el receptor, las circunstancias que rodean la enunciación, etc.- es posible que se produzcan cambios graves que influyan en el humor y su percepción. Veamos el siguiente ejemplo:

- تصاعد صوت جهورى أجش غليظ النبرات يصبح كالرعد القاصف "ملعون أبو الدنيا!". وكرر صياحه بصوت منغوم على إيقاع كفين شديتين. و كان الصوت صاعدا على الأرجح من دكان تحت النافذة مباشرة و لكن من داخلها فلم يستطع رؤية ذلك الذي يتغنى بسبب الدنيا و لكنه لم يتمالك نفسه فأغرق في الضحك حتى تورد وجهه الشاحب (خ. خ.: 531).

- Se elevó una voz aguda pero de tono ronco y grosero que retumbaba como un trueno: "¡Maldito el padre del mundo!". Volvió a gritar al mismo tiempo que daba dos fuertes palmadas. Seguramente la voz procedía de una tienda que estaba justo debajo de la ventana, pero desde donde estaba situado no podía ver al que cantaba maldiciendo el mundo. Esto no impidió que empezara a reírse exageradamente, hasta el punto de que su pálida cara quedase totalmente enrojecida (J. J.: 29).

Como habremos podido observar, ciertas diferencias de carácter lingüístico y cultural separan el texto original de su traducción española. Como consecuencia, algunos lectores pueden sentirse incómodos -o incluso ofendidos- ante la traducción realizada. En la TABLA 1, analizamos someramente las diferencias que afectan al contexto en el que se produce el humor en español y árabe y las consecuencias derivadas de las mismas.

Componentes / Entornos	Lingüístico	Cultural	Pragmático
- <i>Chiste original</i>	1- La palabra "dunyā" alude normalmente a las preocupaciones: el dinero, el trabajo, etc. 2- Insultar al padre intensifica el insulto.	- El padre del mundo no es nadie.	- Chiste para cultura islámica, con resultado cómico.
- <i>Chiste traducido</i>	1- la palabra "mundo" alude normalmente a la gente.	- El padre del mundo es Dios.	- Chiste para cultura cristiana, con resultado

	2- Insultar al padre no intensifica el insulto.		blasfémico.
--	---	--	-------------

TABLA 1. Análisis de los componentes de un chiste que produce un falso amigo cultural

A nuestro juicio, el error traslativo aquí detectado se debe al hecho de que la traductora no ha tenido en cuenta las diferencias culturales y lingüísticas que rodean la enunciación de la frase hilarante en las dos lenguas.

6. TÉCNICAS TRASLATIVAS APLICADAS

Hemos detectado la aplicación de seis técnicas traslativas, cuyo porcentaje de uso aparece recogido en la FIGURA 1.

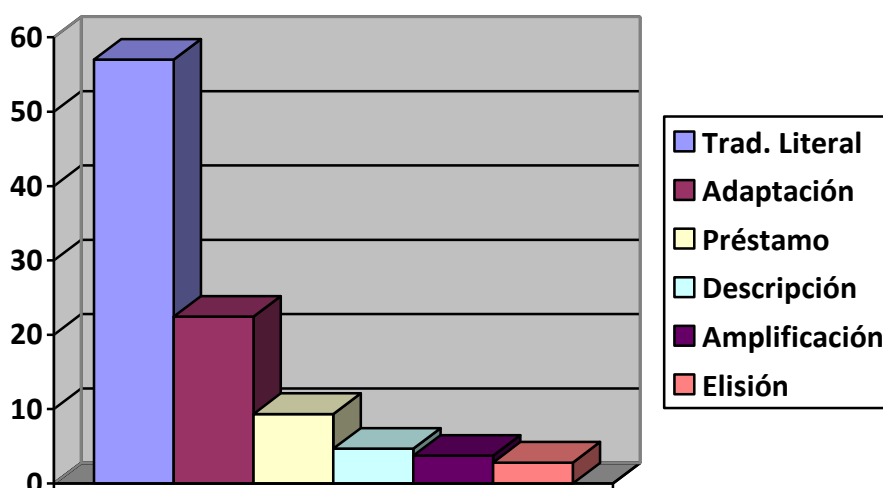


FIGURA 1. Porcentaje de aplicación de las técnicas traslativas

Como podemos ver, la técnica más aplicada es la traducción literal, con un porcentaje del 57%. Dentro de esta técnica, se incluyen los casos en los que los traductores "translate a word or an expression word for word, e. g., *They are as like as like as two peas as Se parecen como dos guisantes*" (Molina Martínez & Hurtado Albir 2002: 510):

- فقال الرجل و هو ينهض:

- انتظر حتى أصلي العشاء!...

فتساءل مهراّن في خبث:

- ألم ينقضّ سلامنا وضوءك؟! (س.: 878).

- ¡Espera a que haga la oración de la noche! – dijo el hombre levantándose. A lo que le preguntó Mahraán sonriendo maliciosamente:

- *¿Nuestro saludo no habrá mancillado las abluciones?* (A.: 184).

Este diálogo se produce entre un hombre adinerado y dos jóvenes que le visitan en casa. El hombre es conocido por su homosexualidad, que intenta ocultar para salvaguardar su prestigio. Con la última frase, su joven empleado alude a este aspecto oculto mediante el recurso a la broma, asumiendo el papel de una mujer. Y es que para rezar, los musulmanes tienen que hacer las abluciones que dicta su religión. Según algunas corrientes jurisprudenciales, estas abluciones quedan nulas y habrá que repetirlas, si un hombre le da la mano a una mujer, porque puede sentir alguna tentación sexual hacia ella. Sin esta información, el lector no podría captar la verdadera intención comunicativa del hablante ni percibir, por ende, los rasgos humorísticos del enunciado.

Con mucha diferencia, aparece en segundo lugar la técnica de la adaptación, cuyo porcentaje de aplicación asciende al 22,44%. Mediante esta técnica, "se reemplaza un elemento cultural por otro propio de la cultura receptora" (Hurtado Albir 2011: 269):

- كان شابا عظيما، و إن أخفق أن يكون محبوبا، لأن تفوقه مثار لحسد الحاسدين، و سلوكه احتقار صامت لحياة الآخرين، (...) هذا إلى جهل بأصول اللياقة الاجتماعية و نكران لروح الفكاهة، و ولع بالصراحة جعلت من حديثه أحيانا سوط عذاب، فسماه منتقدوه تارة بالجامعي الريفى و تارة بالمهدي غير المنتظر (ق. ج.: 434-435).

- Aunque era un chico extraordinario no solía conseguir que le apreciaran, porque sus éxitos y su actitud de tácito desdén por las cosas de los demás despertaban envidias y resquemores. Y también contaban (...) la ignorancia de los más elementales principios de la elegancia social, la desaprobación de cualquier actitud frívola y un afán de ser sincero que en ocasiones le ponía en su conversación observaciones hirientes. *Los que le querían mal le llamaban unas veces el paleta ilustrado y otras el mesías inesperado* (C. N.: 19-20).

Como podemos apreciar, la hilaridad perceptible en el texto original está basada en la alteración que se hace del nombre de un personaje que, según la tradición religiosa de algunas ramas del islam, se cree que va a aparecer poco antes del día de

juicio final para combatir el mal y hacer que reine la justicia: el esperado Mahdī. Al ser éste un personaje desconocido en la cultura española, el traductor recurre a la adaptación, sustituyéndolo por otro equivalente en la tradición cristiana. El nuevo nombre suele ir seguido también por el mismo calificativo, esto es, el *Mesías esperado*, lo cual favorece que se mantengan en la versión traducida las mismas condiciones que producen el humor en el texto original.

El préstamo es la tercera técnica más utilizada, con una ocurrencia del 9,35%. Con su aplicación, "se integra una palabra o expresión de otra lengua tal cual" (Hurtado Albir 2011: 271):

- فقال إسماعيل و هو يغمز حسن سليم بعينه:

- استعينوا على قضاء... لا أذكر ماذا... بالكتمان! قالها عمر بن الخطاب، أو عمر بن أبي ربيعة، أو عمر أفندي، و الله أعلم... (ق. ش.: 720).

- Ismael, guiñándole el ojo a Hasan Selim, dijo:

- "Usan en la ejecución... " no sé qué más..., "la ejecución". *Lo dijo Umar Ibn el-Jattab... o Umar Ibn Abi Rabia... o Umar Efendi... ¡Dios sabe...!* (P. D.: 305).

Lo cómico deriva aquí de la extraña mezcla que hace el hablante entre los nombres del posible autor del célebre proverbio que cita. Y es que el primero se refiere al segundo califa de los musulmanes, mientras que el siguiente es el de un conocido poeta amoroso de la época omeya, famoso por su libertinaje. El tercer nombre está vinculado, a su vez, con una afamada cadena comercial fundada en Egipto en el siglo XX. Así, mientras que el primer personaje puede ser el posible autor de tal frase, el segundo queda descartado debido a la poca seriedad que se sabe que tenía. De igual modo, el tercer candidato también se excluye por completo, al pertenecer a la época moderna y ser dueño y fundador de los grandes almacenes mencionados. Citar estos dos nombres como posibles autores del proverbio es lo que origina el humor en este enunciado. No obstante, al referirse los tres nombres a personajes desconocidos para un lector español de cultura media, es difícil que la hilaridad se mantenga en la traducción.

La descripción es la cuarta técnica más utilizada, con una frecuencia que alcanza el 4,67%. Con este recurso "se reemplaza un término o expresión por la descripción de su forma y/o función" (Hurtado Albir 2011: 270):

- فهتف السيد متهكما حانقا، و كأنما يتم سرد ما سكت كمال عنه:

- و ادرس أيضا [...] نبيين زين نبيين. لم لا، اللهم غفرانك، أكنت حقا تدخر لي هذه المفاجأة؟ (ق. ش.: 609).

- El señor exclamó irónico y furioso, como si completara la lista interrumpida de Kamal:

- *Voy a estudiar también [...] la adivinación del porvenir con espejos y con conchas... ¿Por qué no? ¡Dios misericordioso! ¿Me reservabas de verdad esta sorpresa?* (P. D.: 70).

Este diálogo se produce entre un padre autoritario y su hijo acerca de la carrera universitaria que quiere hacer el joven. Al padre no le gusta la propuesta de Kamal y se pone a burlar de él, hablando del culturema implicado como posible carrera del hijo. El hecho de que este tipo de adivinación del futuro no pueda constituir ninguna carrera universitaria es lo que origina el humor aquí. Con el uso de la descripción, la misma información queda accesible para el lector español.

En quinto lugar aparece la amplificación, cuyo porcentaje de uso asciende al 3,74%. Con esta técnica, los traductores suelen "introduce details that are not formulated in the ST: information, explicative paraphrasing, e. g. When translating from Arabic (to Spanish) to add *the Muslim month of fasting* to the noun of *Ramadan*" (Molina Martínez & Hurtado Albir 2002: 510):

- و يتمنى له [لهتلر] النصر كما تمناه طويلا لعنترة و أبي زيد (ز. م.: 127).

- Y le deseaba [a Hitler] la victoria como, de niño, se la había deseado a los héroes de las leyendas populares, Antar y Abu Zaid (C. M.: 166).

Lo que sostiene la hilaridad es la mezcla que se hace entre la realidad y la ficción en la mente de Kirsha. Este curioso personaje le deseaba la victoria a Hitler, tal como hacía al escuchar las historias de los héroes de las leyendas populares mencionadas. Pero al ser éstos personajes desconocidos para el lector español, la traductora ha preferido añadir un pequeño segmento, con el fin de proporcionar la información que se precisa. Así podría quedar patente la ignorancia de Kirsha y la extraña mentalidad que tiene.

La elisión es la técnica menos frecuente. Sólo cubre el 2,8% de los casos:

- نرجع إلى النيل...

زنوبة بغضب:

- الذهب يا عمر...! (ق. ش.: 729).

- Volvamos al Nilo...

- ¿Y mi oro? –gritó Zannuba, enfadada (P. D.: 324).

Lo cómico deriva del hecho de que Zannuba, que va como una gran señora con Yasin a dar un paseo en coche de caballo por las orillas del Nilo, profiere la palabra *'Umar*, que dilata su vulgaridad. Y es que esta interjección está vinculada en Egipto con las mujeres que pertenecen a las clases sociales más bajas. Como no tiene equivalente en español, los traductores optan por eliminarla, desapareciendo con ello todo rastro de comicidad en la traducción. Ya no se percibe ninguna paradoja entre lo que aparenta Zannuba y lo que realmente es.

Como habremos podido observar, no todas las soluciones traslativas empleadas son capaces de explicitar la información relacionada con los culturemas implicados en el humor. Así, podemos distinguir entre dos tipos de técnicas. El primero explicita la información, salvando los rasgos hilarantes existentes en el texto original. Pertenecen a esta categoría la adaptación, la descripción y la amplificación. En cambio, la segunda categoría se limita a presentar los culturemas tal como vienen en el texto original, sin ningún tipo de información adicional, llegando incluso a suprimirlos. A esta segunda categoría pertenecen la elisión, la traducción literal y el préstamo. La elisión borra cualquier rastro del elemento cultural y con ello desaparece la comicidad del enunciado. Con el préstamo y la traducción literal, la percepción del humor queda a merced del contexto:

- فأتت أحمد جراءة ليست من طبعه، و سأله:

- لماذا لا تقنه بواحدة [زوجة]؟

- واحدة؟!... أنا خطاط، و النساء كالخط أنواع لا يعني نوع عن نوع، فهذه نسخ، و تلك رقعة، و ثلاثة ثلث، و رابعة فارسي (خ. خ.: 541).

- Ahmed se sintió con un valor poco habitual en él y se preguntó:

- ¿Por qué no te contentas con una [esposa]?

- ¡Una! *Yo soy calígrafo, y mujeres, como escrituras, hay de muchos tipos y un tipo no excluye a otro. Esta es nasj, la otra ruqa, la tercera tuluti y la cuarta farsí* (J. A.: 56-57).

La comicidad se basa aquí en la absurda idea que tiene el calígrafo de comparar las mujeres con los distintos tipos de escritura árabe. Aunque la traductora recurre al préstamo para traducir estos elementos, el contexto en el que aparecen le informa al lector de lo que son. Así se mantienen en la versión traducida las mismas condiciones que originan el humor en el texto original. En el caso del préstamo, puede ser igual de importante la combinación del empleo de esta técnica con el de la amplificación:

- نحن ذاهبون إلى زيارة قرافة جدنا الأول!

فقال كمال ضاحكا:

- لنقرأ الفاتحة بالهيروغليفية... (ق. ش.: 676).

- ¡Vamos a visitar el cementerio de nuestros ancestros!

- *¡Recitemos la fátiha en jeroglífico!* –añadió Kamal riendo (P. D.: 212).

Aquí lo cómico deriva de la aplicación de una costumbre popular del Egipto contemporáneo a un elemento icónico de la época faraónica: la pirámide de Keops. Los egipcios modernos suelen visitar el cementerio de sus familiares recitando partes del Corán, especialmente el primer capítulo llamado *fátiha*, como una forma de pedir a Dios que perdone a los muertos. En una excursión con sus compañeros, Kamal equipara su paseo por la zona de las pirámides a la visita de un cementerio y pide a los compañeros que reciten el primer capítulo del Corán, pero en jeroglífico. Y a pesar de que los traductores echan mano del préstamo, el hecho de que al final de la traducción incluyan una lista de elementos que van explicando, deja – hipotéticamente- al lector de la versión española en las mismas condiciones que tiene el receptor de la obra original de percibir los rasgos hilarantes en este enunciado.

Si sumamos los porcentajes de uso de las tres técnicas que explicitan la información, observamos que su empleo apenas alcanza el 30,85%. El 69,15% restante corresponde a la aplicación de técnicas que no explicitan ninguna información acerca del culturema. Por otra parte, el papel que juega el contexto en facilitar la percepción de la hilaridad es poco decisivo en nuestro corpus, ya que sólo afecta al 3,74% de los casos. Teniendo este último factor en cuenta, podemos afirmar que los

textos traducidos ofrecen información relacionada con los elementos culturales implicados en la comicidad en tan sólo el 34,59% de los supuestos. En el 65,41% de los enunciados no se proporciona ninguna información acerca de estos elementos, por lo que la percepción de la comicidad podría quedar bloqueada. Estos porcentajes aparecen reflejados en las FIGURAS 2 y 3.

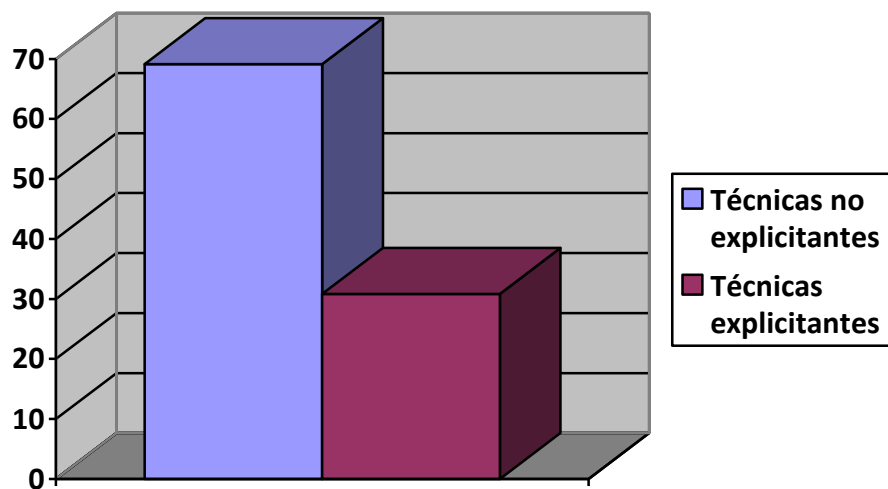
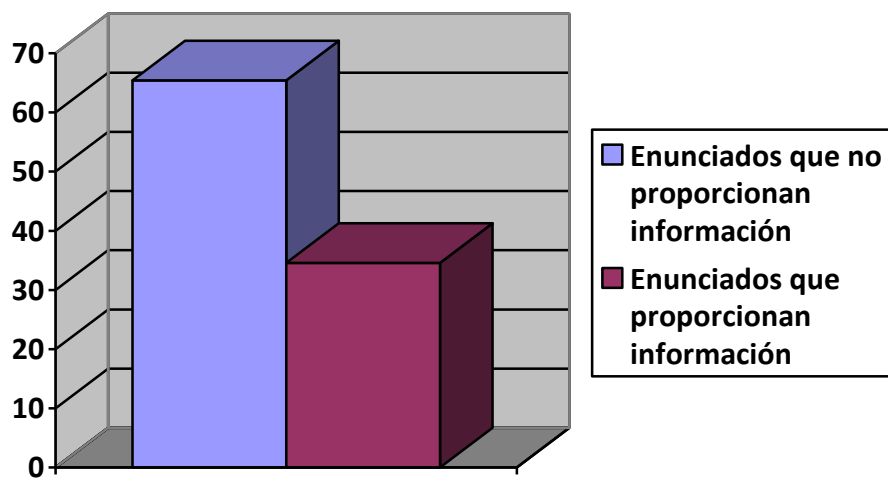


FIGURA 2. Porcentaje de uso de las técnicas explicitantes de la información



6. CONCLUSIONES

La cultura incide en dos aspectos esenciales del humor: el estilo y la estimulación. Así, determina los objetivos que los individuos pueden perseguir al echar mano de la comicidad y fija los motivos por los que pueden reír.

Para la identificación de los culturemas, nos hemos fijado en tres aspectos: su especificidad, implicación en el proceso comunicativo y capacidad de originar problemas traslativos. Analizando el humor desde una perspectiva relevantista, rechazamos la explicación basada en la incongruencia-resolución, dado que en muchos enunciados ni se detecta incompatibilidad entre los componentes del texto ni se exige que se dé marcha atrás para buscar una nueva interpretación que disuelva la susodicha contradicción. En realidad, lo que suele originar el humor en el texto es el grado anormal de informatividad -superior o inferior al usual-, que obliga al receptor a que realice, innecesariamente, un esfuerzo interpretativo superior al normal. No obstante, creemos que sería erróneo limitar la comicidad a lo puramente lingüístico, por lo que reclamamos una explicación de carácter social de tal fenómeno. Tras el análisis realizado, hemos establecido que resultará jocoso cualquier segmento que una vez interpretado pueda:

1. Contradecir cualquier supuesto consolidado en el contexto (lingüístico, cognitivo, social, etc.) y carecer, al mismo tiempo, de la menor posibilidad de modificar la visión que inicialmente se tiene al respecto.
2. Haber costado un esfuerzo interpretativo mayor al normal y no tener ninguna justificación razonable para ello.

Pero, ¿cómo interactúa lo cultural con lo lingüístico en la creación del humor? Según nuestro análisis, los culturemas suelen intervenir en el proceso de comunicación, expresando cierta información implícita esencial para la comprensión del enunciado y la detección de los rasgos humorísticos. El receptor del texto original se basa en sus conocimientos culturales para procesar adecuadamente el discurso hilarante. Por su parte, el lector de la traducción necesitaría acceder a esta misma

información, para poder interpretar el discurso de forma parecida a como sucede con el texto original. El traductor es quien tiene que explicitar esta información en la traducción. Para hacerlo, dispone de una serie de técnicas traductivas que ha de aplicar en función de cada caso.

Pero en su quehacer ha de procurar no caer en la trampa de los falsos amigos, puesto que los culturemas son la consecuencia de un trasvase cultural y se originan únicamente en el marco de dos culturas. Por su parte, el humor sólo nace en un contexto dado, lo cual hace que los aspectos pragmáticos sean imprescindibles para su percepción. Y como el proceso de traducción suele conllevar ciertas modificaciones en el contexto original, es posible que se produzcan cambios graves que influyan en el humor y su percepción.

Haciendo un análisis cuantitativo de las técnicas aplicadas a la traducción del humor en Naguib Mahfuz, detectamos el empleo de seis soluciones traslativas. Distinguimos entre dos tipos de técnicas. El primero explicita la información relacionada con los culturemas, intentando salvaguardar los rasgos hilarantes. Integran esta categoría la adaptación, la descripción y la amplificación. La segunda categoría se limita a suprimir los culturemas o a presentarlos tal como vienen en el texto objeto, sin ninguna información adicional. A esta segunda categoría pertenecen la elisión, la traducción literal y el préstamo. Con la aplicación de la elisión desaparece la comicidad del enunciado. Con el préstamo y la traducción literal, la percepción del humor queda a merced del contexto, que en nuestro corpus juega un papel casi imperceptible. Los porcentajes de uso de las técnicas que explicitan la información no superan el 30,85%. A su vez, los enunciados que no proporcionan información acerca de los culturemas rondan el 65%. Con estas cifras, podríamos afirmar que la percepción de la comicidad en las traducciones españolas de Mahfuz quedaría bloqueada en dos de cada tres enunciados. No obstante, este resultado ha de ser corroborado mediante la realización de un estudio empírico que analice el grado de percepción de la comicidad en los textos originales, comparándolo con su recepción en sus respectivas traducciones. No hemos de olvidar que el humor es, en última instancia, un mecanismo social de defensa de los valores compartidos por los miembros de una misma comunidad; dichos valores pueden divergir de una sociedad

a otra. Siendo así las cosas, sería erróneo limitar su creación y percepción a lo puramente lingüístico. Los datos ofrecidos en este trabajo sólo abarcan este último aspecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Baker, M. (2011). *In other words: A coursebook on translation*. London: Routledge.
- Bergson, H. (2008). *La Risa: Ensayo sobre la Significación de lo Cómico*. Madrid: Alianza Editorial.
- Carbelo-Baquero, B., Alonso-Rodríguez, M. C., Valero-Garces, C. & Thorson, J. A. (2006). A study of sense of humor in Spanish and American samples. *North American Journal of Psychology*, 8 (3), 447-454.
- Chen, G. & Martin, R. A. (2007). A comparison of humor styles, coping humor, and mental health between Chinese and Canadian university students. *Humor. International Journal of Humor Research*, 20 (3), 215-234.
- Fine, G. A. & Soucey, M. (2005). Joking cultures: Humor themes as social regulation in group life. *Humor. International Journal of Humor Research*, 18 (1), 1-22.
- Hofstede, Gert Jan. Humour across cultures: An appetizer. Recuperado el 15 noviembre, 2014 de http://www.dialogin.com/fileadmin/Files/User_uploads/Humour.pdf
- Jáuregui, E. (2008). Universalidad y variabilidad cultural de la risa y el humor. *Revista de Antropología Iberoamericana*, 3 (1), 46-63.
- Hurtado Albir, A. (2011). *Traducción y traductología*. Madrid: Cátedra.
- Kalliny, M., Cruthirds, K. W. & Minor, M. S. (2006). Differences between American, Egyptian and Lebanese humor styles. Implications for international management. *International Journal of Cross Cultural Management*, 6 (1), 121-134.
- Ku, M. (2006). *La Traducción de los Elementos Lingüísticos Culturales (Chino-Español)*. Estudio de [Sueño en las Estancias Rojas]. Tesis doctoral no publicada, Universidad Autónoma de Barcelona, España.

- Labarre, W. (1947). The cultural basis of emotions and gestures. *Journal of Personality*, 16 (1), 49-68.
- Luque Nadal, L. (2009). Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales?. *Language Design*, 11, 93-120.
- Mahfuz, N. (1972). *Zuqāq al-Midaq* [El callejón de al-Midaq]. Beirut: Dār al-Qalam.
- Mahfuz, N. (1988). *El Callejón de los Milagros* (traducción de Helena Valentí). Barcelona: Alcor.
- Mahfuz, N. (1990). *Al-Qāhira al-ŷadīda* [El Cairo nuevo] y *Jan al-Jalīlī*, en *al-Mu'allafāt al-Kāmila* [Obras Completas]. Beirut: Maktabat Lubnān Nāširūn, vol. 1: 429-638.
- Mahfuz, N. (1991). *Bayn al-Qaṣrayn, Qaṣr al-Šawq* y *al-Sukkariyya*, en *al-Mu'allafāt al-Kāmila* [Obras Completas]. Beirut: Maktabat Lubnān Nāširūn, vol. 2: 325-970.
- Mahfuz, N. (2007). *Jan Aljalili* (traducción de Belén Campos García). Madrid: Alianza Editorial.
- Mahfuz, N. (2010a). *Entre Dos Palacios* (traducción de Eugenia Gálvez Vázquez et al.). Madrid: Ediciones Martínez Roca.
- Mahfuz, N. (2010b). *Palacio del Deseo* (traducción de Eugenia Gálvez Vázquez et al.). Madrid: Ediciones Martínez Roca.
- Mahfuz, N. (2011a). *El Cairo Nuevo* (traducción de Marcelino Villegas González). Madrid: Alianza Editorial.
- Mahfuz, N. (2011b). *La Azucarera* (traducción de Eugenia Gálvez Vázquez et al.). Madrid: Ediciones Martínez Roca.
- Marshall, L. (1961). Sharing, talking, and giving: Relief of social tensions among !Kung bushmen. *Africa*, 31 (3), 231-249.
- Martin, R. A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J. & Weir, K. (2003). Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the humor styles questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 37 (1), 48-75.

- Mayoral Asensio, R. (1994). La explicitación de la información en la traducción intercultural. En A. Hurtado Albir (Ed.), *Estudis sobre la traducció* (pp. 73-96). Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Mendiburo, A. & Páez, D. (2011). Humor y cultura: correlaciones entre estilos de humor y dimensiones culturales en 14 Países. *Boletín de psicología*, 102, 89-105.
- Molina Martínez, L. (2001). *Análisis Descriptivo de la Traducción de los Culturemas Árabe-Español*. Tesis doctoral no publicada, Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Molina Martínez, L. & Hurtado Albir, A. (2002). Translation techniques revisited: A dynamic and functionalist approach. *Meta*, 47 (4), 498-512.
- Newmark, P. (2006). *Manual de traducción*. Madrid: Cátedra.
- Nida, E. (1945). Linguistics and ethnology in translation problems. *Word*, 1 (2), 194-208.
- Ritchie, G. (1999, noviembre). Developing the incongruity-resolution theory. Ponencia presentada en el *Symposium on Creative Language: Humour & Stories*, Edinburgh, Escocia. Recuperado el 15 marzo, 2018 de <https://www.era.lib.ed.ac.uk/bitstream/1842/3397/1/0007.pdf>
- Soto Almela, J. (2013a). La traducción de culturemas en el ámbito del patrimonio cultural: análisis de folletos turísticos de la Región de Murcia. *Tonos Digital*, 24 (0). Recuperado el 15 marzo, 2014 de <http://www.um.es/tonosdigital/znum24/secciones/tritonos-3-culturemas.htm>
- Soto Almela, J. (2013b). La traducción de términos culturales en el contexto turístico español-inglés: recepción real en usuarios anglófonos. *Quaderns: revista de traducció*, 20, 235-250.
- Soto Almela, J. (2014a). *Los Términos Culturales en el Ámbito Turístico Español-Inglés: Traducción, Manipulación y Recepción Real en Usuarios Anglófonos*. Tesis doctoral no publicada, Universidad de Murcia, España.
- Soto Almela, J. (2014b). Referencias culturales en el ámbito de la flora: estrategias traslativas en folletos turísticos de la Región de Murcia (España). *Cadernos de Tradução*, 2 (34), 142-166.

- Sperber, D. & Wilson, D. (1994). *La Relevancia. Comunicación y procesos cognitivos*. Madrid: Visor.
- Tylor, E. B. (1976). *Cultura Primitiva*. Madrid: Editorial Ayuso, 1976.
- Wilson, D. & Sperber, D. (2004). La teoría de la relevancia. *Revista de Investigación Lingüística*, 7, 237-286.
- Yus Ramos, F. (1995-96). La teoría de la relevancia y la estrategia humorística de la incongruencia-resolución. *Pragmalingüística*, 3-4, 497-508.