

Joanna Wilk-Racięska

EL HUMOR COMO UN INSTRUMENTO DE COMUNICACIÓN NO SIEMPRE CÓMICO

Universidad de Silesia

joanna.wilk-racieska@us.edu.pl

Resumen: El objetivo del presente artículo es reanalizar la estructura del chiste lingüístico en los términos de la lingüística cultural como se la entiende en Wilk-Racięska (2012). Esta variante de lingüística cultural es una teoría de carácter multidimensional y sus métodos se originan en distintas ramas científicas. Siendo destinada a investigar de un modo complejo los fenómenos lingüísticos debidos a la evolución de las lenguas naturales, contactos entre lenguas y fenómenos que oscilan entre lengua, cultura y sociedad, la lingüística cultural enfoca tres perspectivas lingüísticas principales: semántica, pragmática y lingüística cognitiva.

En el estudio que proponemos a continuación presentaremos, en primer lugar, los objetivos y la metodología de la lingüística cultural y las definiciones de los términos cruciales para este artículo, tales como humor, chiste, etc., como los entiende Vigara Tauste (2013). El punto de salida del análisis será la teoría de Raskin (1986, 2015). Teniendo en cuenta el esquema de la construcción del chiste lingüístico propuesto por Raskin, intentaremos analizar la estructura interna de tales chistes y delimitar, por sus características semántico-sintácticas, socio-pragmáticas y pragmático-cognitivas, los tipos de chistes como actos comunicativos.

Palabras clave: humor, análisis semántico-sintáctico, análisis pragmático, lingüística cognitiva, lingüística cultural

Title: Humor schemes as not always comic communication tools

Abstract: The aim of the paper is to re-analyze the structure of linguistic joke from the point of view of cultural linguistics (Palmer, 2000; Wilk-Racięska, 2012), understood as a multidimensional research system which, depending on the phenomenon under investigation uses various tools. This time we'll use semantic, syntactic, pragmatic and cognitive tools.

In the first place, we will outline the aims and the tools of cultural linguistics' methodology as presented in Wilk-Racięska, 2012 and the definitions of terms as humor, joke etc., (Vigara, 2013). The V. Raskin (1986) theory will be the analysis starting point.

Taking into account the Raskin's outline of a joke construction, we will try to analyze the internal structure of linguistic jokes and define selections of those jokes as seen as communicative acts, according to their semantic-syntactic, socio-pragmatic and pragmatic-cognitive features.

Keywords: Humor, semantic-syntactic analysis, pragmatic analysis, Cognitive Linguistics, Cultural Linguistics.

I. INTRODUCCIÓN

El humor es uno de estos fenómenos que oscilan entre lengua, cultura y sociedad y por ello no se dejan estudiar de una sola perspectiva a la vez, es decir, no podemos estudiarlos como fenómenos solamente socio- o etno- o bien psicolingüísticos. Y dentro del marco de la lingüística tampoco se pueden aplicar a su estudio herramientas exclusivamente pragmáticas o p. e. cognitivas.

Según una definición ya clásica de Fernández Flórez "el humor es, sencillamente, una posición ante la vida [y no], como vienen sosteniendo los filósofos, una variedad de lo cómico, [es] un fenómeno estético más complejo, un proceso anímico reflexivo, en el que entra como materia prima e inmediata el sentimiento de lo cómico en cualquiera de sus múltiples formas" (Fernández Flórez, 1945:10, *c.f.* Vigara, 2013:85)

Por este motivo, el resultado de una investigación unilateral y/ o superficial (es decir, desde un solo punto de vista) nunca será completa. A veces tal investigación puede resultar engañosa como en la conocida alegoría sobre los ciegos y el elefante en la cual unos ciegos de Indostán querían aprender -sirviéndose tan solo del tacto- cómo era un elefante. Las conclusiones resultaron muy distintas, ya que cada uno de los ciegos juzgaba el aspecto del elefante por el fragmento que había tocado. En consecuencia, aunque cada uno de estos ciegos tenía razón, era solamente una parte de la razón. Ello quiere decir que para estudiar un fenómeno tan complejo como lo es el humor tenemos que buscar instrumentos adecuados, bien elegidos y aplicarlos cuidadosamente a respectivas etapas del estudio.

El objetivo principal de nuestro estudio será uno de los llamados subtipos del humor: el chiste. No nos contentaremos con presentar la definición del chiste y explicar su construcción – esto ya está hecho por otros investigadores, sino que, una vez presentada la definición y la instrucción de *qué* hay que hacer para construir un chiste, la reanalizaremos y propondremos un estudio del maderaje que sirve para esta construcción y los métodos lingüísticos que permiten analizar el fenómeno. Así funciona una variante de la lingüística cultural cuya metodología aplicaremos a lo largo del estudio presente.

II. MÉTODO Y DEFINICIONES BÁSICAS

Esta variante de *lingüística cultural* es una teoría de carácter multidimensional y sus métodos se originan en distintas ramas científicas. No obstante, la variante que proponemos siendo destinada a investigar de un modo complejo los fenómenos lingüísticos debidos a la evolución de las lenguas naturales, contactos entre lenguas y fenómenos que oscilan entre lengua, cultura y sociedad, enfoca tres perspectivas lingüísticas principales:

1. la semántica, que descifra la estructura conceptual de las expresiones lingüísticas y constituye el maderaje mental de cada lengua natural;
2. la pragmática, que propicia el análisis de las funciones discursivas de estas expresiones;
3. y la lingüística cognitiva, que facilita el entendimiento de las motivaciones cognitivas de su uso y evolución.

El empleo de las herramientas pertenecientes a cada uno de estos enfoques es posible gracias a la interdependencia entre las funciones discursivas, la motivación cognitiva y la estructura semántica, la cual, por su parte, está íntimamente vinculada con la perspectiva sociológica y cultural. (cf. Wilk-Racięska, 2012:65-82)

No obstante, antes de nada, empezaremos por las definiciones de los términos claves que son *humor*, *humorismo*, *comicidad* y *chiste*. Entre miles de definiciones presentadas por los investigadores hemos elegido las de Vigara Tauste (2013) que nos parecen más adecuadas para nuestro estudio y que presentaremos a continuación.

Los usos actuales del término *humor* presentan al menos tres acepciones. Las más comunes son las que facilita la Real Academia Española:

1. m. Genio, índole, condición, especialmente cuando se manifiesta exteriormente.
2. m. Jovialidad, agudeza. *Hombre de humor*.
3. m. Disposición en que alguien se halla para hacer algo.
4. m. Buena disposición para hacer algo. *¡Qué humor tiene!* (cf. RAE, en línea),

pero desde aquí nos interesa la que considera el humor "una actitud en acción, dirigida también en una sola dirección, la positiva, y con pretensiones cómicas".(Fernández Flórez, 1945, cf. Vigara, 2013:10)

El *humorismo*, por su parte se define como un modo de presentar, enjuiciar o comentar la realidad, resaltando el lado cómico o ridículo de las cosas.

Ahora bien, ¿cuál es la diferencia entre el *humorismo* y la *comicidad*? La define perfectamente Vigara (2013: 9) citando a Forges¹:

- *Uno va por la calle, se cae: eso es lo cómico.*
- *...Lo humorístico es lo que dice después el tío...*

Y así pasamos a la última definición, la de chiste que es la que más nos interesará aquí. La mayoría de los autores definen el chiste como

“un subgénero humorístico y pseudoliterario, que se mueve habitualmente en el terreno de la ficción y se define por su función lúdica, su intencionalidad cómica, su brevedad, su efecto-sorpresa y su "cierre" previsto. El conjunto de todas estas características hace del chiste, por un lado, algo diferente de cualquiera de los otros subgéneros humorísticos o cómicos que existen; y es seguramente, por otro, el principal responsable de su éxito social y de su constante presencia en nuestras conversaciones y lecturas. Como tal "tipo" establecido, el chiste aparece seguramente en todos los idiomas, pues debemos dar por supuesto que todas las culturas son capaces de propiciar la risa —o al menos la sonrisa— en sus usuarios" (Vigara, 2013: 12-13)

Los investigadores están también de acuerdo que, por un lado, estas características del chiste, su brevedad, intencionalidad, su carácter programado con el resultado (risa / sonrisa del interlocutor) esperado por el emiteente y -por el otro- una verosimilitud, coherencia y valor argumentativo que el chiste debe presentar permiten considerarlo un texto. Como sostiene con razón Ana María Vigara, el chiste “no "se hace": se cuenta² (por medios lingüísticos o gráficos). Ni siquiera "se dice": se cuenta, se re-produce para otros, y sólo entonces tiene pleno sentido” (Vigara, 2013: 12-13)

Está claro que hay también otras definiciones del chiste, mucho más generales. Por ejemplo, según la Real Academia, el chiste es “[un] dicho o historieta muy breve que contiene un juego

¹ En la nota (1) a su artículo la autora explica que Forges lo definió “en el coloquio informal que siguió a sus intervenciones en los cursos de verano de la Universidad Complutense (*El humor en serio*, 9 julio 1991)

² Además Vigara observa que la anécdota también es breve y "*se cuenta*, pero se establece sobre el plano de la realidad,[...] se suele identificar su origen y no siempre persigue la comicidad, sino que es, con frecuencia, una simple curiosidad más o menos aleccionadora: el chiste no es un suceso (frente a conceptos como "burla", "chanza", "humorada", "guasa", "chuscada", "gansada", "chirigota", "cuchufleta"...), sino —como ya hemos explicado— un texto (oral o gráfico); por otra, tampoco surge espontánea e improvisadamente (frente a "gracia", "agudeza", "ingeniosidad", "salida", "ocurrencia"...), puesto que existe ya (desde su concepción, con su "cierre" previsto) como pre-texto antes de su actualización y presenta además una peculiar tendencia a la fijación (en el contenido, pero no estrictamente en la forma). " (íbidem)

verbal o conceptual capaz de mover a risa. Muchas veces se presenta ilustrado por un dibujo, y puede consistir solo en este". En el Diccionario de M^a Moliner encontramos la siguiente definición: "frase, cuento breve o historieta relatada o dibujada que contiene algún doble sentido, alguna alusión burlesca, algún disparate, etc., que provocan risa".

No obstante, como podemos observar, la información clave en ambas definiciones alegadas (y, prácticamente en todas las que podemos encontrar) es la que el chiste "contiene un juego verbal o conceptual capaz de mover a risa" (RAE) y "contiene algún doble sentido, alguna alusión burlesca, algún disparate, etc., que provocan risa" (M^a Moliner). Descubrir y entender el mecanismo de este *juego verbal, doble sentido, alusión o disparate* constituye un reto para el lingüista.

III. ESQUEMA INSTRUCTIVO: ¿QUÉ HACER PARA CONSTRUIR UN CHISTE?

Fue Victor Raskin (1986) el investigador estadounidense, quien dio el primer paso satisfactorio hacia la explicación de este fenómeno.

El lingüista se propuso crear una teoría del humor formulada en términos puramente semánticos, y basada en las condiciones lingüísticas necesarias y suficientes para que un texto sea cómico y, por primera vez presentó una estructura general del chiste. Para formular su teoría Raskin se sirvió del método de los *guiones* o *escenarios* (= estructuras o redes de representación semántica) sosteniendo que un chiste es compatible en su totalidad o en una parte con dos guiones diferentes contrastados de un modo especial. Basándose en la idea de Jackendoff (1983) el autor advierte que los guiones (*scripts*)³ son, las estructuras o redes de representación semántica de los conocimientos y experiencias particulares de los hablantes, pero condicionadas por los conocimientos y experiencias sociales y culturales de la comunidad de hablantes de una lengua dada. Dicho sea de paso, el término de guión (*script*) fue acuñado ya por Schank y Abelson, en el año 1977, quienes explican que

"un guión [...] está lleno de huecos y requerimientos sobre lo que puede rellenar estos huecos. La estructura es un todo interconectado, y lo que está en un hueco afecta a lo que pueda estar en otro. Los guiones manejan situaciones cotidianas esquematizadas. No están sujetos a muchos cambios, tampoco

³ el *script* „is a large chunk of semantic information surrounding the word or evoked by it. The script is a cognitive structure internalized by the native speaker and it represents the native speaker's knowledge of a small part of the world (...) (Raskin,1986:81).

ofrecen los mecanismos para tratar situaciones totalmente nuevas. Así, un guión es una secuencia de acciones predeterminada y estereotipada que define una situación bien conocida" (Schank y Abelson, 1987: 56).

Para ilustrar su idea de los guiones contrastados Raskin se sirvió de un ejemplo que, desde entonces ha ganado mucha fama:

Juan y María habían vivido tranquilamente durante 20 años...

Después se conocieron

La oración *Después se conocieron* sirve como clave que permite al receptor reinterpretar el texto, es decir, analizar los guiones opuestos "vivir juntos – vivir separados" y resolver la trampa semántica.

Esto significa que "la interpretación semántica de un texto que responde a dos guiones (scripts) entre los cuales uno está oculto, ocasiona que el texto se perciba como un chiste" (Raskin 1986: 118)⁴.

Veamos otros chistes basados en el mismo esquema:

Llega un señor al cine y pregunta a la primera persona que ve sentada:

- *Disculpe, ¿Está ocupado?*

- *No - responde el sujeto*

Entonces el señor le dice:

- *Tráigame unas palomitas...*⁵

Un pez pregunta al otro:

- *¿Qué hace tu papá?*

- *Nada*

La propuesta de Raskin fue tan acertada que se ha convertido en el fundamento de la mayoría de las teorías de humor que se han creado desde el momento de su aparición. La encontramos por ejemplo, en Attardo (1988 y ss.) o Awdiejew (1995). Este último investigador se propone

⁴ La nueva y muy interesante aportación de Raskin: "Linguistic heuristics of humor: a script-based semantic approach" publicada en mayo 2015, también sigue la idea básica del libro citado.

⁵ Todos los chistes citados provienen de la página web <http://www.1000chistes.com/chistes-buenos>

ordenar las así llamadas “condiciones de elegancia” de chistes lingüísticos. El chiste se construye pues, según el siguiente esquema: preparar una trampa semántica disimulándola en el contexto; ofrecer la clave de reinterpretación que permita al interlocutor reinterpretar el texto y entender la idea del chiste. (cf. Awdiejew 1992:80-83)

El término clave de la teoría raskiniana es el de *contraste*. Aunque Raskin advierte que su teoría ha de ser puramente semántica, nosotros apostaríamos a que el autor no hubiera adoptado la definición lógico-semántica del término *contraste* (o paradoja semántica) que suele usarse en los estudios –digamos- puramente semánticos, y, según la cual el contraste (paradoja) “se apoya en la coexistencia o cohabitación de dos contradictorios o contrarios” (S.Gutiérrez, 1997: 21)

Si fuera así, todos los chistes se construirían en la base de la infracción del principio de no contradicción, hecho que implica, que el proceso de construir la trampa semántica y, (¡lo, que es más importante!) la clave de reinterpretación deberían ser iguales para todos los chistes. ¿Cuántos chistes pueden fundamentarse tan sólo en la regla del contraste semántico, es decir la idea de contradicción, sin dejar de ser cómicos?

Así las cosas, suponemos que el autor adoptó otra definición de contraste -ya no tan restringida- como, por ejemplo, la formulada por la Real Academia según la cual por el contraste entendemos “ oposición, contraposición [pero también] diferencia notable que existe entre personas o cosas”. (DRAE, en línea)

La *diferencia notable* ya nos abre el camino a la investigación más profunda y exhaustiva de la construcción del chiste. Por este motivo, ya en uno de nuestros artículos anteriores (Wilk-Racjńska, 2002) propusimos reanalizar “las condiciones de la elegancia” formuladas por A. Awdiejew (1995) y basadas en “la semántica del humor” de V. Raskin (1986). En nuestra opinión, dichas condiciones se asientan en las reglas semántico-sintácticas universales que no pueden romperse. La trampa semántica no consiste, pues, en «romper», sino en «esconder» el funcionamiento de una regla semántico-sintáctica. Sólo una parte de los chistes “lingüísticos” se basa en la idea de contraste lógico, considerada por Awdiejew como una de las condiciones más importantes.

IV. ¿CÓMO CONSTRUIR EL CHISTE?: MÉTODOS DE CONSTRUIR, DISIMULAR Y DESCIFRAR LA TRAMPA SEMÁNTICA

El problema es importante porque, como veremos, son diferentes las reglas semántico-

sintáctico-pragmáticas que sirven para preparar y disimular la trampa semántica.

Una vez presentados los esquemas del chiste lingüístico de Raskin y su reformulación de Awdiejew, y precisado el concepto de *contraste*, las preguntas que ahora se nos plantean son: ¿cómo preparar la trampa lingüística? y ¿qué puede servir como clave de reinterpretación para que el receptor cayera en ella?

Es evidente que la preparación de la trampa semántica que es una de las condiciones del éxito de un chiste hace indispensable la elaboración de tal estructura semántico-sintáctica, que ofreciera tanto la posibilidad de dos lecturas diferentes, como la clave de reinterpretación. El primer paso será, pues, descubrir qué herramientas lingüísticas permiten disimular la trampa semántica.

Empecemos por un ejemplo ya clásico del chiste basado en las relaciones sintáctico-semánticas:

- *¿Qué animal come con la cola?*
- *Todos....porque ninguno se la quita para comer*

En este chiste es la pregunta la que prepara la trampa basándola en las posibilidades combinatorias de la preposición *con*, la cual precedida de un verbo de acción presupone el medio, modo o instrumento que sirve para hacer alguna cosa, mientras que la respuesta bloquea y, en efecto rechaza este supuesto permitiéndonos reinterpretar la primera oración y encontrar otra posibilidad interpretativa en categorías de la parte de un todo que también es posible.

La construcción y la disimulación de la trampa pueden consistir en distintos tipos de relaciones lingüísticas. En el chiste siguiente la trampa se fundamenta en contrastar aparentemente los planos de la lengua:

- *¿En qué acaban todas las cosas?*
- *En la „s“.*

La pregunta del chiste sugiere una respuesta filosófica y la respuesta descubre otra posibilidad: el plano metalingüístico.

Hay también chistes basados en los juegos fónicos:

- *¿En qué se parece una vaca a un boxeador argentino?*
- *En que la vaca da leche y el argentino dice “dale, che”*

Como acabamos de ver, la trampa y su disimulación en los chistes contruidos según el esquema raskiniano consiste ante todo en perfilar la lectura más fácilmente reconocible – por lo general, la prototípica- para después descubrir la menos típica. No obstante hay un grupo de chistes contruidos “al revés”, es decir siendo el sentido metafórico el más fácilmente reconocible, la

clave de reinterpretación invita a descubrir su sentido literal. A este grupo pertenecen ante todo los chistes basados en modismos, fraseologismos o frases hechas:

- *Mi hijo deja a todo el mundo con la boca abierta*
- *¿Y qué hace su hijo?*
- *Es dentista*

Podemos entonces concluir que, por lo general, el proceso de disimulación consiste, pues, en perfilar el sentido del término constituyente de la estructura, de modo que la lectura o el sentido prototípico -que siempre es más fácilmente recuperable- sólo sea posible, mientras que la clave de reinterpretación propuesta al receptor le invita a negar esta lectura prototípica recurriendo a un re-análisis de la primera proposición.

Una vez comprendida la clave, el receptor tiene que reinterpretar el sentido transmitido a través de la primera proposición y unirle al sentido transmitido por la segunda.

De los chistes analizados hasta ahora vemos pues que la construcción de la trampa aprovecha el principio de relevancia. Para los autores de la Teoría de la Relevancia (TR), la forma en que se guía el proceso comunicativo es comparable a los movimientos armoniosos que lleva a cabo la pareja en el baile donde uno de los participantes se deja llevar por el otro (Sperber y Wilson, 1986:43).

Para preparar la trampa es también muy popular el uso de la elipsis. En la comunicación existe un tipo del "procedimiento de ahorro" (Garrido, 1997:138) que consiste en que el emisor omite ciertas cosas, porque el receptor no las necesita para entender el mensaje. Este procedimiento semántico-sintáctico se relaciona con el principio de economía cognitiva.

En este momento, hay que subrayar que, aunque el uso de elipsis es una manera reconocida en la comunicación cómica, en la mayoría de los chistes que se basan en ella, la elipsis sirve para presentar el resultado de un simple descuido, más bien, que de un recurso intencionado: *Doctor, cuando me toco aquí me duele y aquí también, y aquí, y aquí, y aquí...*

- *Amigo – dice el médico – lo que usted tiene es el dedo roto*

Es bien sabido que la idea de guiones que Raskin utilizó para crear su teoría ha sido y sigue siendo evolucionando. Por ejemplo, los Modelos Cognitivos Idealizados (MCIs) de Lakoff (1987) han revolucionado nuestro modo de pensar en los fenómenos lingüísticos más complejos. Aunque actualmente las definiciones de MCI son variadas, puesto que se inscriben

en los pensamientos lingüísticos de diferentes autores⁶, su idea básica sigue siendo la misma: es un esquema situacional instructivo que no debe confundirse con la realidad. Ello significa que un esquema situacional implica una serie de escenas estereotipadas y/o secuencias de acciones que mantienen una determinada dependencia causal, pero no suelen repetirse literalmente en la realidad. Es una forma de organizar el conocimiento humano en paquetes de conocimientos prototípicos interconectados y permite analizar los chistes en los cuales la trampa ya no necesariamente se fundamenta en contrastar dos guiones opuestos del tipo presentado hasta ahora.

Vamos a demostrar el funcionamiento de este esquema instructivo y su utilidad para el análisis de los chistes en un ejemplo⁷ precedido de una pequeña introducción.

Como sabemos, los nudos de acceso a nuestro conocimiento "almacenado" en la mente en forma de esquemas o paquetes son los conceptos. Por ejemplo, el concepto de HIJO activa automáticamente al de PADRES. Ahora bien, el escenario más típico donde se encuentran los dos actores es el de CASA FAMILIAR/ FAMILIA.

En el caso del conocimiento humano "empaquetado" se origina, entre otras posibilidades, la de crear chistes. Veamos nuestro ejemplo:

- *Pepito, hijito, necesito hablar contigo de un tema muy importante*
- *¿De qué tema, papá?*
- *De sexo*
- *Claro papá*

Vemos que el chiste está ubicado en un escenario situacional tipo FAMILIA que suele implicar una serie de escenas estereotipadas y secuencias de acciones que mantienen una dependencia típica: RELACIONES JERÁRQUICAS ENTRE PADRES E HIJOS. No obstante, una vez evocado el escenario prototípico, el emisor nos ofrece la clave reinterpretativa que, sin abandonar el escenario de FAMILIA, empuja al lector a tomar el

⁶ Dentro del marco de la lingüística cognitiva hay muchas ideas acerca de MCI, pero todas se desarrollan a partir de cuatro fuentes: la teoría de la metáfora y LA metonimia de Lakoff y Johnson (1980); EL marco semántico de Fillmore (1982); los postulados de la gramática cognitiva de Langacker (1986) y la teoría de espacios mentales de Fauconnier (1985). (c.f. Gilbert, 2000)

⁷ Hemos desarrollado esta idea con más detalle en Wilk-Racieska, 2010

rumbo contrario, evocando una relación distinta entre los actores, todavía no estereotipada, aunque cada día más natural:

Claro papá, ¿qué quieres saber?

Durante nuestras investigaciones hemos encontrado también chistes, aparentemente muy simples, cuyo análisis rebasa, sin embargo, la teoría puramente semántica de Raskin.

Veamos un chiste con la trampa basada en la relación de la función prototípica de un objeto, o bien, dicho de otra manera, en su propiedad básica que es la información sobre su destino o función que todos los nombres comunes contienen en sus sentidos:

¿Cuál es el colmo de un constructor?

¡Qué respuestas podemos imaginarnos y en qué las fundamentamos?

En primer lugar, intentamos combinar el sentido de la locución *ser una cosa el colmo* (ser insuperable, desmesurada o intolerable) con el sentido prototípico o función prototípica de *constructor* (que se dedica a la construcción de los edificios, etc.). Pero, ello no nos dice nada! Al contrario, disimula con éxito la interpretación preparada por el emisor, la cual se nos abre gracias la clave de reinterpretación:

- *Que se llame Armando Paredes Icaza*

la relación del guión abierto así, con la función prototípica no es nada directa y sólo puede explicarse mediante las llamadas integraciones conceptuales de Fauconnier y Turner (2002), la cual es uno de los logros más interesantes de la lingüística "interrelacionada".

Resumiendo todo lo dicho hasta ahora, podemos decir que la teoría de Raskin nos ofrece un esquema de construir chistes que también puede llamarse instructivo, pero no se adentra en el análisis de los métodos de realizar las respectivas etapas de esta construcción. En otras palabras, Raskin y muchos de sus seguidores nos informan de *qué hay que hacer* y ya no de *cómo* hacerlo. A lo largo de esta ponencia vamos proponiendo un análisis de la segunda etapa de la construcción de los chistes es decir qué herramientas lingüísticas se utilizan para construir la trampa y por qué es posible disimularla. Hemos visto pues que la trampa y su disimulación pueden fundamentarse en relaciones lingüísticas de todo tipo.

No obstante, no todos los chistes mantienen el esquema propuesto y pueden analizarse mediante los instrumentos presentados hasta ahora.

Otro tipo de chistes son los que deben analizarse mediante las herramientas pragmáticas casi en exclusivo. Son chistes que no disimulan la trampa aunque sí, ofrecen una clave. Esta vez, sin embargo no se trata de *reinterpretación* sino de *comprensión*. Esta *clave de comprensión*

son los *topoi* cuya idea fue reformulada por Anscombe y Ducrot (1995/1988) a partir de la idea originaria de Aristóteles. Los *topoi* son saberes implícitos, que subyacen en la memoria latente y que se activan cuando el receptor busca una interpretación adecuada del mensaje transmitido por el emisor. Tenemos dos tipos de *topoi*: los intrínsecos que resultan de la naturaleza de la lengua y de nuestro conocimiento de las reglas lingüísticas y los extrínsecos que no son otra cosa que los bien conocidos estereotipos. Los *topoi* intrínsecos como argumentos conversacionales, son racionales y no cancelables, mientras que los extrínsecos en el mismo rol, son cancelables y contextuales y dependen de las creencias, costumbres, hábitos de la comunidad socio-lingüística en que vivimos. Estos últimos, es decir los *topoi* extrínsecos son elementos importantes de la construcción de los chistes que vamos a analizar. (c.f. también Anscombe, 1995).

El fenómeno de este grupo de chistes se explica también con el ya mencionado "procedimiento de ahorro".

El *topos* que ocupa el primer lugar entre las herramientas utilizadas para construir chistes es el estereotipo que entendemos, por lo general, como imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable [aunque cancelable], sabiendo que, en el fondo el estereotipo es mucho más: en primer lugar, es un modo de categorizar y simplificar lo que nos rodea y, por este motivo, nos permite organizar de una manera más fácil nuestra realidad. Los estereotipos pueden ser positivos o negativos y en la mayoría de los casos suelen ser relacionados con género, sexualidad, etnias, clases sociales, profesiones, etc. Además el estereotipo juega un papel muy importante en la política, puesto que nos facilita dividir entre "nosotros" y "ellos". Esta división forma el sentido de la identificación política. Es también un factor muy importante en las relaciones interpersonales y en la publicidad donde se emplean las etiquetas y esquemas. Y por fin, es uno de los elementos imprescindibles de la llamada "argumentación conversacional". En total, el estereotipo forma una parte de suma importancia de nuestra comunicación cotidiana.

Antes de analizar el papel del estereotipo en la construcción de los chistes lingüísticos recordemos que la argumentación es una operación que consta de dos elementos: argumento(s) y conclusión(-ones). La argumentación conversacional se diferencia de la lógica o racional en que la última es un concepto, cuyo objetivo es convencer o demostrar en forma fundamentada y sistemática al interlocutor de que lo que se dice es verdad o es correcto. Por este motivo debe

ser coherente y concisa, tener el sentido, una finalidad y componerse de premisas y una conclusión.

El ejemplo clásico del argumento lógico es este:

premisa mayor: *Todos los hombres son mortales*

premisa menor: *Sócrates es un hombre*

conclusión: *Por lo tanto Sócrates es mortal*

Mientras tanto la argumentación conversacional no siempre hace caso a que sus argumentos sean justos, verdaderos y no cancelables.

Vamos a analizar un chiste basado en uno de los estereotipos más populares que sirve a la vez como argumento conversacional y la clave de comprensión. Se trata de un discurso titulado: ¿Qué hubiese sucedido si en vez de ser 3 Reyes Magos hubiesen sido 3 Reinas Magas?" Pues, en primer lugar,

no se hubiesen perdido

Porque hubiesen preguntado por el camino.

Hubiesen llegado puntualmente

La premisa mayor será la siguiente: *Los Reyes Magos fueron hombres*; la premisa menor ya es un juicio estereotipado: *los hombres son ambiciosos, pues nunca preguntan por el camino*; hay también una premisa más, esta vez en forma de una argumentación racional: *si uno no conoce el camino, y no pregunta, se pierde*. La conclusión que tenemos que sacar es, pues, evidente: *los Reyes Magos se perdieron porque fueron hombres*. Y una más: *los hombres no son puntuales por ambiciosos*. Continuemos:

Hubiesen ayudado en el parto

Hubiesen limpiado el establo

Hubiesen traído regalos útiles

Y también algo para comer

Todos los cuatro argumentos aquí citados se fundamentan en el estereotipo *la mujer es buena ama da casa*. Observemos que, en la actualidad, este estereotipo se vuelve cada vez más

cancelable igual que el estereotipo de *hombre ambicioso*..... El último fragmento del chiste es una conversación entre las Reinas Magas que tiene lugar *inmediatamente después de partir*:

¿Te fijaste en las sandalias que usaba María con esa túnica?, ¿Cómo soportan todos estos animales en la casa?; Dicen que José está sin trabajo; El burro se ve bastante acabado; ¿Virgen? No me hagas reír, yo la conozco desde la Universidad....

En suma, el fundamento de esta conversación es el estereotipo de *mujer chismosa y maliciosa que no puede vivir sin denigrar*. Para comprender el chiste no necesitamos buscar la clave de reinterpretación ni analizar guiones, porque la trampa no existe. Nos basta con conocer -aunque no necesariamente compartir- los estereotipos utilizados como la clave de comprensión.

En el chiste que presentamos a continuación, encontramos dos topos que juntos sirven como *clave de comprensión*: el primero es el estereotipo (chistes de suegras) y el otro son nuestros conocimientos del mundo contemporáneo:

- *Y tu suegra ¿cómo es?*
- *Bueno... si viviera en la India sería un ser sagrado, y si viviera en Inglaterra estaría loca*

Los topos o, mejor dicho, los conocimientos compartidos por el emisor y el receptor constituyen una base muy importante para los chistes cuya explicación mediante solamente la teoría raskiniana ya no resultaría satisfactoria

La conclusión de este breve esbozo sería pues la siguiente:

- I. El *contraste* en que se fundamenta la mayoría de los chistes aprovecha un *contraste (infracción) aparente* de una de las reglas lingüísticas (dos lecturas son siempre posibles)
- II. Existen por lo menos 2 tipos de chistes:
 1. Los contruidos según el escenario: *trampa – clave de reinterpretación – efecto* (análisis principal: sintáctico-semántico)
 2. Los que en su escenario no comprenden la trampa ni clave de reinterpretación pero sí la *clave de comprensión* (análisis principal: herramientas pragmáticas)

No obstante, tampoco las herramientas pragmáticas no siempre son suficientes. Hay chistes cuya estructura sólo se entiende si utilizamos otras metodologías lingüísticas.

Dicho sea de paso, uno de estos métodos está íntimamente ligado con los estudios de la metáfora multimodal que se ocupan de investigar metáforas en combinaciones, es decir no estudian solamente sus variantes verbales sino sus combinaciones con gestos, sonidos, música y dibujos (c.f. Forceville y Urios-Aparisi, 2009)

Aunque se supone que el estudio de la metáfora multimodal podrá contribuir al estudio del humor y especialmente al humor gráfico, aquí nos ocuparemos solamente de presentar el enlace del discurso gráfico y la teoría raskiniana y de los métodos de realizar el esquema humorístico. El humor gráfico es un abanico muy diverso de obras gráficas realizadas ante todo para la prensa. Se compone de chistes e historietas contadas en forma de viñetas, caricaturas o tiras cómicas. Por lo general, el chiste gráfico mantiene la estructura de trampa – clave de reinterpretación / comprensión – (reinterpretación) – efecto (risa / sonrisa). El problema es que el chiste gráfico no es un discurso lineal bien fijado, pues el ya mencionado baile comunicativo de Sperber y Wilson no siempre es tan armonioso, es decir el emisor no puede llevar al receptor línea por línea. Los chistes gráficos presentan las siguientes combinaciones:

1. Imagen como el fondo (no forma parte integral del chiste) + texto (chiste completo)

Figura 1



: <http://www.post55.es/post/2013-09-26-hay-que-animarse>

2. Imagen como la clave de reinterpretación

Figura 2



<http://www.fotochiste.com/los-chistes-graficos-mas-vistos-en-2014/>

3. Imagen como una parte integral del chiste – clave de comprensión

Figura 3

Para citar: Joanna Wilk-Racięska, "El humor como un instrumento de comunicación no siempre cómico", en: *ITINERARIOS, Revista de estudios lingüísticos, literarios, históricos y antropológicos*, 22, Edyta Waluch-de la Torre y Jadwiga Linde-Usiekiewicz (coords.) *Métodos y panorama de investigación lingüística: gramática y cognición*, ISSN 1507-7241, 2015, pp.: 173-188



<http://starjetitas.blogspot.com/2012/04/postales-graciosas.html>

4. Texto como la clave de comprensión

Figura 4



<http://tercerainformacion.es/spip.php?article62008>

5. La imagen - un chiste sin texto

Figura 5



<http://www.pocaspulgas.com/los-mejores-chistes-para-san-valentin/>

Como hemos podido observar, los chistes gráficos siguen el mismo esquema instructivo y utilizan muchas de las herramientas que los textos:

Se fundamentan en los guiones contrastados:

Figura 6



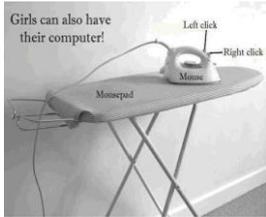
http://miscelaneapasarratos.blogspot.com/2012_12_16_archive.html

Y más frecuentemente que los textos utilizan saberes implícitos en función de la clave de comprensión:

a) Estereotipos:

Figura 7

Para citar: Joanna Wilk-Racięska, "El humor como un instrumento de comunicación no siempre cómico", en: *ITINERARIOS, Revista de estudios lingüísticos, literarios, históricos y antropológicos*, 22, Edyta Waluch-de la Torre y Jadwiga Linde-Usiekiewicz (coords.) *Métodos y panorama de investigación lingüística: gramática y cognición*, ISSN 1507-7241, 2015, pp.: 173-188



<https://www.pinterest.com/badrabbitt433/humor-for-seniors/>

b) Conocimientos enciclopédicos compartidos:

Figura 8



<https://verdunhablaespanol.wordpress.com/nocion-del-progreso/>

En diferencia de los chistes textuales que pueden ser cómicos, menos cómicos o simplemente disparatados, los discursos gráficos resultan a veces tristes. Es así porque este tipo de discurso gracias a la posibilidad de interrelacionar muchos escenarios comentan la realidad de un modo más complejo:

Figura 9



<https://twitter.com/12mariposas>

Y algunos de ellos no son nada cómicos:

Figura 10



<http://hechoecologico.weebly.com/educaciogravenambientalvenezuela.html>

Alguien diría que los dos últimos dibujos ya no son chistes sino comentarios de la realidad. Y tendría razón. No obstante, disfrazados de forma de chiste, estructura y composición de chiste, los discursos gráficos de este tipo producen un impacto mucho más fuerte que un simple comentario textual.

V. CONCLUSIONES

Concluyendo todo lo dicho hasta ahora, podemos decir que hay dos etapas de analizar los chistes verbales: en primer lugar hay que descubrir el esquema básico de la construcción de los chistes en cuestión, y en el segundo, analizar las herramientas lingüísticas que se utilizan para llevar a cabo todo el proceso de su construcción y recepción.

En la primera parte de nuestro artículo hemos demostrado que la teoría de Raskin ofrece un esquema instructivo de construir chistes, informándonos de *qué hay que hacer*. No obstante, el objetivo principal de nuestro artículo ha sido proponer un análisis de la segunda etapa de la construcción de los chistes, es decir qué herramientas lingüísticas pueden utilizarse para construir la trampa y por qué es posible disimularla. Y así, a lo largo del artículo hemos demostrado que la trampa y su disimulación pueden fundamentarse en relaciones lingüísticas de todo tipo, pero existen tipos de chistes que no pueden analizarse mediante los instrumentos puramente lingüísticos y que, a primera vista, no parecen mantener el esquema rasquiniano.

Uno de estos tipos de chistes son los que deben analizarse mediante las herramientas pragmáticas casi en exclusivo. Son chistes que no disimulan la trampa aunque sí, ofrecen una clave. Esta vez, sin embargo no se trata de *reinterpretación* sino de *comprensión*. Esta *clave de comprensión* son los topoï. El topos que ocupa el primer lugar entre las herramientas utilizadas para construir chistes es el estereotipo.

Otro grupo de chistes son los cuya estructura sólo se entiende si utilizamos otras metodologías lingüísticas. Para presentarlo, en nuestro artículo hemos analizado también el enlace del discurso gráfico, de la teoría raskiniana y de los métodos de realizar el esquema humorístico.

En definitiva, hemos demostrado que tanto los chistes puramente verbales como los que contienen un elemento gráfico más o menos importante para el proceso de comprensión, mantienen la estructura de trampa – clave de reinterpretación / comprensión – (reinterpretación)

– efecto (risa / sonrisa).., pero las herramientas que pueden servir para llevar a cabo todo este proceso son muy variadas y rebasan límites puramente lingüísticos

BIBLIOGRAFÍA

ANSCOMBRE, J.-C. (1995) “Semántica y léxico: topoi, estereotipos y frases genéricas”. *Revista Española de Lingüística* 25/2: 297-310.

ANSCOMBRE, Jean-Claude y DUCROT, Oswald (1995[1988]) *La argumentación en la lengua*. Madrid: Gredos.

ATTARDO, Salvatore, (1988) “Trends in European Humor Research”. *Humor: International Journal of Humor Research*, 1–4. Amsterdam. Walter de Gruyter: 349–369.

AWDIEJEW, Aleksy (1992) „Nieśmieszne aforyzmy (Refleksja nad semantyką humoru Viktora Raskina)”. *Język a Kultura*, t. 8, *Podstawy metodologiczne semantyki współczesnej*. (ed.) Iwona Nowakowska-Kempna, Wrocław. Wiedza o Kulturze: 279-285

FAUCONNIER, Gilles, TURNER Mark (2002): *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. New York: Basic Books.

FERNÁNDEZ FLÓREZ, Wenceslao (1945): *El humor en la literatura española, discurso de recepción en la Real Academia, 14 mayo 1945*. Madrid: Imprenta Sáez: 1-29.

FORCEVILLE, Charles J. y URIOS-APARISI, Eduardo, (2009): *Multimodal Metaphor*, Amsterdam: Walter de Gruyter.

GARRIDO MEDINA, Joaquín, (1997). *Estilo y texto en la lengua*. Madrid: Gredos.

JACKENDOFF, Ray (1990) *Semantic structures*, Cambridge: MA:MIT Press.

LAKOFF, George, JOHNSON Mark (1999) *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and its Challenge to Western Thought*. New York: Basic Books.

LAKOFF, George, JOHNSON, Mark (1992) “Contemporary Theories of Metaphor”. Ortony, Andrew (ed.): *Metaphor and Thought* (2nd edition). Cambridge: University Press.

MOLINER, María: *Diccionario de uso del español*, Gredos, Madrid, en línea.

RASKIN, Victor (1986) *Semantic mechanisms of humour*. Dordrecht: Reidel.

RASKIN, Victor (2015) “Linguistic heuristics of humor: a script-based semantic approach”. *International Journal of the Sociology of Language*. Volume 1987. Issue 65. DOI: 11–26

SCHANK, Roger y ABELSON, Robert (1977). *Scripts, Plans, Goals, and Understanding*. Hillsdale . NJ: Earlbaum Assoc.

Para citar: Joanna Wilk-Racięska, "El humor como un instrumento de comunicación no siempre cómico", en: *ITINERARIOS, Revista de estudios lingüísticos, literarios, históricos y antropológicos*, 22, Edyta Waluch-de la Torre y Jadwiga Linde-Usiekiewicz (coords.) *Métodos y panorama de investigación lingüística: gramática y cognición*, ISSN 1507-7241, 2015, pp.: 173-188

SPERBER Dan y WILSON, Deidre. (1986). *Relevance: Communication and cognition*.
Harvard: Harvard University Press / Blackwell.

VIGARA TAUSTE, Ana M^a. (2013) "Sobre el chiste, texto lúdico". *Espéculo* no50 Madrid:
Universidad Complutense de Madrid: 8-28

WILK-RACIEŃSKA, Joanna (2002) "Semántica del humor: condiciones semánticas para crear y disimular la trampa en los chistes lingüísticos". *Contextos*, n^o XVI/31-32. León: Universidad de León.

WILK-RACIEŃSKA, Joanna (2012) *Entre la visión del mundo temporal y la aspectual: Casos del español sudamericano*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.