

Cómo se dice el humor

Un abordaje del humor y la comicidad
desde la enunciación

Hernán M. Díaz

Cómo se dice el humor

Un abordaje del humor y la comicidad
desde la enunciación

La Isla de la Luna

Díaz, Hernán M.

Cómo se dice el humor: un abordaje del humor y la comicidad desde la enunciación. - 1a. ed. - Buenos Aires: La Isla de la Luna, 2012.
94 pp.; 21 x 13 cm.

ISBN 978-987-28537-0-9

1. Lingüística. 2. Enunciación. I. Título
CDD 414.6

Diseño de tapa: Rosario Salinas

© Hernán M. Díaz, 2012

© La Isla de la Luna, 2012

La Isla de la Luna

Puan 376, C1406CQH Ciudad Autónoma de Buenos Aires

info@libreriabiblos.com.ar / www.libreriabiblos.com.ar

Hecho el depósito que dispone la Ley 11723

Impreso en Argentina

No se permite la reproducción parcial o total, el almacenamiento, el alquiler, la transmisión o la transformación de este libro, en cualquier forma o por cualquier medio, sea electrónico o mecánico, mediante fotocopias, digitalización u otros métodos, sin el permiso previo y escrito del editor. Su infracción esta penada por las leyes 11723 y 25446.

Este pequeño libro sobre el humor no puedo menos que dedicarlo a la memoria de mi padre Geno, humorista, que me transmitió el disfrute de los libros y del humor.

También lo quiero dedicar a la memoria de mi hermano Gabriel, quien, a pesar del padre que tenía, desarrolló un humor inteligente y personal.

Último, pero no menos, se lo dedico a mis dos hijos, Javier y Joaquín, que mientras fueron pequeños estuvieron obligados a reírse de mis chistes de dudosa calidad.

Palabras iniciales

Creo necesario aclarar que éste es un libro serio.

En primer lugar, porque retoma la tradición de grandes escritores que supieron transitar con comodidad los caminos de la ironía, la parodia, la gracia, la comicidad, como Pirandello o Macedonio Fernández, pero cuando se dedicaron a escribir sobre el humor lo hicieron desde el racionalismo más formal y circunspecto. Escribieron gran parte de su obra jugando, pero para reflexionar sobre lo que ellos mismos habían hecho se pusieron el traje de adultos. Esto no significa que nos estemos comparando con esos dos genios de la literatura. En todo caso, ése sería un buen chiste.

En segundo lugar, es importante anticipar la seriedad de este intento para que el lector no se haga falsas ilusiones acerca de la comicidad de los diversos ejemplos que poblarán este libro. Los chistes no serán los mejores, sino los más ilustrativos para las tesis que queremos demostrar. Las transcripciones de escenas de películas o comedias televisivas pedirán a gritos contar con la imagen, el ambiente, las voces, la vestimenta y hasta la prehistoria de los personajes que protagonizan esos diálogos. Nuestra única intención es que se “entienda” dónde está la comicidad, para avanzar en nuestro análisis. Y aquí también seguimos la tradición, por ejemplo, del excelente trabajo de Freud sobre el chiste, ya que para tomar sus cuentos como chistes muchas veces hay que hacer un esfuerzo de indulgencia.

Para quien guste de la comicidad, recomendamos los grandes humoristas con que cuenta la literatura en castellano. En la Argentina, particularmente, se debe leer a César Bruto (seudónimo de Carlos Warnes), a Bernardo Jobson, a Julio Cortázar, a Roberto Fontanarrosa y, sobre todo, a Niní Marshall. A esta última era mejor verla que leerla, pero aún así sus textos se disfrutan,

aunque a veces haya que reponer ciertas marcas sociotemporales. Esta escueta enumeración sólo quiere llamar la atención sobre la comicidad y el humor en textos y nos exime de la pretensión de que los chistes o escenas transcriptas cumplan con la condición que sí llenaron los autores citados.

La intención básica de este trabajo consiste en estudiar la comicidad y el humor desde una perspectiva lingüística específica que es la enunciación. Pero para llegar a ese punto debemos, primero, despejar el camino específico de nuestra temática, aclarando en qué consiste eso que llamamos “comicidad” y “humor”, y en qué géneros discursivos específicos se pueden inscribir.

En segundo lugar analizaremos la técnica de la comicidad y el humor a partir de los trabajos clásicos de Sigmund Freud y de Hans Robert Jauss. Esto nos llevará a hacer diversas consideraciones particulares sobre las tendencias que anidan en el interior de los chistes.

Finalmente, llegaremos al análisis enunciativo de la comicidad y el humor, y en cada uno de los puntos trataremos de introducir brevemente el enfoque teórico utilizado. Por una parte, tomamos el amplio ámbito de lo humorístico como un campo de prueba para aplicar la teoría de la enunciación, centrada en la subjetividad del lenguaje. Por la otra, creemos que esta teoría puede arrojar una luz diferente sobre una temática que ha sido transitada de maneras diversas en los últimos cien años. En definitiva, también nos interesa discutir la importancia que tiene siempre considerar la interrelación entre el sujeto empírico de un mensaje y el sujeto enunciativo, creado adentro del mensaje, como si fuera una máscara discursiva. Si en otros análisis el sujeto empírico podía pasar desapercibido (o quedar, metafísicamente, “fuera del análisis”), en el caso del chiste, la comicidad y el humor se presenta como uno de los elementos centrales para la comprensión del sentido.

De todas maneras, éste no es un libro que quiera descubrir una nueva teoría. Sólo pretende abordar un tipo de análisis específico (la teoría de la enunciación) a partir de su aplicación a un conjunto de textos que son en sí mismos amigables con cualquier tipo de público. Por un lado es un trabajo didáctico para todos los alumnos universitarios que transitan por el camino del análisis del discurso, pero también es un texto accesible para todo aquel que guste del humor y quiera reflexionar a partir de otro enfoque (no el único) que pueda arrojar luz sobre su secreto. Por ello, el foco

aquí está puesto en los diversos análisis que se hacen de chistes, gags o textos cómicos, y las teorías que sustentan esos análisis están expuestas de manera abreviada y, esperamos, entendible. La bibliografía final puede servir al lector interesado para ahondar en cada uno de los temas.

Por último, quiero agradecer a Brenda Axelrud la meticulosa corrección del texto.

El humor y la risa

El mundo del humor, de la comicidad, de “aquello que causa risa”, parece inconmensurable. Esto que en el siglo XXI ya suele llamarse “humor” está presente en un sinnúmero de producciones culturales y en situaciones de la vida cotidiana: desde películas de cine, programas de televisión, cuentos, hasta chistes que circulan anónimamente, anécdotas y réplicas diversas en los diálogos que todos tenemos en nuestras vidas. ¿Cómo encontrar en este caos lo que Saussure hubiera llamado “un principio de clasificación”?

Para empezar a realizar distinciones, lo primero que creemos necesario plantear es que “lo cómico” o “lo humorístico” no son géneros discursivos específicos, sino categorías generales que pueden inscribirse en diferentes enunciados discursivos. En rigor, no son más que características recurrentes en diferentes enunciados, orales o escritos.¹ Estas categorías generales se pueden poner en correlato con otras, que no han sido seguramente tan estudiadas como la comicidad y el humor, pero que tienen un similar estatus “supraenunciativo”: lo gracioso, lo ingenioso, lo hilarante, lo serio, lo profundo, lo terrorífico, lo sublime, etcétera.

A diferencia de la mayoría de esas otras categorías, lo cómico y lo humorístico tienen un correlato en la realidad insoslayable: la risa. La risa es, casi siempre, la consecuencia necesaria de lo cómico y lo humorístico. Si no nos reímos, no es cómico. Así como el efecto de lo terrorífico es el miedo, la adrenalina que generamos

1. Tzvetan Todorov (1972: 199) afirma que “es necesario distinguir estos géneros (históricos) de las categorías generales de lo trágico y lo cómico”. También Gérard Genette opone con el mismo criterio la tragedia a lo trágico (y se podrá extender a la comedia y lo cómico): lo trágico es una categoría “puramente temática, y de orden más antropológico que poético” (1977: 397).

ante una situación virtualmente amenazante, y así como el efecto de lo ingenioso debe ser hacernos pensar algo azaroso o paradójico, el efecto necesario de lo cómico, lo hilarante, lo humorístico y lo gracioso es reír (cada una de estas cuatro categorías en grado diferente).

La risa es incuestionable, es algo así como una prueba material, la objetivación de que eso, que fue producido *para* hacer reír, ha generado un efecto concreto en el oyente, televidente, espectador, etcétera. Es decir que el espectador “entendió” (aunque está muy lejos de ser consciente de todos los mecanismos que generaron la risa) cuál era el mecanismo que se ponía en juego para hacer reír. Y la risa tiene otra característica: es la menos subjetiva de todas las reacciones. El miedo, el pensamiento, la diversión, son efectos que se producen mayormente en el interior de la persona, mientras que la risa estalla en la cara y es no sólo observable (por el emisor del mensaje cómico y por los otros receptores) sino incluso medible, cuantificable.

Quizá ése sea uno de los motivos por los cuales fue tan estudiada, desde los clásicos de la Antigüedad. Pero también hay otras razones. Aquello que causa risa es difícilmente racionalizable: parece pertenecer, en principio, al ámbito de la intuición, tanto en el cerebro del cómico como en el cerebro del receptor. Recuerdo una novela de ciencia ficción de Olaf Stapledon, llamada en español *Juan Raro*, que trataba de la vida de un ser superior, en cierto modo perteneciente a un grado de evolución diferente al ser humano. En mi lectura adolescente, lo creía llegado de otro planeta. Además de una serie de características que lo diferenciaban de la gente común, Juan Raro reía de manera incomprensible. Ante una representación cómica, no se reía de lo que reían todos, pero se reía en otras situaciones que, para el resto de los espectadores, no eran cómicas. Posiblemente no entendí muchas cosas de la novela, pero sí comprendí que, para el autor, la risa es algo íntimamente humano, ligado inexorablemente a nuestras experiencias más íntimas, es algo que no se puede “explicar”, sino que se va aprendiendo con la misma naturalidad con que se aprende la lengua materna. Un ser de otro planeta o con un origen genético diferente, como Juan Raro, no puede saber de qué reímos.

Esto no quiere decir que nos propongamos aquí estudiar la risa, por dos motivos: primero, porque la risa también aparece como efecto de otras situaciones que no son cómicas: situaciones

de ansiedad, de alegría y otras situaciones que sí estudiaremos más adelante, como las ingenuidades y los errores; segundo, más importante, porque lo que nos interesa es analizar una producción discursiva específica, que tendrá determinadas marcas enunciativas para producir ese efecto puntual que es la risa. En resumen, nos proponemos estudiar el enunciado humorístico y no su efecto en el receptor del mensaje.

El estudio de la risa brinda enormes beneficios al estudio del humor y la comicidad. El filósofo francés Henri Bergson le dedicó un libro renombrado, del que tomamos múltiples indicaciones. Pero analizar la risa lleva a realizar estudios neurolingüísticos o a adentrarse en la psicología del comportamiento y ése no es nuestro objetivo. Desde la lingüística, queremos realizar un relevamiento del repertorio de posibilidades genéricas y enunciativas que dan lugar a discursos o enunciados que podremos llamar cómicos o humorísticos.

Para ello, primero haremos una especie de historia genealógica de lo cómico y lo humorístico y luego analizaremos su inscripción en diferentes géneros discursivos. Estas dos cuestiones nos permitirán establecer una terminología básica para los análisis posteriores.

Comedia y humor

¿Por qué esas dos palabras remiten a un fenómeno que, en principio, no distinguimos? ¿De qué tradiciones provienen y qué diferencias puede haber, si es que las hay todavía, entre lo cómico y lo humorístico?

Cómico es aquello relativo a la comedia, es decir una representación teatral de carácter festivo. Para no decir “humorística”, tal como apunta el diccionario de la Real Academia Española, diremos alejada de la seriedad, siendo este último el carácter propio de la tragedia. Durante siglos, la comedia era una de las pocas producciones culturales donde se buscaba la risa del espectador. En todo caso, era el modelo para cualquier otra obra donde aparecieran efectos reideros. Esas partes eran llamadas “cómicas”, es decir, especiales de la comedia.

La comicidad, entonces, refería a una *situación representada*, donde el espectador podía ver en escena a dos personas, una de las cuales se burlaba de la otra (de diferentes maneras y en diferentes

grados), con lo cual el público se reía *con* un actor *del* otro. Esta doble dimensión de la comicidad (*reírse de* y *reírse con*), que en lo sucesivo veremos que se despliega, constituyendo la base de la comicidad y del humor, surge entonces en la comedia a través de una representación física, exterior al espectador. Los actores encarnan esos dos aspectos y el público en cierta manera se tranquiliza de ver que “lo ridículo” (aquello que provoca risa) está aislado en el escenario, sentenciado y ridiculizado por otra persona, con la cual el espectador, inconscientemente, se identifica.

El **humor**, en cambio, tiene un origen diferente. Como señala Escarpit (1962), nace de una teoría de la medicina antigua que afirmaba que el cuerpo estaba compuesto básicamente por cuatro humores (líquidos), que a su vez determinaban el carácter de la persona. Si los humores estaban equilibrados, uno estaba “de buen humor”. En la literatura inglesa del siglo XVIII, algunos escritores del diario *The Spectator* (Laurence Sterne, Joseph Addison, Samuel Johnson) empiezan a desarrollar una prosa llena de ironía y aforismos, y se empieza a hablar del “humor” de la literatura inglesa. En el siglo XIX, la palabra es incorporada al francés con su grafía inglesa (*humour*), y así en la lengua de Francia se conservan todavía hoy dos grafías diferenciadas: *humeur* para designar al estado de ánimo de una persona y *humour* para designar los enunciados que hacen reír. En Alemania, el concepto del humor en la prosa lo asimila Jean Paul Richter, a comienzos del siglo XIX. En Italia y España, las palabras *umore* y *humor*, respectivamente, asimilan a su significado previo el nuevo sentido que le imprimió la prosa inglesa.

Con este breve relato queremos destacar que la comicidad y el humor provienen de dos tradiciones diferentes, la primera de la representación teatral, el segundo de una prosa ingeniosa. Con la prosa humorística ya no vemos en escena, diferenciados, los dos caracteres que se veían en la representación cómica, diferenciación que, como hemos visto, tranquiliza al espectador porque proyecta en cada personaje algún aspecto de su propia personalidad. El narrador de la prosa humorística está, diríamos, *solo* frente a su lector: el lector escucha solamente una voz, y esa voz lo tiene que convencer y seducir hasta hacerlo reír o sonreír. Si ese narrador elige algún elemento de la realidad para, por ejemplo, satirizar o ridiculizar, sólo cuenta con las pobres herramientas de su prosa (pobres en comparación con el despliegue en escena de los per-

sonajes) para que el lector *vivencie* esa ridiculización. El humor en la prosa es mucho más difícil de lograr que la comicidad en la representación teatral. Pero también por ese motivo es más sutil y tuvo, desde el comienzo, un “aire de grandeza” y de patetismo, reflejado por muchos de los que lo estudiaron y, sobre todo, establecido desde Sigmund Freud.

Sin embargo, creemos que esa diferencia valía hasta el siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX. La distinción entre la comicidad en el teatro y el humor en la prosa se evaporó ante la proliferación de medios masivos, donde la comicidad y el humor se entremezclaron hasta hacerse indistinguibles. La misma lengua corriente habla en forma indiferenciada de comicidad y humor y sobre todo utiliza más la segunda que la primera para significar una categoría general y abarcativa. Así se habla de humor gráfico, de un humorista que trabaja en cine o en televisión, etcétera. No solamente se han mezclado las palabras, también las características mismas de esas dos tradiciones se han unido haciendo imposible su diferenciación.

Si la distinción freudiana entre comedia y humor tiene sentido para una categorización psicoanalítica, no lo sabemos y no nos corresponde establecerlo. Desde el punto de vista de la comunicación y el lenguaje, ya no existe tal distinción, que sólo se verificaba, hasta principios del siglo XX, porque comedia y humor pertenecían a diferentes tradiciones literarias: la prosa y el teatro. Aquí elegimos el camino de entender las palabras tal como la evolución las ha moldeado y no como la academia quiere que sean.

Los géneros del humor

Un género discursivo es, según Mijaíl Bajtín (1982), una clase de enunciados o, dicho de otra forma, “tipos relativamente estables de enunciados”, que se caracterizan por tener un mismo estilo verbal, un similar contenido temático y una composición relativamente homogénea y surgen en las diferentes esferas de la actividad humana (es decir que son una práctica social). Pero además, por el hecho de ser dependientes de una esfera de la praxis social específica, generalmente están vinculados a un tipo de soporte (Maingueneau, 2009: 57) que tiene fuerte incidencia en su propia constitución. Así, por ejemplo, el género “carta” estaba

vinculado a un soporte material (papel, sobre, empresa de correos), pero al surgir la posibilidad de comunicarse en forma escrita por internet, la carta se transforma en mail, lo cual implica una serie de modificaciones tanto en el estilo verbal como en la composición. Eso quiere decir que el soporte no es indiferente en cuanto a las modificaciones o transformaciones genéricas.

A partir de esto, se puede entender que la comicidad y el humor no son específicamente géneros discursivos sino, como ya dijimos, características que tienen algunos enunciados de distintos géneros, o bien de alguna parte de esos enunciados. Si hablamos de géneros, hay dos que sobresalen por encima de los demás, porque son específicamente “cómicos”: la comedia y el chiste.

La **comedia** es un género teatral, pero desde el siglo XX se ha extendido a otros soportes como el cine, la televisión, la radio. La comedia teatral existe desde la literatura griega (Menandro, Aristófanes) y romana (Plauto). En Francia produjo a un genio de la comicidad como Molière (siglo XVII) y en el siglo XX, además de las obras que siguen esa tradición, se encuentran tipos más específicos de la comedia como el grotesco del italiano Luigi Pirandello y del argentino Armando Discépolo (cada uno muy diferente del otro) o el esperpento del español Ramón del Valle-Inclán.

En cuanto a la comedia en cine y televisión, se trata de nuevos soportes tecnológicos que conducen a varias modificaciones. En primer lugar, los actores ya no están en presencia del público, sino que el mensaje en su totalidad es preparado y filtrado y, en el momento en que el espectador asiste al producto, supuestamente se han exceptuado de éste todos los posibles “errores” o vacilaciones, tanto en la actuación como en cualquier otro rubro técnico. Por otro lado, se han generado nuevas “subespecies” de comedias, por la proliferación y especialización que se produjo a partir de la creación de cada una de esas tecnologías. La televisión en particular ha producido, por un lado, programas de humor (que podríamos equiparar a una suma de “chistes” televisivos) y, por el otro, las hoy llamadas *sitcom*, o “comedias de situación”, producidas y distribuidas por las cadenas norteamericanas. Entre fines del siglo XX y comienzos del XXI se han dado a conocer en este rubro *Seinfeld*, *Friends*, *Two and a Half Men* y un sinnúmero de otros productos de desigual calidad.

El cine, por su parte, ha permitido el surgimiento de varios genios de la comicidad, entre los que deben figurar, sobre todo,

Charles Chaplin, los hermanos Marx y Woody Allen. En muchos de sus films, el argumento que da ilación a la película en su totalidad pierde densidad en beneficio de los “chistes”, relativamente aislados, que van jalonando la trama. Es lo que el cine estadounidense ha denominado *gag*. Los gags tienen una gran autonomía con respecto a la trama de la obra, y en muchas de sus películas (no en todas) son el verdadero apoyo en que se sustenta el conjunto. Así, por ejemplo, *Sopa de ganso*, de los hermanos Marx (1933), es una sucesión disparatada de situaciones donde los *gags* tienen un protagonismo absoluto. En cambio *Una noche en Casablanca* (1946), de los mismos autores, a la vez que contiene innumerables gags, mantiene una cierta coherencia en su argumentación, porque está parodiando al reciente drama bélico *Casablanca*, con Humphrey Bogart e Ingrid Bergman.

Hemos hablado de la comedia y de sus especies, ahora debemos hablar del **chiste**, que es la “clave de bóveda” de la comicidad y el humor. El chiste es una narración breve, ficticia y autónoma (es decir, no depende de ningún otro género discursivo más amplio), casi siempre anónima, que circula libremente en la sociedad de boca en boca. El chiste es la clave de la comicidad porque, gracias a su brevedad, y a que su única intención es “hacer reír”, las características de la comicidad y del humor se pueden observar en él con una enorme facilidad y allí se concentran, en apenas unas pocas palabras, todas las técnicas que se pueden observar también en los otros géneros humorísticos.

El chiste es un género predominantemente oral, por más que hoy en día los podamos encontrar tanto en libros como en páginas web. La oralidad se corresponde con esa transmisión anónima y popular y, además, hace que sea fundamental la manera de contar cada chiste. Hay buenos y malos contadores de chistes, y muchos de los humoristas de teatro o de televisión han comenzado siendo buenos contadores de chistes en su vida cotidiana. Si bien el gag puede ser considerado un “chiste” dentro de una película (sobre todo por el hecho de que generalmente es independiente del resto de la trama y entonces lo podemos tomar como una unidad cerrada), carece de las otras características del chiste, como la oralidad y la circulación popular.

Freud también distinguió el chiste de la **chanza** o broma, que la identificaba con cualquier respuesta o comentario que hace reír, en el marco de una conversación, pero que no tiene la resolución

o la ficcionalización del chiste. Las chanzas, en tanto producto de los diálogos cotidianos, son difíciles de estudiar, a menos que se realice un trabajo de recolección de registros dialogales, tarea que no pretendemos encarar y que produciría un libro diferente a éste. Sólo nos interesa decir que en las chanzas de los diálogos cotidianos se despliega algo que podríamos llamar a priori el “humor nacional” de una determinada comunidad. La chanza es el más poderoso elemento de conexión espiritual entre los hablantes, y esa unión se establece muchas veces como un juego, una coreografía, un duelo lúdico, donde cada interlocutor va enhebrado con el otro un tipo de relación ideológica particular.

Otra categoría a tener en cuenta es la **parodia**, que podemos definir como la imitación burlesca de una obra o de un discurso. La parodia no siempre es humorística, sin embargo presupone una actitud de juego que lleva a que a menudo desemboque en la risa. El film norteamericano *Marte ataca* es, por ejemplo, una parodia de las películas de marcianos clase B de la década del 50. En la Argentina, Diego Capusotto y Fabio Alberti crearon el programa *Todo por dos pesos*, que parodiaba un tipo de producción televisiva popular, chabacana y más proclive a los gritos que a la creatividad.

La revista *Barcelona* desarrolla una parodia del discurso periodístico no solamente con gran talento sino además abarcando los diversos subgéneros que están presentes en los diarios y revistas: notas científicas, publicidad, sección infantil, nacional, internacional, deportes, etc. El mismo grupo ha desarrollado otros productos que también tienen carácter paródico, de los cuales recordamos algunos: *Puto el que lee. Diccionario de insultos, injurias e improperios*, que imita al diccionario de la Real Academia Española; *Barcelona 200 años*, que retoma la parodia de los diarios pero en clave histórica; y *Mueva la patria*, obra musical que parodia la ópera rock y la tragedia griega. En otro registro, Adolfo Bioy Casares y Jorge Luis Borges publicaron, bajo el seudónimo común de H. Bustos Domecq, *Seis problemas para don Isidro Parodi*. Se trataba de casos policiales paródicos, como el mismo nombre del detective del título lo indica. Y para finalizar, un escritor que suele utilizar diferentes estilos paródicos en varios de sus cuentos es Roberto Fontanarrosa.

Otros géneros son subespecies o mezclas de los géneros anteriores: el *stand up*, la farsa, las imitaciones, los aforismos humorísti-

cos, los cuentos con humor (que no son chistes), etc. Más adelante hablaremos de la ironía, el cinismo y el sarcasmo que, como lo cómico y lo humorístico, son más bien categorías generales de la literatura o aun figuras retóricas antes que géneros propiamente dichos.

Por último queremos consignar el humor gráfico, si bien no entrará en nuestro análisis. El humor a través del dibujo va desde la viñeta (un solo dibujo con un epígrafe o con un diálogo) hasta la tira, generalmente publicadas ambas en diarios y revistas. En la Argentina hemos tenido uno de sus mayores exponentes con la historieta *Mafalda*, realizada por Quino y reconocida en gran parte del mundo. La tira humorística, publicada habitualmente en una sola serie de cuatro o cinco cuadros por cada ejemplar, remata siempre con un chiste, una situación graciosa o humorística.

La técnica de la comicidad

El elemento básico del hecho cómico, en el cual coinciden todos los que analizaron el tema, es su carácter bipolar: dos elementos de distinta procedencia chocan, entran en contradicción, y su resolución, su síntesis, es lo que produce risa. Esta contradicción llega al entendimiento del receptor como tal contradicción, y esto produce una tensión que ese oyente en principio no sabe cómo resolver. Puede haber diversas opciones, pero en principio aparece en la mente del oyente la posibilidad de un error del emisor, de un error propio (“no escuché bien”), de una reconfiguración del contexto, etc. Cuando todas estas posibilidades son descartadas, surge la solución de entender esa contradicción como un chiste, una broma u otro enunciado hecho exclusivamente para reír. Cuando el receptor concluye que esa contradicción es un “chiste”, la tensión que generó la incertidumbre se libera en forma de risa.

Para el filósofo Immanuel Kant (1951: 337), “la risa es una emoción que nace de la súbita transformación de una ansiosa espera en nada”. En el enunciado cómico hay un absurdo, una falta de continuidad en el decurso lógico del pensamiento. Ante esto, nuestra espera está en tensión y desaparece de pronto en nada (la razón y el absurdo se eliminan mutuamente), provocando una liberación de energía que se transforma en risa. Cuando Kant dice que el enunciado “se transforma en nada”, quiere decir que no hay

una conclusión lógica o esperable de ese enunciado, sino que se remata con un absurdo que anula la razón anterior, y entonces podemos interpretar la frase como cómica.

Otro filósofo alemán, Georg Hegel (1954: 603), afirma que todo contraste entre forma y fondo, entre fines y medios, es risible. El espectador de un hecho cómico asiste al choque de los dos términos de la contradicción, pero éstos no pueden llegar a su síntesis natural, y devienen nada. Afirma también que en la comedia predomina lo subjetivo (lo humano) sobre lo eterno (lo objetivo), pero el desenlace de la comedia no puede destruir ni lo subjetivo ni lo eterno. Debe representar lo verdadero como lo que no vence ni deja durar indefinidamente a la tontería. La obra cómica entonces termina en un suspenso, una estabilidad entre esos dos términos que se han enfrentado durante la obra: lo subjetivo y lo objetivo.

El poeta Charles Baudelaire (1923) plantea una contradicción similar a la de Hegel: en lo cómico se enfrentan lo angélico y lo humano, lo perfecto y lo imperfecto. Y como lo humano queda ridiculizado en comparación con lo angélico, provoca en el espectador una risa de origen satánico, pues nace de sentir la superioridad sobre un igual, un igual que también oscila entre lo divino y lo satánico. Hallar esa contradicción resuelta en el otro es la fuente de placer del espectador del hecho cómico.

Por su parte, el filósofo Henri Bergson agrega otras oposiciones correspondientes: “Es cómico todo incidente que atrae nuestra atención sobre la parte física de una persona cuando nos ocupábamos de su aspecto moral” (1962: 44). Entonces lo cómico está representado por el contraste entre cuerpo y alma, al que luego agrega entre fondo y forma, entre letra y espíritu, entre cosa y persona.

El rasgo común entre estas concepciones de lo cómico que hemos apuntado es entonces la comparación entre dos términos, uno superior y otro inferior, uno perfecto y otro imperfecto. El espectador se identifica con lo superior y se ríe de lo inferior. Lo superior lo tranquiliza y lo inferior lo siente como algo personal, propio, que puede por fin ser “sacado afuera”, expurgado de su persona, pues socializa la risa y todos ríen de algo que consideran íntimo.

Tomemos un *gag* del film *La última noche de Boris Grushenko*, de Woody Allen. En una habitación donde todo está revuelto, una mujer le dice a Woody: “Conde, qué bien que hace usted el amor”. Y éste responde: “Sí, es que practico mucho solo”.

Aquí el sexo es tomado como un deporte. En el deporte, practicar por fuera de la competición mejora el rendimiento y garantiza el éxito. Pero en el sexo, supuestamente, la masturbación no mejora el rendimiento sexual. Al revés, la masturbación es una práctica sexual desvalorizada, vista como algo infantil.

Hacemos en principio abstracción del hecho de que el espectador ha ido a ver una película cómica, y por lo tanto está predispuesto a que toda afirmación pueda ser rematada con un chiste. Fuera de esa predisposición, en cada enunciado debe juzgar si eso que ha escuchado es un chiste u otra cosa. Veamos la sucesión: primero escucha un elogio sexual de una mujer a un hombre (un personaje interpretado por Woody Allen). Se espera un agradecimiento, o quizá un envanecimiento del interlocutor de la mujer. Sin embargo, ese interlocutor responde aceptando el elogio, porque “practica” mucho antes de llegar a la relación sexual.

El espectador descarta, como dijimos, el error, recontextualiza y “decide” (aunque es un proceso totalmente inmediato y no consciente) que es un chiste. En ese chiste ve que se contraponen dos aspectos: el sexo adulto (porque las que están en la escena son dos personas adultas) y el sexo no adulto (porque la masturbación es vista como sexo inmaduro). Obsérvese en primer lugar cuántos estereotipos actúan en un chiste, más adelante volveremos sobre ese tema.

Ahora volvamos a lo afirmado antes: la contradicción entre dos términos que se resuelven en nada (y por lo tanto puede ser interpretada como un chiste) se da aquí entre el sexo adulto y el sexo inmaduro, lo perfecto y lo imperfecto, lo objetivo (todos los adultos tienen sexo de tal manera) y lo subjetivo (esta persona en particular puede tener sexo de una manera diferente). La recontextualización también es importante: reconocemos en ese desafortunado sexual, infantil por lo insaciable, al personaje típico de las primeras películas de Woody Allen, que jugaba con su propia imagen ante los demás (petiso, intelectual, feo, etcétera) para representar al adulto racional y feo, nunca satisfecho, que se muestra como un ser deseante en estado puro, como los púberes en el momento de su despertar sexual, que no pueden moderar sus impulsos y deben ser reprimidos por los adultos.

Aquí este “niño” no es reprimido por los adultos ni se reprime a sí mismo, sino que se le permite aflorar para reírnos de él. El espectador se ríe del chiste, *con* el sexo adulto, *del* sexo inmaduro.

Se tranquiliza, porque, al reírse, él queda del lado del sexo adulto, y confina al sexo inmaduro al cajón de las cosas ridículas. Pero al reírse también está diciendo “yo reconozco esto como algo propio, que ya pudo ser reprimido”. Si el sexo inmaduro no fuera algo que él tiene adentro, no se reiría: una persona moralmente conservadora no se ríe, se ofende. Pero la mayoría de los espectadores se ríe, saca a la luz eso que creía escondido y, por fin, lo entierra. “Ya no lo tengo”, se dice a sí mismo. Entonces se identifica con el sexo adulto, se ríe con él.

¿Quiénes representan al sexo adulto y al sexo inmaduro? En la mayor parte de las comedias, por ejemplo cuando un payaso le pega a otro, los dos factores están divididos en dos personas diferentes: un payaso le pega al otro (un golpe “de mentira”) porque este último ha cometido un error, ha dicho una tontería, se ha mostrado como miedoso, etcétera. Los dos factores (el “reírse de” y el “reírse con”) están separados: nos reímos *con* el payaso que pega, nos reímos *del* payaso castigado. En el gag que comentamos no es tan sencillo. El sexo inmaduro está representado por el personaje de Woody Allen, mientras que en el caso del sexo adulto el espectador se identifica con el autor de la obra (Woody Allen), que ha tenido la habilidad y la madurez (o sea, adultez) suficiente como para poder visualizar un hecho que nos sirve para realizar una catarsis, es decir, una purificación de nuestra personalidad. Por eso admiramos a Woody Allen (autor), porque tiene la habilidad y, en cierto modo, el coraje de representar un personaje para que nos riáramos de él. Esto significa que el “reírnos con” y el “reírnos de” están desdoblados en una misma persona, una como autor, otra como personaje. Si no pudiéramos concebir este desdoblamiento, concluiríamos que una persona (o bien un personaje en una película) que nos dice eso lo está diciendo “en serio”, cree realmente que la masturbación es una buena preparación para el sexo entre dos personas. Y ya no nos parecería un chiste, sino otra cosa.

Algunos aportes de Sigmund Freud

Freud, en su justamente célebre libro *El chiste y su relación con el inconsciente*, publicado en 1905, distingue dos fenómenos: las técnicas del chiste y los elementos inconscientes a los que apela. Las técnicas del chiste son todos los *aspectos formales* a

los cuales se recurre y que provocan risa por sí mismos. Citaremos la condensación de dos ideas en una palabra, la polisemia o multiplicidad de sentidos de una misma idea, el doble sentido, la alusión, la simbolización (o figuración) por el contrario, etcétera. Las técnicas del chiste forman la sustancia tanto del chiste como de la chanza, y están presentes también en la comedia y en todas las formas de humor.

Pero Freud describe como más característico y más hilarante a los chistes tendenciosos, que reciben su nombre de las tendencias inconscientes que se agregan a las técnicas antes descritas. Estas tendencias son fundamentalmente dos: la hostil y la erótica, a las que se unen la escéptica (o cínica) y la blasfema, a la primera, y la epicureísta, a la segunda.

En los chistes de tendencia hostil, se realiza una agresión a algún personaje de la realidad: por ejemplo, los chistes de nacionalidades generalmente tienen esa característica. En la Argentina se escuchan los chistes de gallegos, que son idénticos a los chistes que cuentan los franceses de los belgas o los estadounidenses de los polacos. A su vez, en Latinoamérica y en España se cuentan chistes de argentinos, donde se nos ve como soberbios y egocéntricos. Esta tendencia hostil de los chistes se puede observar en los chistes escépticos o cínicos, donde el objeto de hostilidad son las instituciones o los prejuicios sociales, y los blasfemos (por ejemplo, los chistes de curas), donde el objeto de hostilidad son las instituciones religiosas.

Chistes de tendencia erótica ya hemos visto con el gag de Woody Allen. Pero ése era un gag, no un chiste. Freud (1979a: 94) se refería más bien a un chiste contado en un salón, en una escena típica donde un varón le cuenta un chiste erótico a una mujer, en presencia de otro varón. Con este chiste con tendencia erótica el varón pretende sonrojar a la mujer con la complicidad del varón-testigo. La mujer reconoce la tendencia erótica del chiste y no puede reír complacientemente, debe sonrojarse para mantener su timidez supuestamente más femenina. El varón que cuenta el chiste, por su parte, necesita de otro varón testigo para que no se entienda que la tendencia erótica es planteada francamente a esa mujer, lo cual sería entendido como una declaración. En cierto modo, el varón testigo representa un “freno” para el “desenfreno” del contador del chiste y a su vez ese testigo es quien verdaderamente goza del placer del chiste.

Al chiste de tendencia erótica se le agrega la tendencia epicureísta, que nos habla del disfrute, el placer de los sentidos y el goce de la vida. Es decir, son chistes con una tendencia hedonista, donde generalmente se ridiculizan los prejuicios que nos atan a una visión demasiado rigurosa de nuestra propia existencia.

Volviendo a la diferencia entre técnicas del chiste y tendencias, podemos interpretar que una de las carencias de las teorías anteriores a Freud sobre la comicidad es que buscaban el efecto cómico exclusivamente en las técnicas, sin considerar las tendencias inconscientes que, obviamente, sólo fueron analizadas por el psicoanálisis freudiano. Pero esta carencia no se originaba solamente en la falta de una teoría adecuada sino también en una diferente concepción de la literatura y, aun más, de la cultura: sólo se aceptaba el humor elevado, refinado, alusivo, y se rechazaba todo lo procaz y tendencioso. La idea misma de estudiar los chistes y las chanzas hubiera sido impensable antes de Freud. Baudelaire, desde otro punto de vista, sólo reconocía las tendencias hostiles, y de allí que viera en la risa un origen satánico.

Las tendencias inconscientes que anidan en los chistes no siempre actúan. Según Freud, no actúan ni en las chanzas ni en las ingenuidades (cuando alguien dice, sin darse cuenta, algo gracioso para los demás). Pero también agregaremos nosotros el humor absurdo. Este tipo de humor viola los axiomas de la lógica, contraponiendo un enunciado irracional a la racionalidad esperada en cualquier enunciado, y por ello evita deliberadamente transitar por las tendencias eróticas u hostiles. Macedonio Fernández (1944) prefería el humor absurdo a todos los otros tipos de humor, justamente porque no tenía hostilidad ni erotismo. En cierto modo, el humor absurdo puede ser más racional (porque combate la irracionalidad) y más elevado (aunque el humorista se ponga la máscara de tonto), pero también, por alejarse de las tendencias inconscientes, puede parecer más ingenuo.

Como ejemplo, recordaremos una parte de un monólogo del humorista español Gila, que actuó en la Argentina en los años 60 y 70. El tema es la guerra (Gila está vestido de soldado) y representa una conversación telefónica:

—Señor Emilio, que le llamo por un asunto de reclamaciones. Que de los seis cañones que mandaron ayer vienen dos sin agujero... Pues estamos disparando con la bala por

fuera. O sea, al mismo tiempo que uno aprieta el gatillo, otro corre con la bala. Lo que pasa es que se cansa y la suelta. y como no vuelve, no sabemos dónde. Digo yo, ¿no tendrían unos agujeros para mandarnos?

Un cañón sin agujero es un contrasentido, una incoherencia. Reímos porque en ningún momento imaginamos que un cañón pueda ser construido sin agujero. Y encima solicita a la fábrica de armas que envíe el agujero solo, lo cual ya va contra toda lógica. Aquí no hay tendencia hostil ni erótica. En todo caso, si hay una tendencia hostil es hacia el personaje tonto representado por Gila. En cierta manera volvemos a ver la diferenciación entre autor y personaje (sujeto empírico y sujeto de enunciación) que ya habíamos entrevisto en el gag de Woody Allen. Pero lo que más se destaca del chiste no es la hostilidad autorreferencial del personaje sino el absurdo lógico que significa un cañón sin agujero, un disparo de cañón hecho a la carrera y un pedido de agujeros para reparar esas armas. Como dijimos antes, el humor absurdo, aunque juega con la racionalidad, puede finalmente ser ingenuo.

Para finalizar con los aportes del psicoanálisis,² recordaremos las tres condiciones que plantea Freud (1979a: 143) para el chiste y la comicidad.

La primera condición establece que el oyente del chiste o el espectador de la comicidad posea la suficiente **concordancia psíquica** con el autor o narrador como para disponer de las mismas inhibiciones internas que éste. En términos generales podemos decir que se deben poseer las mismas inhibiciones, o se deben desear los mismos objetos, o se debe querer agredir a las mismas personas o instituciones. Esto nos lleva por supuesto a la existencia de similares *estereotipos*, pues se supone (pero sólo se supone) que todo varón desea a una mujer, que todo adulto tiene sus instintos reprimidos, etcétera. A medida que nos acercamos a terrenos más ideológicos, las discrepancias se hacen más notorias, y seguramente no nos podremos reír de un chiste racista, sexista o

2. Para “finalizar”, en función de lo que buscamos en este trabajo. El libro de Freud sobre el chiste es una obra maestra, de una enorme riqueza y lleno de sugerencias insoslayables. Solamente tomamos aquí los aspectos útiles para nuestro análisis enunciativo del humor.

de derecha, si no comulgamos con esa ideología. Sin ir tan lejos, los gallegos no se ríen de los “chistes de gallegos” ni los argentinos de los “chistes de argentinos”, ni los adherentes a un equipo de fútbol se ríen de las bromas (por utilizar un eufemismo) que realizan los adherentes del equipo rival.

Lo que un grupo o clase social considera cómico, otro grupo o clase social lo considera digno del mayor respeto. Estas diferencias pueden observarse tanto sincrónica como diacrónicamente.

La segunda condición indica que debe impedirse que el gasto inhibitorio, una vez liberado, encuentre otro empleo psíquico que no sea la descarga motriz de la risa. Esto quiere decir que en el chiste o la comicidad es esencial la **distracción**. Si el oyente no se distrae, puede anticipar el remate cómico y el efecto se disipa. Existen ciertas técnicas distractivas para que la atención no se disperse y para lograr un efecto sorpresivo en el desenlace.

La tercera condición para obtener la risa del oyente se refiere a técnicas para aumentar la **investidura** (inhibición), antes de la descarga, como método para hacer más placentero el goce. El relato del chiste va aumentando la inhibición del receptor para que la “caída” se produzca desde lo más alto, así el golpe (la risa) será más efectivo.

Algunos análisis

Tomemos un chiste contado por Ernesto Acher en un espectáculo de *stand-up comedy*:

George Bush llega al infierno y es conducido a una habitación sucia, con los muebles rotos, húmeda. En la cama hay una mujer monstruosa, asquerosa, amenazante, y se escucha una voz sobrenatural:

–George Bush, por los pecados que has cometido, se te condena a vivir eternamente con esta mujer.

Después llega Berlusconi, y es conducido a una habitación desastrosa, casi sin muebles, con humedad, telarañas y ratas. En la cama hay una mujer espantosa, con víboras en vez de cabello, aspecto de bruja y colmillos de fiera. Se escucha una voz sobrenatural:

–Silvio Berlusconi, por los pecados que has cometido, se te condena a vivir eternamente con esta mujer.

Después llega Carlos Menem. Es conducido a una habitación limpia, ordenada, con una gran cama matrimonial y las sábanas nuevas. Allí está Angelina Jolie, desnuda y con la mirada ansiosa, cuando se escucha una voz sobrenatural:

–Angelina Jolie, por los pecados cometidos, se te condena a vivir eternamente con este hombre.

Aquí vemos varias de las técnicas de la comicidad y el humor. Empecemos por las condiciones planteadas por Freud.

La coincidencia psíquica debe darse aquí en el plano ideológico. Si alguien es partidario de Berlusconi, de Bush o de Menem, no podrá participar de la comicidad. En segundo lugar, la distracción en este chiste es el elemento fundamental. Se da una enumeración de tres situaciones (el tres en el chiste es un elemento constante). Con las dos primeras, se marca una tendencia: dirigente político con mala imagen en la opinión pública es castigado en el infierno con una habitación y una mujer no deseables. La tercera situación ya intuimos que es la definitiva, porque el dirigente es argentino y será el objeto de la ridiculización. Esperamos otra habitación y mujer indeseable, pero nos distrae la diferencia con respecto a las anteriores: ¿por qué una habitación y una mujer deseables? Suponemos que el personaje, Menem, lo resolverá de alguna manera particular, quizá en un estilo “individual”, “argentino”. La sorpresa (y el chiste) provienen de que quien es condenada en esa habitación es Angelina Jolie y no Menem.

Observemos que el narrador del chiste nos llevó a una falsa continuidad: las dos primeras condenas son dirigentes políticos de países, que sufren el castigo por sus pecados. El tercer personaje parece ser Menem: nos ponemos en los ojos de Menem, como nos pusimos en los ojos de Bush y de Berlusconi, pero en realidad el protagonista es la actriz que al principio aparece como objeto de la situación y en realidad es el sujeto. Si releemos el chiste, veremos que, desde el punto de vista de Angelina Jolie, no tiene sentido que la habitación esté correctamente amueblada y limpia. Su condena, coincidente con la de Bush y Berlusconi, debería haber sido con una habitación sucia y, eventualmente, con Menem como acompañante eterno, si es que consideramos a Menem una persona indeseable, como las brujas de las primeras dos habitaciones. Al plantearnos una habitación agradable y una mujer deseable, el narrador nos distrae y nos aleja de la resolución posible.

La tercera condición, aumento de la investidura, la podemos observar mejor en otro chiste:

—¿En dónde tienen las mujeres el pelo negro y enrulado?

—...

—En África.

En este chiste, también con tendencia erótica, el narrador hace una pregunta que provoca que el oyente aumente su investidura o inhibición. La pregunta parece aludir al pubis de la mujer, pero el oyente se siente invadido y acosado por la pregunta: “¿Por qué se me pregunta eso? Esto parecía ser un chiste: la respuesta sencilla no remata en un chiste. ¿En alguna otra parte de su cuerpo las mujeres tendrán el pelo negro y enrulado? ¿Cuál es la respuesta?”. Esta indecisión lleva al oyente generalmente a callar, producto tanto de sus inhibiciones con respecto al tema como de su indecisión con respecto al sentido de la pregunta.

Primer momento de la reacción: al recibir la respuesta efectiva, “En África”, el oyente libera su ansiedad en forma de risa. Las indeterminaciones lo inhibían, ahora se tranquiliza. Segundo momento: el origen del chiste se encuentra en la ambigüedad de la pregunta: “en dónde”. No se refería a una parte de la mujer sino a un sitio geográfico. El oyente, entonces, se da cuenta de que ha sido “mal pensado”, pensó en una respuesta obscena cuando la pregunta era meramente informativa. Tercer momento: sabe que la pregunta no fue genuinamente geográfica, sino que tenía doble intención, es decir que el que contaba el chiste lo ha engañado deliberadamente.

Fijémonos que en este chiste, reímos *con* el contador del chiste, pero *de* nosotros mismos, que caímos ingenuamente en un reconocimiento de nuestro propio pensamiento “pecaminoso”. Si la situación del chiste es la que describe Freud: un varón que le cuenta el chiste a una mujer y a otro varón, podemos ver claramente que la inhibición crecerá mucho más en la mujer, y que el varón testigo será el verdadero gozador de la situación cómica. El oyente testigo, en este caso, *ríe con* el contador y ambos *ríen de* la mujer inhibida o, mejor, de la inhibición de la mujer.

Reposición de lo implícito y tiempo de interpretación

Cuando realizamos aquí el análisis retroactivo de lo que sucede en el pensamiento del receptor del enunciado humorístico, muchas veces vemos que después de que el chiste, el gag o la broma finalizan la mente realiza un “trabajo” de recuperación de algún enunciado implícito, sin el cual el chiste no puede ser entendido. Lo implícito es cualquier enunciado no dicho, que debe ser recuperado por el receptor para que el chiste complete su sentido. Más aún, a menudo nos encontramos con algo que “sabemos” que es el final de un chiste (por diversos indicadores contextuales), pero entonces debemos encontrar aquel enunciado faltante que nos certifique que eso es un chiste y que garantice el humor que ello implica. Recordaremos un *gag* de la sitcom *Two and a Half Men*:

Alan Harper está con una chica a la que quiere conquistar, y le dice que lo espere: tomará un baño y sólo tardará cinco minutos. La cocinera Berta, testigo de la charla, agrega: “Cuando está sin novia, tarda más”.

Diversos indicios contextuales nos dicen que el remate de Berta es un chiste: estamos en presencia de una sitcom, los comentarios de ese personaje suelen ser cáusticos, podemos llegar a escuchar las risas (grabadas o no) del programa. Pero, además, el comentario, tomado en su sentido llano, es de una completa banalidad. Si la situación fuera otra, el hecho de indicar que alguien, dadas otras circunstancias, tarda más en hacer una actividad es un afirmación sin mayor sentido. Pero los indicios contextuales nos dicen que aquí hay un chiste: el cerebro del receptor busca algo implícito que nos pueda explicar por qué Alan Harper tarda más en bañarse cuando está sin novia y encuentra la respuesta, inevitablemente, en el mismo terreno sexual al que pertenece el hecho de tener novia. Berta alude a la masturbación de Alan, pero es un elemento que el receptor debe reponer. Eso implica un “tiempo de interpretación” que actúa de manera similar a la distracción que planteaba Freud como una de las condiciones del chiste. Aquí, en vez de distraernos, nos remiten a un enunciado no dicho, implícito, que debemos reponer. Esa búsqueda de lo implícito, sin ser en sí misma una distracción, actúa como tal, y aumenta el placer de “por fin” haber encontrado la solución al chiste. El placer de la interpretación aumenta la risa.

Esto no quiere decir que “a más tiempo, más placer”. El tiem-

po de interpretación puede ser tan largo que le quita el placer al chiste: eso sucede con chistes o bromas demasiado elaboradas o que hacen referencia a competencias enciclopédicas difíciles de reponer. Un historiador de la literatura afirmaba que lo implícito en una metáfora (es decir, el elemento metaforizado, que no está en la frase) no debía estar ni demasiado cerca, porque sería de rápida interpretación, ni demasiado lejos, porque se la juzgaría hermética. Ese punto medio es similar para los chistes: ni tan rápido que el lector pueda preverlo, ni tan lejos que implique un gasto adicional y penoso.

El tiempo de interpretación aumenta el placer del chiste, como si se aumentara la investidura. En realidad nos alejamos del objeto, si se nos permite la metáfora, y el camino de retorno implica un mayor placer. Esta idea que alude a un camino mental, que nos conduciría desde un enunciado (el final de un chiste) hacia un implícito (que produce el goce), no es medible. Si fuéramos estadounidenses, haríamos estudios con grabaciones y receptores, para evaluar las diferencias en milésimas de segundo entre chistes con y sin implícitos. Pero preferimos dejar un ejemplo más, en este caso otro *gag* de la misma serie *Two and a Half Men*:

Alan Harper atiende un llamado a la puerta de la casa. Allí una mujer afirma estar buscando a su hija. Alan, pensando que se refiere a la última conquista de su hermano Charlie, busca la confirmación: “¿Una rubia borracha?”. Y la madre responde: “No siempre es rubia”.

Recorramos el camino mental del receptor al ver esta escena. Una madre pregunta por su hija y Alan, que la ha visto entregarse a su hermano en estado de ebriedad confesa, le señala las dos características más visibles de la mujer: el color de su pelo y su borrachera. La primera característica es neutra, pero la segunda es ofensiva, y aún más para su madre, al menos desde los estereotipos que transitamos habitualmente. Cuando empezamos a escuchar la respuesta de la madre (“no siempre...”), seamos conscientes o no, estamos esperando que ella ponga algún reparo a la borrachera de la hija. Y sin embargo, el límite temporal es puesto al color de pelo, con lo cual inferimos que la borrachera es un estado permanente. Inevitablemente, con la pregunta de Alan y el inicio de la respuesta de la madre “íbamos hacia un lado” del enunciado. Reponer la frase implícita (“siempre está borracha”) implica desandar el camino y volver al otro lado, un doble itine-

rario que actúa como una distracción y, por lo tanto, aumenta el placer del chiste.

En este *gag* de tendencia hostil fueron los estereotipos sociales los que nos confundieron y nos incitaron a pensar la solución hacia el lugar equivocado. Aunque no hayamos reparado en ese comienzo de respuesta de la madre (“no siempre...”), ya el estereotipo de madre nos debe indicar que ella quiere a su hija y el estado de ebriedad es malo para su salud o inadecuado para la interrelación social. La madre toma con tanta naturalidad la borrachera de la hija que contesta por un elemento de su arreglo personal, que tiene una importancia infinitamente menor a sus adicciones.

La madre parece estar diciendo: “Si está borracha, podría ser mi hija; ahora bien, el cabello rubio es algo azaroso, entonces debería confirmar su identidad”. Comparemos esa afirmación con otra frase hipotética. A la misma mujer se le informa que la policía quizá encontró su automóvil robado: “¿Era azul con un raspón en la puerta?”. La mujer puede responder “no siempre fue azul” o “no siempre tuvo un raspón” y en ningún caso estamos en presencia de un chiste. Quiere decir que la comicidad radica en los estereotipos específicos que se juegan en el hecho de ser madre de una chica habitualmente adicta al alcohol. Esa madre toma ya con demasiada naturalidad (por lo habitual) el hecho de que su hija esté borracha. Comparemos esa pregunta hipotética del policía que encuentra el automóvil con esta otra: “¿Tenía un raspón y un cadáver en el baúl?”, y la madre contesta: “No siempre tuvo un raspón”. Allí, al igual que en el *gag* original, la madre se inculpa a sí misma y nos reímos de la naturalidad con que acepta que había un cadáver en el baúl de su auto.

No podemos sustraernos a citar un *gag* de la película *La pistola desnuda*. En ella, el viejo policía Frank Drebin, durante una investigación, le dice a su pareja: “He visto unas fotografías”. Y ella, con el ceño fruncido, contesta: “Yo era joven, necesitaba dinero”. Pero Drebin estaba pensando en unas fotos de la investigación, y sigue hablando del tema como si nada hubiera pasado. Nuevamente, el placer del *gag* se basa en la reposición de lo implícito.

Reírse de y reírse con

Esta distinción, que ya hemos esbozado antes, “reírse de” y

“reírse con”, fue establecida por Hans Robert Jauss (1992), uno de los principales exponentes de la llamada teoría de la recepción. Justamente, esta distinción está planteada desde el punto de vista del receptor del chiste. La misma risa ya dijimos era un efecto del chiste y no un factor constitutivo del enunciado humorístico. Sin embargo, incorporamos este concepto porque creemos que arroja una luz significativa sobre el proceso mismo de constitución del chiste o del hecho cómico.

Efectivamente, en el humor o la comicidad hay siempre una contradicción de un factor superior y otro inferior. La victoria del factor superior sobre el inferior es un elemento fundamental para que podamos reír. Ese factor debe ser sorpresivo (segunda condición) y, para ello, hay que distraer al espectador y aumentar sus inhibiciones (tercera condición), pero la resolución del enunciado humorístico, para ser realmente humorístico, debe ridiculizar algún factor que el espectador acepte que sea ridiculizado (primera condición).

Esto nos indica que el “reírse de” y el “reírse con” son la contrapartida en el receptor de algo que ya debe estar en el enunciado humorístico. El autor de la comedia, el guionista de la sitcom, el que cuenta el chiste, debe construir su enunciado de manera tal que el receptor se pueda identificar con algún factor y se sienta cómodo en la ridiculización de otro factor.

Elder Olson, analista de la literatura perteneciente a la llamada escuela de Chicago, da una nueva vuelta de tuerca en este análisis. Afirma que en la comedia “nos reímos *con* el ingenioso, nos reímos *del* ridiculizado” (1975: 36), pero no separa ambos factores, sino que los integra en la misma escena: “El ingenioso y el ridiculizado no son necesariamente distinciones permanentes”, puesto que uno se transforma en el otro en una serie de retruécanos continuados.

Olson retoma una idea ya planteada por Freud y por Jean Paul Richter, que dicen que el espectador del enunciado humorístico se compara él mismo con la situación representada. “La base de lo ridículo y lo jocoso, por lo tanto, es lo *diferente*... Naturalmente, nos consultamos a nosotros mismos como modelos o patrones” (p. 32). “El personaje cómico es *diferente de nosotros, en el hecho de ser cómico*, y las desgracias, precisamente porque son cómicas, o bien no son importantes o bien son merecidas” (p. 55). “Tal personaje se toma algo muy en serio y nosotros relajamos nuestra seriedad al ver que lo serio no puede aplicarse en ese contexto” (p. 33).

Este relajamiento, o *catástasis* como lo denomina Olson, es previo a la risa y configura su condición. La situación cómica produce una intranquilidad que luego es negada por el contexto; la tranquilidad, la relajación, se vuelven a instalar en el espectador y la energía concentrada en lo que parecía serio se descarga en lo que ahora es cómico.

Retomemos cualquiera de los análisis desplegados antes: un reclamo por un cañón mal construido es algo serio, pero que un cañón haya sido construido sin agujero no puede aplicarse en el contexto. Un elogio por el desempeño sexual es algo serio, pasional, romántico, pero la respuesta de Woody Allen (o de su personaje) relaja nuestra seriedad y se descarga en la risa.

El hecho de que “nos consultamos a nosotros mismos” para evaluar lo que es inferior y lo que es superior nos habla nuevamente de los *estereotipos* que conforman nuestra psiquis, y tanto el emisor como el receptor se ven a sí mismos alejados de todos los errores que son propios de los estereotipos de los chistes. “Estaban un francés, un gallego y un argentino en un ascensor...”: no somos patriotas como los franceses, no somos ignorantes como los gallegos y nos identificaremos con el argentino, que hará algo que va a poder superar lo que hicieron o no pudieron hacer el francés y el gallego.

Ese “nosotros” es un nosotros inclusivo general: quien no se identifique con ese nosotros no puede participar del hecho cómico y, por lo tanto, no se sentirá superior, como todos los que rien. El nosotros es democrático, pero también es discriminador. “Pertenecer tiene sus privilegios”: el privilegio de que no se rían de uno, porque no cometerá las torpezas del francés, del gallego o de quien sea. Los chistes nos enseñan a actuar, a interactuar con nuestros semejantes, nos marcan el camino del error, haciendo del mundo un mundo de altos y bajos. Si somos altos, perfectos, buenos, inteligentes, nos reiremos sin problema de los bajos, imperfectos, malos, torpes.

¿Pero entonces toda comicidad, todo humor, todo chiste, es conservador, discriminador, establece una jerarquía? No siempre o, más exactamente, no en su totalidad: el humor actúa siempre en varios niveles a la vez: algunos niveles serán liberadores, otros serán conservadores.

Creemos, con Mijaíl Bajtín (1974), que el humor es ambivalente. Muestra, pero no concluye. Saca a la luz, pero vuelve a tapar lo que

sacó. Como Hegel señaló para la comedia, la verdad no vence a la tontería ni la deja durar indefinidamente. El impulso inconsciente aflora y se vuelve a ocultar, pero la reivindicación ha sido hecha.

Es interesante recordar un diálogo de la novela de Umberto Eco (2003: 466-468), *El nombre de la rosa*, ambientada en la Edad Media, donde el monje ciego que dirige la biblioteca del monasterio, Jorge de Burgos, ha ocultado el segundo tomo de la *Poética* de Aristóteles, dedicado a la comedia, porque, según la iglesia, la comicidad y el humor tendrían un efecto liberador en el pueblo llano.

—Hay muchos otros libros que hablan de la comedia, y también muchos otros que contienen el elogio de la risa. ¿Por qué éste te infundía tanto miedo?

—Porque era del Filósofo. Cada libro escrito por ese hombre ha destruido una parte del saber que la cristiandad había acumulado a lo largo de los siglos. [...] Antes mirábamos el cielo, otorgando sólo una mirada de disgusto al barro de la materia; ahora miramos la tierra, y sólo creemos en el cielo por el testimonio de la tierra. Cada palabra del Filósofo, por la que ya juran hasta los santos y los pontífices, ha trastocado la imagen del mundo. Pero aún no había llegado a trastocar la imagen de Dios. Si este libro llegara... si hubiese llegado a ser objeto de pública interpretación, habríamos dado ese último paso.

—Pero, ¿por qué temes tanto a este discurso sobre la risa? No eliminas la risa eliminando este libro.

—No, sin duda. La risa es la debilidad, la corrupción, la insipidez de nuestra carne. Es la distracción del campesino, la licencia del borracho. Incluso la Iglesia, en su sabiduría, ha permitido el momento de la fiesta, del carnaval, de la feria, esa polución diurna que permite descargar los humores y evita que se ceda a otros deseos y a otras ambiciones... Pero de esta manera la risa sigue siendo algo inferior, amparo de los simples, misterio vaciado de sacralidad para la plebe. Ya lo decía el apóstol: en vez de arder, casaos. En vez de rebelaros contra el orden querido por Dios, reíd y divertíos con vuestras inmundas parodias del orden... al final de la comida, después de haber vaciado las jarras y botellas. Elegid al rey de los tontos, perdeos en la liturgia del asno y del cerdo, jugad a representar vuestras saturnales cabeza abajo... pero aquí, aquí —y Jorge golpeaba la mesa con el dedo, cerca del libro que Guillermo había estado hojeando—,

aquí se invierte la función de la risa, se la eleva a arte, se le abren las puertas del mundo de los doctos, se la convierte en objeto de filosofía, y de pérdida teología. [...] Y este libro, que presenta como milagrosa medicina a la comedia, a la sátira y al mimo, afirmando que pueden producir la purificación de las pasiones a través de la representación del defecto, del vicio, de la debilidad, induciría a los falsos sabios a tratar de redimir (diabólica inversión) lo alto a través de la aceptación de lo bajo.

En la visión de Eco, que retoma a Bajtín, la Iglesia católica permitía el carnaval, la comedia, la farsa, la sátira, porque era una válvula de escape para las pasiones dormidas y reprimidas del pueblo. Pero se oponía a elevar el humor a una categoría superior de reflexión sobre el mundo.

Sin embargo, el hecho de que el puritanismo se oponga al humor no le otorga a éste, automáticamente, una credencial de liberación de lo reprimido en el hombre. Como señalaba Bajtín: ni creo ni descreo, me río. Según Bajtín, que analiza la novela *Gargantúa y Pantagruel*, de François Rabelais (escrita en la primera mitad del siglo XVI), el literato francés desnudaba el carácter limitado de la política progresista de su tiempo (de cualquier grupo social que proviniese) a través de “la risa ambivalente” de la imaginaria popular. Se ubicaba en el “punto de vista del coro popular que se ríe en la plaza pública” (1974: 395). Mediante esa risa ambivalente destruía toda la seriedad oficial, sin exponerse con una crítica consecuente o científica. “No obstante, al destruir la falsa seriedad, el falso impulso histórico, Rabelais prepara el terreno para una nueva seriedad y un nuevo impulso histórico” (1974: 396).

La fiesta popular reflejada por Rabelais “abre una brecha festiva” (1974: 410), brecha que rompe con esa seriedad, que destruye las “declaraciones directas y unívocas” del propio Rabelais y las relativiza. Esta brecha, que surge de la cultura popular, abre una falla, una fractura en la cultura oficial.

Esta ambivalencia del humor implica que no se le asigna ningún valor positivo a la tendencia inconsciente que sale a luz, su sola reivindicación es reconocer su existencia. Seguramente, ante la negación lisa y llana de la existencia de esas tendencias reprimidas, el humor tiene un rol progresivo: parece estar diciendo “no escondan el sexo, no escondan el absurdo, no escondan la irracionalidad, no escondan la inmadurez que todos llevamos dentro”, y logra que

esto se exhiba ante los ojos de todos, gracias a que todos ríen de la presencia de las tendencias inconscientes. Pero aunque destruye la seriedad rigurosa y conservadora, el humor no logra elevar lo reprimido a la altura de propuesta. Ni pretende hacerlo. Tiene un rol destructivo cuando se dirige contra las instituciones, contra la represión (la autorrepresión), contra el poder y contra el estatus, pero lo reemplaza con otros poderes, otras discriminaciones.

Hemos dicho antes que el humor refuerza nuestros estereotipos y recrea un mundo de discriminadores y discriminados. También puede tener un rol positivo, aunque ambivalente, al carcomer las bases de un poder represor, se ubique éste en un nivel ideológico, político o moral. Pero no se trata de dos tipos de humor diferente sino de distintos niveles del mismo hecho cómico. Por ejemplo, en el gag de Woody Allen, podríamos decir que el reconocimiento de la sexualidad cumplió un papel liberador al aceptar como “existente” y normal la masturbación. Pero a la vez, en otro nivel, nos reímos *de* la masturbación por ser una sexualidad inmadura.

Los chistes con tendencia erótica, en general, parecen tener esa característica de liberación con respecto a zonas de la personalidad que han quedado sepultadas por las convenciones sociales, pero a su vez el reforzamiento de la inhibición, necesario antes de la descarga de la risa y representado en la escena del chiste por el acoso del varón sobre la mujer, actúa como un factor conservador con respecto a un inconsciente liberado demasiado rápidamente.

No podemos “elegir” de qué reírnos, porque no manejamos conscientemente nuestras premisas ideológicas en todos los niveles en los que actúa el humor. Sólo podemos reaccionar cuando algún elemento de la comicidad nos remite directamente a un planteo ideológico que no compartimos o nos recuerda algún hecho doloroso de nuestra vida. La película *La vida es bella*, por ejemplo, dirigida por Roberto Benigni en 1997, fue criticada por algunos intelectuales por hacer una comedia sobre los campos de concentración, ¡cincuenta años después de finalizada la Segunda Guerra Mundial! Y sin embargo, la película no se reía de los campos de concentración, y menos aún de las personas reclusas allí.

El **humor autorreferencial** es un caso particular de chistes o comicidad con tendencia hostil. Ya se puede encontrar este tipo de humor en Groucho Marx, pero quien más lo desarrolló fue Woody Allen. Autorreferencialidad hubo siempre, por ejemplo en el payaso que hacía el papel de tonto en las representaciones de

circo o en las comedias. Pero Woody Allen innovó en dos cuestiones: primero, establecía una cierta identificación entre el personaje y la persona, haciendo jugar su imagen personal como garantía de la inmadurez del personaje; además, las tendencias eróticas de sus chistes eran compensadas con fuertes tendencias hostiles hacia su propia persona, en forma de ridiculización, lo cual le daba a su humor un aire de confesión psicoanalítica muy fuerte.

En el humor autorreferencial, el emisor del chiste renuncia a descargar sus tendencias hostiles en el otro y se ofrece a sí mismo como objeto de la ridiculización, para que todos nos identifiquemos con sus aspectos más oscuros. En cambio, en el típico humorista que juega el personaje del tonto (en el diálogo de Gila lo hemos visto, pero también se ve en la ignorancia del personaje Cándida, de Niní Marshall, o en la “incultura” de César Bruto), no hay un compromiso entre el emisor y el personaje, como sí lo hay en el humor autorreferencial. Pero además, la tontería del personaje está ampliamente compensada con la inteligencia de quien escribió el guión (el emisor): aunque parezca un contrasentido, se necesita mucho ingenio para parecer tonto y no serlo, y ese aspecto es identificado por el receptor, quien por eso ríe *con* el autor, *del* personaje.

En el humor autorreferencial, en cambio, el receptor también realiza una distinción entre la inmadurez del personaje y la madurez del autor, pero cuando éste escarba en los fondos más ocultos de su personalidad, no hay madurez ni racionalidad que lo compense. Como espectadores, reímos por la valentía del autor de hurgar en las zonas más reprimidas de su personalidad, zonas que también son nuestras. En cierta manera, el humorista autorreferencial se presta, cristianamente, a mostrar sus pecados para que todos podamos redimirnos. Sentimos también que su actitud nace de la enorme benevolencia de no buscar el defecto en el otro sino, al contrario, de ofrecerse a sí mismo como demostración de lo que el ser humano ha reprimido pero no ha terminado de matar.

Humor y enunciación

Enunciación y comunicación

El estudio de la enunciación es el estudio de aquellos rasgos internos de los enunciados que evidencian un vínculo directo con la situación contextual. El objetivo de la **teoría de la enunciación** no es estudiar el contexto de un discurso desde un punto de vista sociológico, histórico o psicológico, sino analizar ese contexto en el interior mismo del enunciado. Para ello, se despliega el análisis en una serie de rasgos que van mostrando cómo, en la lengua y gracias a ella, se va construyendo una imagen del sujeto de la enunciación (el yo), del enunciatario (el tú), del lugar de la enunciación y del tiempo en que se produce (Benveniste, 2008b; Kerbrat-Orecchioni, 1986). Además de esos rasgos, también aparece la manera en que son denominadas otras personas y cómo hablan también otras voces, a través de ese mismo enunciado (rasgos polifónicos).

Todos estos elementos, que están presentes en la situación comunicativa real pero que sólo se estudiarán a través de su aparición en el enunciado mismo, remiten en definitiva al responsable del enunciado, a aquél que lo emite, aun cuando se esconda con diferentes máscaras. Por eso se ha dicho que el análisis de la enunciación es, en definitiva, el análisis de la subjetividad del lenguaje (Benveniste, 2008a: 179). Se puede estudiar el espacio y el tiempo de un enunciado cualquiera en base a datos históricos o sociológicos, pero aquí sólo interesa cómo un enunciador concreto ha construido el espacio y el tiempo dentro del enunciado mismo, gracias a los rasgos formales que provee la lengua (esa lengua particular que está utilizando el enunciador y que tiene determinados rasgos formales y no otros). Lo mismo se deberá decir del receptor: se podrá saber mucho o poco del receptor real de un texto, de un

discurso, de un chiste, pero la teoría de la enunciación se interesará solamente en describir al enunciatario en tanto representación del receptor inscrita en el enunciado mismo.

Antes de abordar cada uno de los rasgos enunciativos que nos parecen pertinentes para el análisis del humor, será importante señalar algunos aspectos relevantes de la **situación comunicativa** del humor.

Todo mensaje tiene un emisor real (sujeto empírico) y un receptor real (destinatario). El emisor codifica su mensaje y el receptor lo decodifica, pero es imposible plantear que el mensaje se mantiene inalterable o que le llega al receptor tal cual lo concibió el emisor. La codificación y la decodificación son dos trabajos, dos actividades prácticas, que cada uno de los participantes de la situación comunicativa realiza según sus propias competencias y de acuerdo a diversas determinaciones y restricciones que conlleva la situación comunicativa (Kerbrat-Orecchioni, 1986).

En la codificación, tiene una influencia preponderante la capacidad personal para crear un enunciado humorístico. Si bien se puede plantear lo mismo para cualquier otro género escrito u oral, la capacidad de hacer humor parece algo “que no se estudia”, algo innato de la persona o generado a partir de la mera observación e intuición, desarrolladas durante años y al margen de cualquier estudio sistemático. Pero, además, dependerá también de cuestiones que el individuo no puede controlar: la voz, la altura, el sexo, el aspecto físico, la velocidad de asociación, etcétera. Esta capacidad individual se nota aún más en los “contadores de chistes” y en los humoristas profesionales.

En definitiva, las competencias más importantes con que debe contar un emisor humorístico son la competencia lingüística y la competencia paralingüística. La primera, obviamente, se refiere a la capacidad para decir las palabras adecuadas en el momento justo, a tener un repertorio lo más amplio posible de la propia lengua, a conocer (intuitivamente, sobre todo) las diferencias de variedad dentro de una lengua (desde las diferencias dialectales hasta la imitación de grupos étnicos que intentan hablar en castellano). La competencia paralingüística se refiere a los gestos, la mirada, la postura, la voz, el aspecto físico, los tonos adecuados para cada parte del chiste, etc.

Las competencias ideológicas y culturales, en cambio, tienen poca incidencia en la efectividad del chiste y de la comicidad. Pero

no hay que olvidar la primera condición del chiste que establece Freud: tiene que haber una concordancia psíquica (aquí podríamos decir ideológica y cultural) entre el que cuenta un chiste y el que lo escucha. Las competencias ideológicas y culturales aparecen más como una restricción que como un despliegue efectivo. De todas formas, la prosa humorística, la parodia y la ironía muchas veces se apoyan en los conocimientos implícitos del lector o del oyente: sin ellos, las sutilezas de estos registros humorísticos se pierden y el receptor se queda con la sensación de que algo se ha dicho pero no sabe bien qué.

La decodificación del humor es la risa. Como dijimos en la introducción, la risa es la demostración objetiva de que el chiste se ha entendido. No importa el grado de conciencia que el receptor tenga sobre las técnicas utilizadas por el emisor para generar ese chiste: lo importante es que se ha comprendido qué es lo risible y, sobre todo, *de qué* reímos y *con quién* reímos.

Si bien en el receptor también actúan las competencias lingüísticas y paralingüísticas para entender el chiste, no actúan de la misma manera que en el emisor. Sí podemos afirmar que hay gente más susceptible de entender el humor que otras,¹ y eso implica entonces que tienen determinadas competencias que otros receptores no poseen o, mejor dicho, que poseen en menor medida. Estas competencias decodificadoras serán tanto más útiles en cuanto el receptor se acerque a algo que podríamos llamar, parafraseando a los estudios literarios, como el “oyente ideal”, que será aquel que comparta con el emisor un conjunto mayor de competencias y conocimientos, en cualquier de sus instancias.

No hay que descartar, además, que ciertos componentes psicológicos (lo que Kerbrat-Orecchioni llama “determinaciones psi”) favorezcan la emisión y la recepción del humor, componentes que parecen ser diferentes en una y otra instancia. En el emisor, las determinaciones psi que prevalecen para la eficacia de un mensaje humorístico son, antes que nada, la confianza en sí mismo y en la propia capacidad emisora. En el receptor, las determinaciones psi relevantes pueden ser el reconocimiento interno de factores

1. La “gelotofobia” es el miedo a la risa, o miedo al ridículo. La revista norteamericana *Humor*, que estudia el humor desde la lingüística pragmática, dedicó en 2009 un número a la gelotofobia.

inconscientes que surgen en el enunciado humorístico o, al revés, su mantenimiento en estado de latencia expectante, cierta predisposición a la alegría o a la ansiedad, etcétera.

Sujeto de enunciación y deixis

Ya hemos hablado de la diferencia entre el sujeto empírico (el autor real y físico de un enunciado cualquiera, en nuestro caso del enunciado humorístico) y el **sujeto de enunciación**, que es el sujeto que se genera adentro del enunciado y puede distanciarse en mayor o menor medida del sujeto empírico. Esta distancia será entendida como muy pequeña entre el autor de unas memorias y el “personaje” del que hablan esas memorias, y como muy grande si vemos un cartel en la calle con una foto de un animal doméstico y la leyenda “Me perdí”. Aquí sabemos que los perros no hablan ni escriben, por lo tanto el verdadero sujeto empírico del mensaje será el dueño del animal, quien “se pone en la piel” de su perro o su gato para que el receptor se conmueva con su situación de extravío (García Negroni y Tordesillas, 2001: 68; Maingueneau, 2009: 109).

El sujeto de enunciación también puede aparecer borrado, impersonalizado o confundido dentro de un “nosotros” con distintos grados de extensión (“nosotros los que escribimos este libro”, “nosotros los argentinos”, “nosotros los seres humanos”, etcétera). El discurso académico suele utilizar estos tres tipos de ocultamiento del yo, es decir que el sujeto empírico, el autor real y concreto de una obra científica, se esconde detrás de alguna forma elusiva, para evitar un efecto de “subjetivismo”, que contagiaria la necesaria “objetividad” del trabajo de racionalización.

El sujeto de enunciación aparece, típicamente, a través de los señalamientos de persona, que llamaremos **deixis personal**. En el anuncio de la mascota extraviada, pensamos que la que habla es la mascota porque el mensaje dice “me perdí”. Si dijera “se perdió” el mensaje estaría hablando de la mascota en tercera persona y no en primera. La primera persona (el yo y sus formas derivadas) y la segunda (el tú y sus formas derivadas) son las personas del diálogo, las personas que representan típicamente al emisor y al receptor del mensaje. Cuando el emisor habla de sí mismo en tercera persona (“quien esto escribe...”) o cuando habla del receptor

en tercera persona (“el que me esté escuchando...”) está *sacando* de la enunciación a una de las personas reales y físicas del diálogo.

Las formas de la deixis personal son muchas y en cada caso tendrán un efecto de sentido diferente, según el género, el contexto, el contenido, etcétera. Lo importante es analizar de qué manera concreta se ha *construido* la deixis personal en un texto y qué rol ocupa esa manera particular en el texto que se está estudiando.

Hace varios años salió por televisión una publicidad institucional en que diversos artistas e intelectuales apoyaban una causa humanitaria determinada. Cada uno aparecía en primerísimo plano, se presentaba (“Hola, soy Fulano de Tal”) y luego decía una frase alusiva al tema de la publicidad. Después de dos o tres personajes, aparecía la cara de Joaquín Sabina (barba y bigotes, en ese entonces) y decía seriamente: “Hola, soy Lola Flores...” y seguía su frase alusiva. La risa en el espectador era inmediata, al menos la primera vez que uno veía la filmación.

En esto que con Freud podríamos llamar chanza, pero no inserta en un diálogo cotidiano sino en un comercial de televisión, la comicidad surge de la diferencia ostensible entre el sujeto empírico y el sujeto de enunciación. Reconocemos la imagen de un varón y una gran cantidad de personas reconoce a Joaquín Sabina, pero al escuchar la declaración del sujeto de enunciación de identificarse con un nombre de mujer, y además con el nombre de una cantante española también famosa, se produce la contradicción que desde el principio hemos visto como característica del enunciado humorístico.

Nuevamente, como en los otros ejemplos ya analizados, el receptor puede vacilar indeciso entre verlo como un error en la emisión o como un error propio, pero rápidamente descarta estas posibilidades, lo une a las propias características artísticas de Joaquín Sabina y resuelve (no conscientemente) que eso que ha escuchado es un chiste o una chanza.

Lo interesante de este ejemplo es que el sujeto empírico también ha creado la condición de posibilidad para que se produzca ese chiste. Todavía más, podemos intuir que probablemente fuera el mismo Joaquín Sabina quien propusiera una salida “poco seria” para participar en el comercial, pues se contrapone a las declaraciones serias de los otros participantes del comercial. Si el personaje del chiste hubiera sido un político, reconocido por su seriedad, un músico de cámara, un activista de derechos humanos, etcétera,

el efecto hubiera sido otro y hasta es posible que causara cierto rechazo. El efecto cómico del sujeto de la enunciación se beneficiaba, en ese sentido, de las características reconocidas del sujeto empírico, Joaquín Sabina, quien tiene una actitud hedonista y lúdica para elaborar su imagen pública.

También podríamos plantear que, en rigor, no conocemos al *verdadero* Joaquín Sabina, y que todo es un efecto del personaje que él arma para el público. Una frase repetida por el cantautor español confirmaría esta idea: “El que sale al escenario no soy yo”. Y efectivamente, las personas conocidas por sus actividades artísticas, intelectuales, políticas, etc., habitualmente se desdoblán en un sujeto público y mantienen más bien oculta su vida privada. Pero entonces necesitaremos, por un lado, hablar de un mega-sujeto de enunciación, que abarca todas las manifestaciones de la vida de ese artista y, por el otro, reducir el sujeto empírico a una mera carnalidad incognoscible. El *verdadero* Joaquín Sabina no podría ser conocido ni siquiera por sus allegados más cercanos, porque todo podría ser endilgado al efecto del mega-sujeto de enunciación.

Creemos más simple y más real contraponer, en el caso específico de aquel comercial institucional, el sujeto de enunciación que se autodenomina Lola Flores con el sujeto empírico Joaquín Sabina, porque es la real contraposición que actualizamos al reírnos de esa declaración. Lo que sabemos del artista Joaquín Sabina nos permite reírnos de una chanza que cuadra perfectamente con las características públicas que tiene este cantante.

Aquí tenemos entonces una chanza o broma donde sujeto de enunciación y sujeto empírico no solamente se contraponen sino que son el eje mismo de la comicidad de la chanza. En el extremo opuesto, podemos ver el borramiento del sujeto de enunciación en el chiste, en un ejemplo cualquiera:

Un ladrón a medianoche se mete en una casa a robar.
Entra por una ventana, y cuando está adentro en la oscuridad oye una voz que dice:

–¡Jesús te está mirando!

Entonces el ladrón se asusta y se detiene. Luego, como ve que no ocurre nada, continúa. Y de nuevo la voz le dice:

–¡Jesús te está mirando!

El ladrón, asustado, enciende la luz y ve que la voz viene de un loro que está en una jaula, y el ladrón le dice:

–¡Ah, qué susto me diste! ¿Cómo te llamás, lorito?

Y el loro le responde:

–Me llamo Pedro.

–Pedro es un nombre extraño para un loro.

Y el loro le contesta:

–Más extraño es el nombre Jesús para un dóberman.

Éste es un chiste propiamente dicho. Se pueden ver en el texto todas las técnicas analizadas antes para este género, sobre todo el efecto de distracción. No hay tendencias hostiles ni eróticas, y el goce cómico se produce por la distancia entre la afirmación final y el recuerdo de la afirmación inicial (“Jesús te está mirando”), que parecía tener un sentido de admonición religiosa, y cuando termina el chiste tiene un sentido totalmente diferente. Esta distancia, que no es tan pequeña como para que resulte un “chiste tonto” ni tan grande como para que no lo recordemos o no lo entendamos, es la que produce el diferencial de energía que se libera en la risa.

La afirmación inicial nos lleva a una posibilidad de prevención con sentido religioso, luego nos distraemos con un loro que habla y contesta y finalmente volvemos a la afirmación inicial que tiene un sentido mucho más prosaico que el que imaginábamos, pero además de manera sorpresiva, porque hasta la última línea o la última palabra de diálogo el perro no ha aparecido en la narración. En este chiste, la contradicción se da entre el primer enunciado moral-religioso y la realidad final de fracaso de la actitud delictiva. Implica también la destrucción de dos ideales: el ideal de lo moral y el éxito de la empresa del ladrón. Este último no es derrotado por la culpa sino por un dóberman, es decir, por la fuerza bruta, que podemos entenderla como lo contrario de la moral y la ética.

Pero, como en la gran mayoría de los chistes, en éste el sujeto de enunciación está ausente. No hay un “yo” que asuma la máscara del sujeto empírico, el sujeto de enunciación aparece borrado, elidido. El chiste es narrado desde un lugar y un tiempo indeterminados: en principio, puede suceder en cualquier país y en cualquier tiempo. El mismo comienzo (“Un ladrón... un loro...”) nos introduce en la indeterminación a través del artículo “un”, muy similar al “había una vez” de los cuentos infantiles. Parece como si los lectores nos inclináramos sobre la escena, desde la oscuridad, y apareciera un claro de luz donde empiezan a sucederse las circunstancias del cuento. La realidad es puesta entre paréntesis y *aparece* un ladrón y un loro que dialogan.

Obviamente, la deixis personal puede ser observada en los diálogos internos del chiste: tanto el loro como el ladrón hablan en primera y segunda persona (“me diste”, “te llamas”, etcétera), pero ésa es otra situación de enunciación, diferente de la del chiste. Es la situación representada internamente en la narración. En una primera escena enunciativa, una persona le cuenta un chiste a otra persona. Adentro del chiste hay otra escena enunciativa, con otros participantes, en otro tiempo y en otro lugar, donde los personajes del diálogo son el loro y el ladrón.

El sujeto de enunciación borrado también lo podemos encontrar, por ejemplo, en los textos académicos, pero allí se observa en una forma completamente diferente. En primer lugar, los textos académicos siempre están firmados, mientras que los chistes son anónimos: esto ya indica que el sujeto de enunciación que construye el chiste es un sujeto indeterminado, es “el pueblo”. La fuerza del chiste nace de un sentido construido por la comunidad hablante, y esto consolida enormemente los estereotipos del chiste, que no parecen surgidos de la pluma personal de algún escritor sino del “alma” del pueblo. En segundo lugar, el borramiento de los textos académicos se opera a través de un reemplazo de la primera persona por la impersonalidad, por el uso del “nosotros” u otras formas. En el chiste, la deixis personal está, casi siempre, completamente borrada, salvo contadas excepciones.

Entre estas excepciones hemos podido ver algunos humoristas profesionales que, al contar un chiste, lo “acercan” al público refiriéndolo a una persona deícticamente vinculada al emisor: “Mi abuelo estaba...”, o bien “Un día yo iba...”. Pero fijémonos que un chiste *que circula anónimamente* no puede estar referido a un yo, o cualquiera de sus formas, porque entonces habría que referirlo a una persona en particular, a un emisor de carne y hueso, y se perdería entonces el anonimato del chiste. Cuando un humorista profesional incorpora el yo a un chiste, está acercando, hablando genéricamente, el chiste al cuento humorístico o a la anécdota personal y, a la vez, está tratando de que el público no experimente ese chiste como una narración que ha circulado anónimamente sino que lo vea más bien como algo que el propio humorista elaboró.

Puede haber ciertas excepciones. En un chiste puede haber una referencia tangencial a “nuestro país” o a “nuestra profesión”, empezar con una expresión “como sabemos...” o similares, pero serán casos raros. Veamos una de esas excepciones:

Un tipo va al psicólogo y éste le pregunta:

–¿Cuál es su problema?

–Lo mío es serio, licenciado: últimamente, cuando me acuesto, antes de apagar la luz se me aparece delante de mi cara, parado sobre la frazada, en mi pecho, un enanito verde, que me mira fijo y me pregunta: “¿Hiciste pis?”. Y yo ahí nomás... me hago pis en la cama.

El psicólogo está anotando y le dice:

–Bueno mire, va a tener que iniciar un tratamiento psicológico freudiano. Sin dudas debe haber una fijación en su niñez en el tiempo que a usted le enseñaron a controlar sus esfínteres. Hay un problema con la figura paterna.... bla... bla... bla...

Le hace el verso de siempre que hacemos los psicólogos...

Pasan varias sesiones y el psicólogo vuelve a preguntarle al tipo cómo anda.

–Igual, Doctor, me acuesto, aparece el enanito verde, me mira fijo y me pregunta: “¿Hiciste pis?”, y yo no puedo dejar de hacerme pis en la cama...

Entonces el locólogo le dice:

–Umm... vamos a cambiar a una terapia más directa. Mire, esta noche cuando se acueste y se le aparezca el enanito, usted mírelo también fijamente a los ojos y con voz firme y convencida respóndale: “¡Sí, ya hice pis!”... Va a ver cómo se soluciona el problema. Venga mañana y me cuenta.

Al otro día viene el tipo y el psicólogo le pregunta:

–¿Y, cómo anduvo?

–Todo mal, Doctor, ¡¡un desastre!!

–¿Hizo lo que le dije?

–Sí –dice el tipo–, me acosté, me tapé y apareció el enanito verde y me preguntó: “¿Hiciste pis?”. Yo hice lo que usted me había dicho, lo miré fijamente y con valentía le dije: “¡Sí, ya hice pis!”. Y el enanito me miró fijo y me preguntó: “¿Y caca?”

Como se ha podido ver, en medio del chiste el relator dice “le hace el verso de siempre que hacemos los psicólogos”. Ese “hacemos” pareciera decirnos que el chiste está contado por un psicólogo, quizá para otros psicólogos. Sin embargo, algunas otras marcas nos permiten inferir que el enunciatador no es un psicólogo, sino que incluye ese “nosotros” para darle más credibilidad a la narración. El apelativo “locólogo”, para referirse a un psicólogo o

un psiquiatra, además de poco usual es peyorativo con respecto a la profesión. Esa simple incursión del “nosotros” puede ser una intromisión (¿del autor, de algún copista, del último transcriptor?), en cierto modo errónea o imprecisa.

De la misma manera, pueden llegar a apreciarse algunos deícticos espaciales esporádicos en los chistes: “Viene un gallego a la Argentina...” o “Va un argentino a España y...”. Los verbos “ir” y “venir” son verbos con deixis espacial, y las dos expresiones implican que quien cuenta (y quien escucha) está en la Argentina. De todas formas, al igual que la deixis personal, la deixis espacial es infrecuente. La deixis temporal, por otra parte, tiende a ser suprimida en los chistes. Una referencia del tipo “hace dos años”, “hoy en día” o similares, si surgen en la creación de una historia, son suprimidas cuando el chiste se repite de boca en boca.

Hay que insistir entonces en la inscripción genérica de cada una de estas formas de humor. En la chanza, en el monólogo humorístico, puede aparecer el yo porque hay una personalización del relato. En el chiste propiamente dicho, caracterizado por ser una narración anónima, breve y con final humorístico impactante, el yo desaparece. La subjetividad (todas las marcas que remiten al sujeto de enunciación) no aparece nunca bajo la forma de deícticos, sino a través de otras formas que iremos analizando paulatinamente.

Pero hay otros géneros del humor donde el sujeto de enunciación puede ofrecernos un análisis interesante. Uno de ellos es la parodia.

El sujeto de enunciación en la parodia

La parodia, como ya dijimos, es la imitación burlesca de otra obra, de un subgénero o de un tipo de discurso. En la parodia el sujeto de enunciación está oculto. Si yo imito la voz de otro, ¿cuál es mi voz? Asistimos a la imagen deformada del objeto parodiado, pero la imagen “seria” o “natural” del sujeto parodiante no aparece, o habrá que buscar en algún tipo de análisis particular para ver dónde y cómo aparece. Si la imitación es absolutamente fiel, hasta la última letra, no nos daríamos cuenta que un enunciado es paródico: algún mecanismo debe poner en funcionamiento el autor para que se note que se trata de una imitación. Si la revista *Barcelona* fuera una copia absolutamente idéntica del discurso

periodístico, sería ella misma una revista periodística más y no podríamos ver la diferencia entre el original y la copia. Pero la consideramos una revista paródica y, en principio, no sabemos *qué piensa exactamente esa revista ni cómo escribiría si no estuviera en actitud paródica*.

En la parodia, el “yo” puede aparecer, pero es un “yo” que remite a otro sujeto de enunciación, no al que se supone que remite el texto que leemos, es un “yo” que imita a otro “yo” que no está en el enunciado que leemos. La diferenciación del “yo parodiante” y el “yo parodiado” se opera a través de diversas técnicas y la más importante, posiblemente, es la hipérbole o exageración.

La hipérbole es una figura retórica que no siempre es humorística, pero dentro de un enunciado humorístico es enormemente efectiva. A riesgo de perder calidad en la transcripción, recordaremos otro gag de la sitcom *Two and a Half Men*. Un farmacéutico le ha recomendado a Charlie Harper fumar marihuana, para lo cual éste arma un cigarrillo junto a su cocinera Berta. Ante el producto irregular, ella afirma: “Charlie, yo armo mejores porros en una moto, mientras le saco una bala del hombro a mi novio”. El ejemplo es interesante, porque ya armar un buen cigarrillo en una moto es una hipérbole, pero con la segunda parte aparece como reduplicada, con lo cual se produce un doble efecto de exageración. Obviamente en este gag también actúan otros elementos, como la imagen que el espectador habitual del programa tiene de Charlie Harper y, sobre todo, de Berta. Ésta, jefa de una familia completamente disfuncional, aparece siempre vinculada a cárceles, delitos, marginalidad, drogas, lo cual refuerza el efecto cómico en la hipérbole que reproducimos.

Veamos una parodia de columna de opinión aparecida en la revista *Barcelona* N° 224, del 12 de agosto de 2011. Esta columna acompaña a una nota a doble página sobre tomas de tierras en algunas provincias argentinas y la reacción que esto provoca en los terratenientes. La columna de opinión incluye una fotografía de una persona de unos 60 años, de saco y corbata, que es la misma foto que acompaña todas las columnas de opinión de la revista *Barcelona* desde sus inicios, aunque cada una está firmada por un personaje diferente.

MIRADA

Manuel Isel Rial
 miseria@barcelona.com.ar

Toda violencia puesta en pos de apropiarse de lo ajeno debe ser repudiada firmemente por la sociedad en su conjunto. Y más si esa violencia se dirige a usurpar terrenos que han sido adquiridos, en buena parte, gracias al trabajo riguroso y de sol a sombra de los esclavos rurales de los terratenientes que los poseen. En el caso de las tomas que están ocurriendo en el país, la situación es medio confusa y poco se sabe aún sobre las mismas, pero está claro que a sus protagonistas les corresponde lo expresado al principio de este pirulo.² De todos modos, sea como fuere, las cosas no están del todo claras y habrá que desensillar hasta que aclare.

La opinión expresada en esto que el mismo autor llama “pirulo” es una opinión completamente conservadora, enunciada desde un saber absoluto, general y carente de matices: “Toda violencia... debe ser repudiada... por la sociedad en su conjunto”. Pero los obreros rurales son denominados “esclavos” que trabajan no de sol a sol, sino de sol a sombra, es decir las veinticuatro horas del día. Se desliza también una ambigüedad gramatical, ya que no sabemos si los terratenientes poseen los terrenos o los esclavos (“los poseen”). En la mención a la esclavitud tenemos la hipérbole que no nos deja suponer que esta persona sea realmente conservadora sino que, al exagerar, nos permite criticar la defensa reaccionaria que se hace de la propiedad terrateniente. Esta misma hipérbole se encuentra ya anticipada en la dirección de mail del supuesto autor, pues, como es habitual en esta revista, se busca un nombre ficticio cuyo acrónimo (resumen) resulte una especie de cifra o jeroglífico de la postura conservadora parodiada: aquí, la palabra “miseria”. En cierto modo, quien escribe esta columna es un miserable.

Se observa en este corto artículo paródico que el sujeto de enunciación desaparece en cuanto tal y da lugar a otro sujeto de enunciación que aparece denigrado a través de diferentes técnicas.

2. Se suele llamar así, en el periodismo argentino pero sobre todo en el diario *Página 12*, a un pequeño artículo llamativo, sorprendente o paradójico.

La revista *Barcelona* no asume una opinión directa sobre la toma de tierras, sino que imita una columna de opinión de alguien “bien pensante”, que se ubica en una postura de defensa rutinaria de las leyes y de las clases poseedoras. Aquí el sujeto de enunciación exhibido es una especie de espejo invertido de la posición del sujeto de enunciación esperado: parecieran publicar algo para decir “yo no soy esto”. ¿Pero entonces qué es y qué piensa la revista?

Este interrogante dio lugar a innumerables equívocos, discusiones y rechazos por parte de lectores que no terminaban de entender el carácter paródico de los titulares, de los artículos, de los epígrafes, de los nombres de los autores (siempre seudónimos) y hasta, incluso, de las respuestas de la revista a las cartas de los lectores.

Por último, también es importante analizar la relación entre parodia y humor. Ya dijimos antes que no siempre la parodia es humorística, en muchos casos puede estar más cerca de la tragedia que de la comedia. En el ejemplo que hemos acercado, el efecto cómico se produce, quizá, leyendo el conjunto de la revista y también cuando las hipérboles señaladas producen un corte en la seriedad del discurso parodiado. Señalamos la importancia que hay que otorgarle a la revista como totalidad, porque el contexto es insoslayable al momento de analizar el humor y la comicidad. Leemos ese pequeño texto de la revista *Barcelona* como humorístico porque conocemos el carácter general de la publicación. Si este mismo texto estuviera, por ejemplo, en un diario comercial cualquiera, sería leído “seriamente” y provocaría otro tipo de reacciones.

Esto nos lleva a hacer una observación en la que no ahondaremos pues nos llevaría muy lejos de nuestros objetivos: diversas teorías lingüísticas, en particular a partir de las concepciones de Greimas, han insistido en que *todo el sentido* del humor se debe encontrar en el texto, sin considerar nunca el contexto (Torres Sánchez, 1998). Al contrario, aquí pensamos que *siempre* el contexto es indicador de cómo debe ser leído un enunciado cómico u humorístico. No solamente porque le ofrece al lector el marco general para entender esa producción sino también por un *efecto aditivo* que tiene particularmente el humor: a medida que el receptor va aceptando el humor del emisor, va comprendiendo sus características y va percibiendo cuáles son las claves para entender cada remate, el goce expresado en la liberación de la risa aumenta y disminuyen las prevenciones en cuanto a la calidad del humorista.

Cada chiste *predispone* para el siguiente, y este efecto de sentido es inabordable si tomamos un texto puntual.

Chiste, error e ingenuidad

Las consideraciones que hemos hecho sobre el sujeto de enunciación y el sujeto empírico en el chiste nos remiten al problema del sujeto de enunciación y el sujeto empírico. Solamente el contexto (en nuestro caso, la imagen que tenemos del sujeto empírico) nos permite distinguir entre el error, la ingenuidad y el chiste.

Cuando el diario argentino *La Razón*, en 1982, afirmó en su primera página que en Beirut combatían “rusos e israelíes” (en vez de “drusos e israelíes”), lo consideramos un error, porque creemos que esa publicación es una publicación seria y no puede pretender, ante un tema como la guerra en el Líbano, hacer un chiste en su nota de tapa. Diferente sería otra publicación, como el diario *Página 12*, que suele armar la tapa con bromas, intertextualidades y otros juegos de palabras.

Pero cuando en una obra de Jacinto Benavente (*La comida de las fieras*) un personaje, don Fermín, elogia los tapices de una casa porque son excelentes “gironinos” (en vez de “gobelinos”), sabemos que se trata de un chiste, controlado por el autor de la obra. Incluso, más adelante, refuerza la broma cuando el mismo personaje se corrige y afirma, otra vez erróneamente, que son “gibelinos”. Podemos hacer una distinción clara entre el enunciado *en el interior de la obra* (error) y el enunciado *para el espectador* (chiste). Para los otros personajes de la comedia de Benavente, lo que ha dicho don Fermín es un error, incluso se mofan de él. Para el espectador o el lector de la obra, no se trata de un error de Benavente sino de un chiste. La imagen que tengamos del sujeto empírico es indisociable del sentido del enunciado. Si a menudo, en los análisis, podemos considerar que todo el sentido está incluido en el texto, es porque consideramos implícita una situación comunicacional esquemática donde se cumplen determinados requisitos contextuales no marcados (el texto es serio, el texto es de un adulto, el texto es informativo, etcétera).

Lo mismo podemos decir de los errores de ortografía. En un niño, son entendidos como parte del aprendizaje de un código. En un adolescente, se los puede ver como una actitud transgresora.

En un adulto, se los estigmatiza y se los reprueba, generando una actitud de discriminación. En los textos de César Bruto, por ejemplo, no los consideramos errores sino chistes.

Realizamos la misma operación para distinguir entre chiste e ingenuidad, con la única diferencia de que las ingenuidades, muchas veces, son más hilarantes que el error. Y podemos agregar: el error en la vida cotidiana rara vez provoca risa, mientras que la ingenuidad casi siempre lo hace. El error habitualmente enoja, ante la ingenuidad se suele tener una actitud paternal: ingenuos son los niños.

Freud relata una ingenuidad en una escena familiar: un niño y una niña arman una representación teatral ante varios adultos de la casa. Ellos dicen ser marido y mujer y el varón se marcha por varios años para ir a pescar y conseguir comida. Cuando vuelve, la niña afirma: “Yo tampoco he quedado inactiva: mira”, y recogiendo una manta descubre varios muñecos, representando los hijos que ha tenido. Los adultos de la familia estallan en carcajadas, ante la sorpresa de los dos niños, que no entienden qué tiene de risible tener hijitos y agrandar la familia.

Como se ve, aquí hay risa pero no hay chiste. Los espectadores de la representación infantil saben que ella no ha querido sugerir que en los años de ausencia del marido lo ha engañado con otros hombres. ¿En qué se diferencia el error de la ingenuidad? Seguramente en que la ingenuidad implica el desconocimiento de algo que sólo los adultos saben, de algo secreto y oscuro que no puede ser dicho en voz alta. Pertenece a “la edad de la inocencia”. La candidez del ingenuo consiste en no participar del mundo “serio” y complejo de los adultos, mientras que el error es un simple problema “técnico”, solucionable rápidamente con mayor información.

Pero para poder desarrollar todas esas consideraciones, no podemos dejar de tener en cuenta la imagen que va construyendo el sujeto empírico tanto antes como durante la emisión del mensaje. Y no solamente la imagen que construye, sino también su mera corporalidad, que la debemos considerar como parte de la imagen con la que juega: en el gag de Woody Allen analizado antes, se contraponen su “cuerpo” de adulto con su declaración de (supuesta) inmadurez sexual. En la chanza de Joaquín Sabina en un comercial, se contraponen su enunciado con su cara, su barba y su bigote de varón.

Un fenómeno similar a la parodia (y cercano al error) se da

en la ironía, incluso ésta podría ser analizada como una pequeña parodia. Tradicionalmente la ironía es concebida como una figura retórica donde lo que se dice es lo contrario de lo que se quiere expresar. Si llueve y digo “¡Qué lindo día!”, estoy queriendo decir que el día no es lindo: el receptor decodifica el mensaje si y sólo si tiene en cuenta el contexto, en este caso la lluvia y la expectativa de un clima mejor. La frase en sí misma no es irónica, sino que lo es gracias a su contraposición con el contexto, que no es un contexto abstracto u “objetivo” sino que también deberá ser repuesto por el receptor. Dentro de lo que llamamos “contexto” de la ironía también tenemos que incluir las características del sujeto empírico, por ejemplo, si la persona suele hacer bromas, suele ser irónico y si conocemos sus expectativas específicas para ese día, etcétera.

Hemos dicho que la ironía es cercana al error: si no entendemos la intención irónica de la persona que habla, podemos pensar también que se trata de un error. Muchas frases podrán ser indistintamente irónicas o erróneas: la distinción entre una y otra la realizaremos conociendo el contexto.

En definitiva, ironía y parodia se asemejan, aunque habitualmente se habla de ironía ante una frase aislada, específica, y se reserva la parodia para cuando tenemos un discurso parodiado reconocible. La ironía es propia del diálogo cotidiano o de otros géneros primarios, mientras que la parodia solemos identificarla en textos más complejos o géneros secundarios, como el teatro, el cine, el cuento, el periodismo de humor.

Un comentario sobre la temporalidad

El tiempo, desde el punto de vista de la enunciación, se expresa de dos maneras: por un lado, a través de referencias deícticas (hoy, ayer, dentro de un año) o absolutas (el 2 de enero de 1992); por el otro, en los tiempos verbales. A partir de los estudios de Harald Weinrich, podemos distinguir dos actitudes de locución: la narración y el comentario. Cada una de estas actitudes se conforma a partir de diferentes grupos de tiempos verbales: la narración utiliza como tiempo eje el pretérito imperfecto y el pretérito perfecto simple, mientras que el comentario utiliza el tiempo presente (Calsamiglia y Tusón, 1999). A la vez, paralelamente a la distinción entre mundo de la narración y del comentario, se pueden analizar

los diferentes valores que pueden tener los tiempos verbales en castellano: por ejemplo, el futuro (valor de prospección, de concepción, de posibilidad, de mandamiento), el presente (presente de enunciación, presente atemporal, presente histórico), el pretérito imperfecto (de cortesía).

De los diferentes géneros humorísticos nos interesa destacar un aspecto de los chistes: siendo narraciones de sucesos, sin embargo están siempre enunciados en un valor del tiempo presente que llamamos *presente histórico*. Veamos un ejemplo:

Un cura rural nota que se le está hinchando mucho la barriga y acude al hospital. Los médicos que lo atienden se dan cuenta inmediatamente de que es una simple acumulación de gases, pero deciden gastarle una broma. Lo anestesian y con medicación consiguen rebajarle la hinchazón, le colocan a su lado a un bebé recién nacido huerfanito y cuando despierta de la anestesia le dicen que ha dado a luz y que ése es su hijo.

El cura, muy preocupado, decide volver a la parroquia con el bebé diciendo a sus feligreses que es un sobrino al que se le ha muerto su madre y que lo va a tener con él.

Pasan los años, el bebé ya es un hombre de más de 20 años y el cura, enfermo en su lecho de muerte, lo llama. El presunto sobrino se acerca y le dice:

—¿Qué quieres, tío?

—Precisamente de eso te quería hablar...— le responde.

—No necesitas decirme nada, ya hace mucho tiempo que sospechaba que no eras mi tío, sino que eras mi padre...

—No, hijo, no... No soy tu padre, sino tu madre; ¡¡tu padre es el obispo!!

Por un lado se pueden observar los siguientes verbos: “nota”, “acude”, “atienden”, “dan”, “es”, “deciden”, “anestesian”, “consiguen”, “colocan”, “despierta”, “decide”, “es”, “es”, “llama”, “se acerca”, “dice”, “responde”. Todos estos verbos están en presente, salvo “va a tener”, que es un futuro en su forma perifrástica. El futuro se corresponde con el presente, ya que es la prospección o anticipación dentro de lo que Harald Weinrich llama “mundo comentado”. El tiempo de los diálogos lo dejamos aparte, porque representa la escena de enunciación referida y no es la del texto del chiste.

Pero además de los tiempos verbales, tenemos algunas refe-

rencias temporales que nos indican que este chiste nos habla de una narración y de un paso del tiempo: “pasan los años” y algunos verbos de movimiento que nos indican también un desplazamiento: “decide volver”, “se acerca”.

Estamos entonces en presencia de una narración de sucesos en el tiempo. ¿Por qué está en los tiempos del presente o del mundo comentado, en vez de los tiempos más típicos del pasado? Si fuera el caso de éste o de unos pocos chistes, deberíamos intentar una explicación caso por caso, pero el presente histórico es la temporalidad típica de *todos los chistes*. A lo sumo, vemos que a veces se comienza con un pretérito imperfecto (“Una mujer *estaba* cocinando en su casa cuando *llegan...*”), como si fuera un segundo plano de la narración, pero no da lugar a un pretérito perfecto simple, como sería la solución habitual en el mundo narrado, sino que se pasa al presente: el imperfecto no actúa como retrospcción del presente (efecto posible en todos los textos) sino como una acción frecuente y reiterada que será “cortada” por un efecto puntual con los verbos en presente.

El presente histórico suele utilizarse, como su nombre lo indica, en textos históricos y también en entradas enciclopédicas. El efecto de sentido que produce es que los sucesos no terminan en cada párrafo, sino que el lector se va deslizando frente a los hechos como si los acompañara a medida que transcurren. Hay otro género discursivo donde utilizamos el presente histórico: cuando le contamos a otra persona el argumento de una película, de una novela o una historia similar. Al igual que en el relato histórico, intuitivamente utilizamos el tiempo presente para que el receptor vaya descubriendo, paso a paso, las alternativas de esa historia ficticia. Si utilizáramos las formas típicas del “mundo narrado” (pretérito imperfecto y pretérito perfecto simple) daría la sensación de que el relato se interrumpe a cada momento.

En los chistes, el efecto de sentido del presente histórico es levemente diferente. No sólo se busca acompañar los sucesos a medida que van transcurriendo, sino que además se narra una historia como si fuera atemporal: el chiste sucedió, sucede y sucederá, no tiene tiempo, es algo así como una historia constante, que la contamos hoy pero la volveremos a contar mañana. Esta “atemporalidad” del chiste seguramente se vincula con que es un género discursivo anónimo, popular y con libre circulación de boca en boca. Otorgarle una temporalidad, como a cualquier cuento,

incluso los cuentos infantiles, implicaría decir: “esto ya ha sucedido una vez, aunque no sabemos cuándo, y ya no sucederá más”. En todo caso, a través de la temporalidad podemos diferenciar el “chiste” de la “anécdota”.

El tiempo presente de los chistes, en cambio, parece significar que la historia está allí, al alcance de cualquiera que la cuente, y efectivamente un chiste no es algo que se invente, sino que es algo que se “toma prestado” del acervo popular. El talento del humorista profesional no consiste en crear buenos chistes sino en contarlos bien: ningún humorista ha dicho nunca “este chiste se me ocurrió cuando...”.

Esta característica hace que el género chiste sea necesariamente atemporal. No creemos, sin embargo, que se pueda hablar aquí de *presente atemporal* (el tiempo presente de las leyes o los axiomas, como “el agua hierve a cien grados”), porque el chiste en su totalidad es una narración, pautada generalmente a través de referencias deícticas o indeterminadas. Se trata de una narración de carácter atemporal, no de una definición sin tiempo ni espacio, válida para todo ser humano en todo momento. Como tal narración, quiere ser enunciada como si ocurriera en un momento indefinido y formalmente la identificamos con el *presente histórico*.

Los apelativos en el chiste

Los apelativos son las diferentes maneras de nombrar a las personas en un enunciado (Perret, 1970): desde los deícticos personales (yo, ellos) hasta los tratamientos por sexo (señora), por jerarquía (doctor, señor ministro), los oficios, el nombre (Juan, Juan Pérez), o una superposición de todas esas clases (Su Excelencia, Presidenta de la Nación, doctora Cristina Fernández de Kirchner). A diferencia de los deícticos personales, que sólo señalan a una persona enunciativa y, por lo tanto, sólo se decodifican conociendo la situación de enunciación, los apelativos pueden referir a personas dentro o fuera del diálogo enunciativo y su decodificación no requiere necesariamente el conocimiento contextual. Para clasificarlos, vinculamos los apelativos a las tres personas de los tiempos verbales: apelativos relativos al enunciativo (locutivos), relativos al enunciatario (alocutivos) y a las personas fuera del diálogo (delocutivos).

El aspecto más importante de los apelativos es su carácter predicativo, o sea, qué nos dicen de la persona nombrada y sobre todo qué nos dicen del sujeto que la nombra. Si en un texto se nombra a alguien como “Doctor Juan Pérez”, sabré que la persona nombrada tiene un título de doctor y que su nombre y su apellido tienen tales o cuales características (por ejemplo, adscripción nacional o étnica). Pero además sabré que la persona que escribe ese texto (que en este caso no es Juan Pérez) cumple con la formalidad de nombrar a Juan Pérez como doctor, y utilizando a la vez su nombre y su apellido. Imaginemos que en una reunión social, alguien (digamos Pedro Gómez) nos presenta a otra persona: “Te presento al doctor Juan Pérez”. La presentación nos hace saber determinadas cosas de Juan Pérez, pero también nos está informando cómo piensa Pedro Gómez que Juan Pérez debe ser tratado, qué relación tienen entre sí y qué relación podríamos tener nosotros con Juan Pérez. Volvemos entonces a la subjetividad del lenguaje.

La característica más sobresaliente de los apelativos en los chistes es que son estereotipos. Los chistes de curas, por ejemplo, no apelan a un cura determinado o especial, sino a una imagen fija y estereotipada de los curas, que siempre serán retratados cometiendo todos los pecados posibles (en especial los pecados de la carne), ya que se supone que la abstinencia conduce al deseo.

Para Amossy y Herschberg Pierrot (2001: 35) los **estereotipos** son imágenes cristalizadas, fijas, estandarizadas, que tenemos de ciertos fenómenos, generalmente personas. Todos los estadounidenses tienen dinero, todos los alemanes son rigurosos, todos los gallegos son ignorantes, todos los argentinos son arrogantes, todos los varones están dispuestos a mantener relaciones sexuales en cualquier circunstancia, todos los gays varones son afeminados, etcétera.

No solamente no se pueden entender los chistes sin los estereotipos sino que no se pueden consolidar esos estereotipos sin los chistes. El chiste es, socialmente hablando, un gran constructor de estereotipos. A través de los chistes y, en menor medida, de las chanzas, la sociedad sabe de qué hay que reírse, qué situación es ridícula y debe ser rechazada. También se refuerzan estereotipos que no son ridículos en sí mismos, pero que contribuyen a construir una imagen, necesariamente falsa pero compartible, de esos grupos humanos o incluso de una sola persona (por ejemplo, artistas o políticos famosos). El estereotipo simplifica y generaliza, el sentido

que establece parece natural o surgido de la masa del pueblo, en ese sentido tranquiliza a quien adhiera a él.

La misma noción de estereotipo ha sido vista positiva y negativamente por diferentes escuelas (Amossy y Herschberg Pierrot, 2001: 47-56). La noción positiva ve en el estereotipo un factor de cohesión ideológica y simbólica de los grupos sociales y un elemento que colabora con el conocimiento del otro y de sí mismo. Pero esta cohesión y el conocimiento que se lograría a través del estereotipo es una cohesión basada en la rivalidad entre grupos, en la búsqueda de superioridad y en la falta de solidaridad social. El conocimiento de sí, entonces, será un conocimiento alienado porque no descansa sobre el mutuo reconocimiento de diferencias coexistentes y válidas, sino en el ahogamiento de las diferencias a través de la concepción jerárquica de “aspectos positivos” y “errores”.

De todas formas, aunque el estereotipo pueda tener un valor positivo en la dinámica social, en los chistes actúa siempre negativamente. El chiste es el lugar específico donde aprendemos a distanciarnos de todo aquello que “nuestro grupo” no tolera.

Tomemos un ejemplo viejo, de cuando en la Unión Soviética gobernaba el Partido Comunista:

La NASA está buscando un astronauta para ir a Marte y se presentan un yanqui, un ruso y un argentino. Debido al alto riesgo de la misión, se espera que los astronautas cobren una cantidad bastante alta, pero los de la NASA tienen miedo de ofrecerles demasiado dinero, así que deciden encargarse a un empleado para que les pregunte directamente a ellos cuánto quisieran cobrar.

El empleado primero le pregunta al yanqui:

–¿Cuánto nos pediría usted para ir a Marte?

–Yo quiero 50.000 dólares.

–¿Por qué esa cantidad?

–La mitad para mí y la otra mitad para pagar impuestos.

Luego le pregunta al ruso:

–¿Cuánto nos pediría usted?

–Yo quiero 100.000 dólares.

–¿Y por qué tanto?

–La mitad para mí y la otra mitad para el partido.

Y por último le pregunta al argentino:

–¿Y cuánto nos pediría usted para ir a Marte?

–Yo quiero 150.000 dólares.

–¿Y por qué tanto?

El argentino se acerca al de la NASA y le dice al oído:

–50.000 para vos, 50.000 para mí y con 50.000 lo mandamos al yanqui.

En este chiste, los estadounidenses (denominados *yanquis*, un apelativo ya de por sí peyorativo) pagan sus impuestos, los rusos están sometidos por el partido de gobierno y los argentinos son coimeros y aprovechados. En rigor, un solo chiste no crea ni refuerza un estereotipo: éstos surgen de la reiteración de esas figuras en el conjunto de los chistes y las chanzas que circulan o se crean en una comunidad. Pero, a la vez, difícilmente podemos entender un chiste si no tenemos en cuenta los estereotipos a los que se apela.

Analicemos un poco más. El yanqui depende del Estado y paga obedientemente sus impuestos. El ruso depende del partido y con lealtad se desprende de la mitad de su dinero por su país. El argentino no depende de nadie, es individualista y, en lenguaje lunfardo, canchero y piola. Logra desembarazarse de la obligación pero, a la vez, consigue el dinero corrompiendo al empleado de la NASA y haciendo que el (¿ingenuo?) yanqui vaya a Marte por el dinero que pidió. En el estereotipo del argentino hay algo de reprobación y hay algo de admiración: ser coimero y aprovechado está mal, pero ser individualista está bien y compensa con creces los defectos que se le achacan. Así como cierta clase de políticos se vanagloriaba de que “robaban pero hacían”, este argentino se excusa en que “coimea pero es exitoso”.

Tomemos un ejemplo contrario:

–¿Cuál es la mejor universidad del mundo?

–...

–Aerolíneas Argentinas.

– ¿Y por qué?

–Porque en Argentina son barrenderos, cajeros de banco o secretarías y cuando llegan al exterior son directores de cine, profesores de literatura o psicoanalistas.

Éste es un ejemplo de los “chistes de argentinos”, muy comunes en España y en el resto de Latinoamérica. Este chiste ha sido generado en España y lo sabemos por el deíctico verbal “llegan” (no dice “van”) y porque cuando llegan lo hacen por avión. El efecto

de distracción se produce por un implícito: si estando en su país tienen un trabajo sin calificación y luego, cuando llegan (a España) son profesionales, entonces debe haber estudios universitarios en Aerolíneas Argentinas. Este planteo absurdo está implícito y es lo que distrae para que la atención quede centrada en la resolución del chiste, sin que se la pueda anticipar.

Pero además de la técnica específica, vemos aquí el estereotipo del argentino mentiroso y pretencioso (pretende ser más de lo que es en realidad), características que podrán divertir a los españoles pero ofenden a los argentinos (conclusión obvia, pero que casualmente “olvidamos” cuando hacemos chistes de otras nacionalidades).

Recursos polifónicos en el humor

La **polifonía** estudia la interacción de las diferentes voces en un discurso (Maingueneau, 2009: 145; García Negroni y Tordesillas, 2001: 152). Al hablar de voces se está diciendo que un enunciado no es monológico, no depende solamente de un sujeto empírico que controlaría cada una de las palabras que se dicen, sino que en todo enunciado aparecen expresiones que remiten a otros sujetos de enunciación. El primero en considerar el dialogismo en los enunciados fue Mijaíl Bajtín, quien entendía que junto a la voz propia siempre interactuaban diferentes voces ajenas (Bajtín, 1982). La voz del otro, que en definitiva es el soporte general de todo discurso “mío” (pues aprendemos a hablar en la lengua del otro), puede aparecer de diversas maneras, a través de recursos que van de lo más implícito a lo más explícito.

La polifonía no es simplemente recurrir a las palabras de otros como si fuera una inclusión utilitaria: es una política con respecto a la lengua y al mensaje y tiene un alcance ideológico de primer orden. La inclusión polifónica en un enunciado indica a quiénes se ha permitido “entrar” en un discurso y a quiénes no, y a cada uno el emisor le asignará un carácter y un estatus dentro de sus elecciones lingüísticas.

Entre las formas explícitas están los discursos referidos directos o indirectos, la cita de autoridad, la alusión, los epígrafes de apertura de libros o capítulos, la negación polifónica. Entre las formas más implícitas podemos ver las intertextualidades y

las rupturas de la isotopía estilística: cuando se incluyen en un texto palabras o expresiones en otro idioma, en otro lecto, en otro registro. Este último recurso es el que más nos va a interesar para analizar el humor.

La ruptura isotópica pone en contacto dos mundos simbólicos: el del texto no marcado, que ha planteado una cierta uniformidad desde el inicio de la enunciación, y el de las expresiones diferenciadas, marcadas, en comparación con la isotopía original. Este choque siempre lleva a una inferencia valorativa entre esos dos mundos, y el texto mismo generalmente provee las pistas para entender en qué sentido debe leerse ese choque (Arnoux, 1986). Si en un diálogo cotidiano se incluye una palabra en inglés, el contexto le dirá al receptor cómo entender esa expresión: prestigio, imposibilidad de traducción, etcétera. Los textos académicos, por ejemplo, suelen incluir expresiones en latín y griego como marca de prestigio, y en inglés, francés o alemán como referencias teóricas.

Pero en esta rápida introducción a la ruptura isotópica hemos visto dos aspectos que ya nos acercan al enunciado humorístico: el choque de dos aspectos y una valoración de cada uno de ellos. Si el humor es a menudo “reírse de” algo inferior, este elemento ridiculizado puede expresarse en la lengua. Nada hay tan habitual como reírse del extranjero, del que no sabe hablar bien “nuestra” lengua, del que no logra el acento “perfecto” de nuestra forma dialectal, y aquí hablamos tanto del humor profesional como de la vida cotidiana.

Esto nos recuerda a Cocoliche, personaje surgido en la obra *Juan Moreira*, representada por los hermanos Podestá desde 1890 y considerada el origen del teatro popular rioplatense. Dentro de la obra, un actor entraba a escena diciendo: “Me quiame Franchesco Cocoliche, e songo cregollo hasta lo cuese de la taba, amique”. Este personaje provocaba la hilaridad del público, lo cual llevó no sólo a mantenerlo en escena por años sino que la palabra “cocoliche” se incorporó al lunfardo rioplatense para designar la mezcla de español e italiano.

El público ríe de la media lengua de quien afirma ser “criollo hasta los huesos” pero no puede hablar “correctamente” el castellano. Esta ridiculización, que apunta a consolidar y definir la lengua propia, identifica a esos extranjeros con los niños, con los balbucientes. Para vincularlo con una expresión griega (nosotros

también somos académicos) que ha llegado a nuestros días, no son *xénoi* (extranjeros), sino *bárbaroi*, es decir los que farfullan, parlotean, los extraños que no saben hablar. La barbarie asusta cuando está lejos y es muda, pero un poco más cerca da risa.

Previsiblemente, el personaje de Cocoliche era representado por un argentino, Celestino Petray. El público podemos imaginarlo compuesto tanto por criollos como por inmigrantes de diversas nacionalidades (pero especialmente italianos), que llegaban al 50% de la población de Buenos Aires en ese momento. Todos en conjunto se ríen *con* el criollo, *del* inmigrante. Este último, mediante este subterfugio autodenigratorio, paga su derecho a la integración al país. Es una especie de trueque, de negociación simbólica: acepta su propia caricaturización pues ésta le permite “figurar” en un espectáculo público, es decir tener un lugar en la cultura de un país al que busca entrar, los ayuda a mitigar el desarraigo, les permite existir.

Esta negociación puede efectivizarse porque lo que dice Cocoliche es una ingenuidad, si atendemos a su análisis *en el interior de la obra*. La ingenuidad no implica una hostilidad de parte del autor, o responsable del personaje. Diferente es el caso de aquellos chistes donde se pinta un estereotipo agresivo de un grupo étnico: cuando en la Argentina a los gallegos se los muestra como ignorantes o cuando en España a los argentinos se los muestra como arrogantes, difícilmente se pueda producir esa negociación simbólica.

Las rupturas con la cultura oficial

Niní Marshall fue una de las más grandes humoristas argentinas. Empezó con personajes en la radio que luego pasaron al cine y, más tarde, a la televisión. Uno de esos personajes era Catita, cuya principal característica era su lenguaje popular alejado de las normas oficiales de corrección. La ignorancia de las reglas lingüísticas básicas se combinaba con la falta de competencia enciclopédica. Sin embargo, la supuesta incultura del personaje era matizada por los guiños del autor a los espectadores, guiños que dejaban mostrar un control talentoso de sus guiones. Veamos un diálogo sobre la historia de Edipo.

Animador: Qué tal, Catita... ¿Cómo le va?... La noto triste...

Catita: ¡Es que quedé tan impresionada con una novela que me prestaron, que me se cuaja la sangre a las venas, cada vez que me acuerdo!...

Animador: ¡No me diga!... ¿Tan sensible es?

Catita: ¡Altro que los dramas que pasan en la tele!... ¡Dramas los que pasaban en los tiempos antiguos de antes!...

Animador: Bueno, eso, según se mire...

Catita: Seré curiosa, ¿juste leyó uno de un tal Edipo? ¿No? Bueno ante tanta insistencia, se lo voy a contar. ¿Tiene panuelo?... Porque mire que es pa llorar a mocos tendidos...

Animador: No tema; soy fuerte...

Catita: Resurta de que Tebas, un país de estos anti-güisimos, el rey y la reina, estaban por dar a luz, y en la curiosidad de la cuestión, fueron a que les endivinara la suerte, el oráculo, perdonando la palabra.

Animador: Sí, sí: fueron a consultar al oráculo.

Catita: El oráculo, dispensando la mesa puesta, les prenotificó de que el niño que habían encargado era un desgenerado, porque cuando se viniera grande, iba a suicidar a su padre y a casarse con su madre...

Animador: ¡¡¡Qué barbaridad!!!...

Catita: Un caso como pa un psicólogo... ¡Hay cada uno ma de cuatro!... Buá; nace el niño, y el rey, aunque no era superticioso, lo manda matar, por las dudas, bah, pa que no lo ganara de mano, como se lo habían precedido, pero el sirviente encargado de lequidarlo, afloja al último instante, y en vez de matarlo se lo encaja a unos campesinos del campo, pa que lo crien a escuendidas.

Animador: Hábil estratagemas...

Catita: Estos campesinos, agarran y osequian al niño, al rey de Corinto, el país ande se curtivan las pasas de uva, un tal Polibo, que a lo que era güérfano de hijos... lo cría como propio, o sea cual si sería hijo de sus entranias reales.

Animador: Sí, sí: lo adopta, como padre...

Catita: Bah, yo no quiero decir putativo, porque como es un rey... Buá, pasan los años, pasan los años, pasan los años, y Edipo, que así se denomina el niño, se viene hombre o sea adúltero, que le dicen...

Animador: *Adulto*, Catita.

Catita: Bueno, síbala más, síbala menos... Un día a Edipo le da la loca de viajar, y se va a Tebas, ande había nacido por vez primera.

Animador: Su tierra natal.

Catita: Se va a Tebas, y al camino tropieza con una carroza, se la agarra con el conductor y con los pasajeros, y palabra va, palabra viene, me los mata a los dos.

Animador: ¡Qué horror!

Catita: Sigue viaje, y, a la entrada de la suidá se topa con la Efige, una bestia feroz de una especie distinguida, porque ya no hay más, y culio cuerpo pertenece, mitá al seso femenino y mitá al seso animal. Esta bestia dicho sea sin ilusión personal, tiene a su cargo un programa de preguntas y respuestas, llamadas enimas, o, pronunciado con firulete, egnimas, y al que no le acierta, lo despacha pa'l otro mundo.

Animador: ¡Qué crueldad!...

Catita: Edipo, que es tan rebusto cuan enteligente, y se las sabe todas, acierta el enima, con lo cual, la Efige se muere de bronca.

Animador: ¡Claro!

Catita: Los suidadano de Tebas, agradecidos de que los haiga librado de la bestia feroz, lo proclaman rey, y Edipo agarra por esposa a la viuda del rey anterior, que se casa en segundas náuseas con su propio hijo.

Animador: ¡No!... ¡Lo que son las casualidades!...

Catita: Porque resurta de que el pasajero asesinado a la carroza por Edipo, era nada meno que su padre legítimo... ¡Oh cruel fugarreta del destino!...

Animador: ¡Ay, me corre un frío por la espalda!...

Catita: ¡Paresé, que todavía no acaba!

Animador: ¿Siguen las desgracias?

Catita: ¡No se la espera!... Endemientras viene una peste que empesta a todos los suidadanos, y el oráculo, con perdón, dice que eso es un castigo devino, por culpa de un crimen que ha sido víctima el rey anterior, y qué sé yo, qué sé cuánto y que patatín y que patatán...

Animador: ¡Qué chismoso el oráculo!

Catita: Cuando se descubre el merengue, y todos se desayunan lo que ha pasado, les agarra tal desesperación que la reina se horca el pescuezo, y Edipo se arranca todos los ojo, y el pueblo lo desentierra de Tebas... Le dice que se vaya, que se vaya, que se vaya... Y se va.

Animador: ¡Y se fue!...

Catita: Y dicen que anduvo desojado, sin ojos, bah, pernotando de tierra en tierra, lievado de la mano por su hija Antígona, que le servía...

Animador: De báculo.

Catita: ¿Lo qué?... No, que le servía de parro pa marcarle el camino, hasta que, hablando matirialmente, estiró la pata. ¡Pobre Edipo! ¡Rascáte en paz!

Animador: Dígame, Catita. Usted me contó que leyó esta historia...

Catita: ¡No! ¡Esta novela!... que la escribió un tal Sófo-cle; pero yo le digo una cosa que si es vedírica, Sófo-cle hace muy mal en publicarla, ¡porque tantos crímenes son un mal ejemplo pa la humanidad!

En este maravilloso diálogo, las rupturas isotópicas son las marcas que caracterizan al personaje: “pa” en vez de “para”, “vedírica” en vez de “verídica”, “enteligente” en vez de “inteligente”, y muchas más. Se trata en casi todos los casos de sociolectos, es decir variedades del castellano habituales en un grupo sociocultural popular y poco escolarizado. Otra ruptura isotópica se observa en expresiones de un registro informal y familiar: “cuando se descubre el merengue”, “y que patatín y que patatán”, y otras más.

Pero hay otros recursos humorísticos presentes, como por ejemplo la contrastación entre la cultura erudita y la versión grosera de la misma. Con este humor, se refuerza la cultura escolarizada, estandarizada, que aprueba la “corrección” y ridiculiza el error.

Dentro de los múltiples ejemplos, podemos ver una de las últimas afirmaciones de Catita ante la muerte de Edipo: “¡Rascáte en paz!”. Aquí está transfigurada la expresión religiosa “Requiescat in pace” (“que descansa en paz”, en latín) por una simple asociación fónica. La contraposición enfrenta lo solemne de la expresión religiosa con una versión festiva y popular de la misma frase, asociando la expresión lunfarda “rascarse” que metonímicamente significa descansar y no hacer nada. Efectivamente, el que muere, descansa, aunque no “se rasque” literalmente. Catita, a través de la destrucción del ideal, llega a la misma conclusión que el cura en la misa de responso: el muerto descansa, pero coincide a partir de lo popular y no de lo erudito, como si lo viera con un lente deformante.

Otro elemento que es interesante destacar es la descripción de la Esfinge. Para Catita, este monstruo, que planteaba enigmas a los

viajeros que querían ir a Tebas, tiene un “programa de preguntas y respuestas”. La grandeza de la concepción mítica, que veía en la Esfinge el planteo de interrogantes sobre la vida y la muerte, es reducida a un programa de radio o televisión de preguntas y respuestas, a un objeto de la vida cotidiana, sin las pretensiones de un mito griego.

Las preguntas y respuestas de la Esfinge, dice Catita, son “llamadas enimas o, pronunciado con firulete, egnimas”. Aquí está planteada toda una teoría del lenguaje. Para Catita, la palabra “normal”, la palabra no marcada, habitual, es “enimas” (primer elemento de comicidad para el espectador). Pero los que se quieren “hacer los finos”, la pronunciarán “con firulete”, es decir con un adorno agregado sin ningún sentido. Y entonces Catita le agrega el firulete, pero en un lugar erróneo: “egnimas” (segundo elemento de comicidad). Ya había aludido antes a la inutilidad de la precisión lingüística cuando el animador le corrige “adúltero” por “adulto” y ella se defiende diciendo “síbala más, síbala menos”.

Niní Marshall, poniéndose *en la piel del habla popular*, plantea que la insistencia en la corrección del lenguaje es un mero adorno sin sentido, sólo útil para molestar a la gente “normal”, que no cuenta con ese adorno y que es, en definitiva, un capital simbólico diferente, no inferior. Catita, o Niní Marshall, parece estar diciéndonos que se puede llegar a los mismos resultados hablando con o sin firulete; Catita no sabe latín, pero aunque entiende otra cosa, *sabe* que el cura al final de la misa le desea al muerto un buen descanso; lee el mito de Edipo midiéndolo por el rasero de su poca cultura letrada, pero coincide con Sófo-cles cuando ve que la Esfinge expresa un enigma de vida o muerte, porque al que no sabe la respuesta “lo despacha pa’l otro mundo”. Cuando el animador le habla de la “historia” de Edipo, ella defiende la idea de que es una “novela”: ¿cuál de los dos tiene razón? Apenándose por la suerte de Edipo, Catita afirma que es “un caso pa un psicólogo”. Todos estos elementos nos hablan de guiños de Niní Marshall a un público incluso académico.

¿Qué conclusiones nos ofrece este análisis para la inclusión de recursos polifónicos en el humor? Dijimos que la ruptura de la isotopía estilística plantea el choque de dos mundos simbólicos, que estarán valorizados específicamente en el texto. En los diálogos de Catita, chocan los sociolectos cultos y populares, se contraponen el habla culta y el habla familiar y coloquial, choca el castellano

erudito con el lunfardo porteño, choca el registro formal con la informalidad más extrema. Nos “reímos de” la lengua popular, se nos presenta ridiculizada por el mismo personaje, pero ciertas interpretaciones de la misma historia que se cuenta nos dejan ver que una apreciación popular, directa y hasta podríamos decir sentimental de los sucesos de la vida de Edipo puede llegar a conclusiones relevantes o dignas de atención.

El ethos: la imagen de sí en el humor

El **ethos** es la imagen discursiva que construye el orador de sí mismo. En esa imagen, influye siempre el ethos previo o prediscurso que tiene el receptor del emisor (es decir el conjunto de representaciones que se ha formado del emisor antes de que éste empiece su enunciado), pero a nosotros nos va a interesar más el ethos que se conforma *en el interior mismo del enunciado* (Amossy, 1999 y 2010; Maingueneau, 1999 y 2009: 87). Es innegable que cuando se va a ver una película de un humorista conocido o se lee un nuevo número de una revista de humor, en el receptor influye enormemente el recuerdo del goce que ya experimentó en situaciones anteriores. Pero ese humorista o esa revista tendrán que confirmar, en su nueva aparición, la imagen que el receptor tenía de ellos, sosteniendo con nuevos argumentos el ethos construido anteriormente.

Inmersos ya en el enunciado a analizar, podemos distinguir también entre el *ethos dicho* y el *ethos mostrado*. El primero es cuando hay una declaración específica del sujeto de enunciación sobre sí mismo, que querrá influir en su imagen ante el público (“yo soy humorista desde hace muchos años...”). El *ethos mostrado* es la imagen que transmite una persona a través del mero lenguaje que utiliza, a través de los temas que convoca, a través del tipo de argumentación a la que recurre, etcétera. Es decir, es todo aquello que *transmite* el enunciador sin proponérselo. En rigor, el *ethos dicho* no es más que una parte del *ethos mostrado*, porque cuando alguien dice explícitamente algo de sí mismo, una de las cosas que puede hacer el receptor es contrastar esa declaración con otros saberes sobre la misma persona o con el ethos mostrado a través del enunciado en su totalidad. Un profesor, por ejemplo, puede insistir en que él es muy afectuoso con sus alumnos (ethos dicho),

pero a la vez transmitir una enorme frialdad en sus clases (ethos mostrado), con lo cual los receptores (los alumnos) tomarán su *ethos dicho* como una mera declaración de deseos. Al revés, la afectividad es más efectiva cuando se *muestra* que cuando se *dice*.

En el humor, el ethos se puede analizar en diversos fenómenos. En los chistes, por ejemplo, así como se esconde el sujeto de enunciación y no aparece deixis personal, el *ethos* se “esconde” tras el ethos popular. El *texto* de un chiste parece refugiarse siempre en la *vox populi*, descansando en un saber compartido e indiferenciado, que se presenta a sí mismo como generalizado e indiscutible. Los estereotipos no sólo ayudan a conformar este ethos sino que son ellos mismos los grandes vehiculadores de ese ethos popular. Para lograr esta imagen del sujeto de enunciación del chiste es necesario que el texto se despliegue a través de palabras reconocibles por todos, sin recurrir a signos lingüísticos extraños ni a conocimientos que deban ser repuestos. Tampoco se deben definir palabras: todo debe ser tranquilizador y conocido por el supuesto receptor, también popular. Podemos entender este tipo de lenguaje pensando que todas aquellas formas “extrañas” y elitistas del chiste han sido limadas y desgastadas por el paso del tiempo. El lenguaje del chiste es como las monedas, que al circular mucho van perdiendo los detalles de su grabado: en el chiste todo es redondeado. El chiste es un género “limado”.

Esto que hemos dicho vale para el *texto* del chiste, pero no vale para el locutor, es decir para el humorista profesional o incluso para el que cuenta un chiste en rueda de amigos. Éste, obviamente, debe poder ser un *intérprete adecuado* para un mensaje popular, es decir que, en principio, debe compartir el ethos general de los chistes. Su imagen, su vestimenta, su voz (piénsese, por ejemplo, en cuánto colabora la “tonada del interior”, cualquiera sea, en el humorista de la Argentina), su postura corporal, todo debe proveernos la imagen de alguien asequible para el gusto popular y pertinente para ese tipo de mensaje. Pero además del *ethos popular indiferenciado* propio de los textos del chiste, el humorista debe agregar algo más: una competencia lingüística particular vinculada a los registros informales, familiares y del lunfardo, seguridad en el lenguaje, precisión en las expresiones y, sobre todo, un adecuado remate, sin dudas ni vacilaciones (entre los consejos de los humoristas para contar chistes, uno de los más importantes es aprender el final de un chiste de memoria y no cambiar nada al contarlo).

Fuera de esas generalidades, cada humorista tendrá sus particularidades. Tato Bores, por ejemplo, hacía de la velocidad de dicción uno de sus puntos fuertes: la catarata de palabras hacía que cada chiste tuviera en el receptor menos tiempo de elaboración y multiplicaba el efecto cómico. Enrique Pinti retomó esa característica, pero le agregó un registro mucho más informal y un lenguaje más plagado de malas palabras. Woody Allen, como ya lo hemos dicho, juega con su imagen física para producir efecto humorístico: su baja estatura, sus vacilaciones al hablar, sus anteojos y su calculada fealdad son un elemento más del ethos de su personaje.

El ethos en el aforismo cínico

Un caso particular de ethos se presenta en el humorista cínico. El cínico se caracteriza, justamente, por un ethos especial: parece estar por encima de todo, vincularse con una región demasiado elevada de la cultura, despreciando y descalificando todo lo pedestre y prosaico del mundo.

En la vida cotidiana, la palabra “cínico” designa a las personas que mienten de una manera desvergonzada. Pero el cinismo filosófico, en cambio, fue una escuela en la antigua Grecia que despreciaba las comodidades de la civilización, rechazaba las riquezas y cualquier tipo de materialismo. Se refugiaban en una vida naturalista e instintiva, pero para criticar duramente la superficialidad de la vida en sociedad y, en definitiva, reivindicaron un cierto esencialismo y espiritualismo que se transmitió luego a los cínicos modernos. Los cínicos llevaban a la práctica su programa anticivilizatorio vistiendo ropas sencillas, deshaciéndose de todo lo material posible y criticando las costumbres de la época. Su entorno los vio como excéntricos y se conoce más a esta escuela por sus excentricidades que por sus doctrinas. Tanto criticaron a la sociedad que los rodeaba que los cínicos pasaron a ser despreciados por las clases elevadas y la palabra, como vimos recién, empezó a designar a un mentiroso con maldad. Pero este registro de la palabra “cínico”, en cierta manera, ya nos dice que se está tocando en un sitio sensible que tiene que ver con la verdad y el conocimiento: el cínico, se lo vea positiva o negativamente, devela una verdad incómoda.

En los cínicos modernos, como Oscar Wilde, Mark Twain o Ambrose Bierce (ver anexo), la crítica a la sociedad de su tiempo retoma elementos del cinismo antiguo: se reprueba el materialismo predominante, abogando a veces por el individualismo, el esteticismo o el espiritualismo, y otras veces tomando una actitud nihilista o anarquista. Esta actitud de “dar vuelta” el mundo y mirarlo no a partir de las convenciones sociales sino desde un cierto esencialismo individual es lo que se trasluce cuando tanto Ambrose Bierce como Oscar Wilde definen al cínico como alguien que “ve las cosas como son y no como debieran ser”. El aforismo cínico destruye las apariencias y las convenciones sociales, le quita a la sociabilidad su halo de respeto y grandeza y la ve como un conjunto de reglas hipócritas que no llegan a la esencia del hombre porque no quieren reconocerla.

Volvamos a esa definición del cínico como alguien que “ve las cosas como son y no como debieran ser”. ¿Acaso se dice que el cínico es un “realista”, que ve las cosas tal cual se presentan a ojos de todos? Al contrario, se está diciendo que la mayoría prefiere no ver las cosas como son y el cínico, en definitiva, lo que hace es “simplificar” las cosas y mostrarlas por su lado “natural”, su lado “verdadero”. El cínico, en todo caso, es el único realista, mientras la gente vive hundida en la ilusión de las convenciones sociales y el consumo.

¿Qué se puede decir del ethos en el aforismo cínico? Es decir, ¿qué imagen nos transmiten esos textos de su enunciador, más allá del contenido de lo dicho? Ante todo, ya la actitud de escribir aforismos es una manera de presentarse ante el lector: esta sentencia breve y a menudo llamativa, paradójica o humorística parece decirnos que su autor puede resumir en una frase el conjunto de las contradicciones que afectan la vida moderna. El que escribe aforismos es alguien que condensa en pocas palabras lo que otros despliegan en un libro entero. En ese sentido, es interesante el hecho de que Oscar Wilde, aunque efectivamente escribió algunos libros de aforismos, la gran mayoría de frases suyas que se suelen recopilar están desperdigadas en novelas o cuentos, porque en ellos, más allá de las alternativas de la narración, mostraba una clara tendencia a expresarse por aforismos.

El aforismo, entonces, es ya de por sí una habilidad y una negativa al despliegue argumentativo. El que escribe aforismos parece decirnos también: las cosas son muy sencillas, sólo hay que

encontrar la médula de lo que criticamos y ahí estará expresado el aforismo. El aforismo además es una sentencia, como la que dictamina el juez: el cínico se pone en el lugar del enjuiciamiento y sobre todo del juez que decide qué es significativo y qué es superficial en la vida de los hombres. Además el aforismo es una sentencia porque parece no necesitar contexto: se ubica en un presente atemporal y en objetos muy generales, para que pueda ser entendido sin reponer la situación enunciativa. Esto nos dice que el aforismo se presenta como una ley, como una voz del más allá, como la voz de dios, a diferencia del chiste, que se presenta como la voz del pueblo.

El cínico rechaza lo material y la civilización, ubicándose en las alturas del espíritu, de lo esencial y de lo estético: siempre parece que mira al mundo por arriba de su hombro. Esta actitud se vincula esencialmente con la concepción del humor (en oposición a la comicidad) que tenía Freud, más cerca de lo que llamaríamos “humor negro” que de nuestro humor a secas. Estando en su lecho de muerte, rodeado de amigos, Oscar Wilde dijo: “Esas cortinas son horribles. O se van ellas o me voy yo”. Las cortinas no se podían ir, pero Wilde “se iba” de todas maneras.

La contradicción expresada en un aforismo es ya, en sí misma, un enunciado humorístico. Si bien no todos los aforismos son humorísticos (algunos son verdaderamente trágicos), su multiplicación genera un efecto cómico innegable. Sin dudas, este tipo de enunciados encierran en sí mismos todos los elementos de la comedia, del chiste y de la chanza que analizamos en la primera parte.

Recordemos una frase de Oscar Wilde, extraída de *El retrato de Dorian Gray*: “La única diferencia entre un capricho y un amor eterno es que el capricho dura un poco más”. El capricho (amoroso) se supone que dura apenas unos momentos, mientras que un amor eterno se supone que será para toda la vida. El capricho, además, es algo de lo que tenemos una idea negativa, es visto como un deseo banal, sobre todo si es el capricho de un adulto, mientras que el amor eterno pareciera ser el objetivo último en la vida de las personas. La resolución de la frase de Wilde da vuelta esas dos cosas: lo breve y negativo, finalmente, dura más que lo eterno y positivo. Aquí se destruye un ideal (el amor eterno) a través de lo inmediato y, sobre todo, a través del puro deseo, sin agregados civilizatorios de ningún tipo. El impulso del deseo, parece decirnos Wilde, en definitiva es más duradero que aquello que sólo está

pautado por las reglas sociales y que no tiene ningún vínculo real con nuestras pulsiones primarias.

El cínico nos muestra entonces una visión desencantada de la vida, porque parece rebajar todo a nuestra naturaleza, descartando la cultura y reduciéndola a una formulación hipócrita. También encontraremos diferencias: mientras Ambrose Bierce critica la sociedad egoísta e individualista, Oscar Wilde se refugia en el esteticismo y Mark Twain en el absurdo.

El cinismo, entonces, es en sí mismo una marca de ethos: es presentarse como un sujeto enunciativo más allá del mundo material y superficial, pero no a la manera de los santos, que renuncian a lo carnal para entregarse al espíritu, sino en una forma mucho más escéptica y pesimista y con una reivindicación sustancial del deseo. El cínico se ríe de las contradicciones en las que está inmerso, porque sabe que no puede desentenderse de ellas, a diferencia del santo que cree en otro mundo perfecto donde el espíritu triunfará.

Por todo ello, el humorista cínico es un egocéntrico, aunque a veces se puede reír de su egocentrismo. Con la sociedad que lo rodea suele tener una actitud ambivalente, tratando de seducirla con sus excentricidades pero a la vez despreciando a las mayorías y, en última instancia, refugiándose en el elitismo.

El cinismo, entonces, se nutre de la ironía y suele frecuentar el sarcasmo, la burla cruel y, sobre todo, el desenmascaramiento. El cínico se ríe de la gente común, del pueblo, de la masa, de la opinión pública, porque todos llevan una máscara que les impide conocerse a sí mismos. Por eso el cínico se ubica un poco por encima de todos, y es el que afirma que ve las cosas como son y no como la gente cree que son. La gente común confía en el tratamiento de las apariencias que les otorga la “cultura”, el cínico ve (o cree ver) más allá. El ethos del cínico es un ethos elitista y sólo confía en los pocos ilustrados que pueden ver tan profundamente como él. Son amigos de las paradojas y de las “trampas” para lectores desprevenidos. Parecen decir: “el que no me pueda seguir, que se quede atrás”.

Hemos dicho que el ethos nos presenta una voz y que se encarna en un personaje. Esta imagen es lo que Maingueneau (1999) llama “garante”, y en este caso se presenta como un intelectual, erudito, transgresor, que “ve más allá” que el vulgo, por eso es elitista y opuesto a las costumbres de la mayoría. Pero ese erudito que mira

por arriba de su hombro a las clases incultas es, en el fondo, un idealista, que creará en valores superiores ausentes de la vida cotidiana, pero por eso mismo más valorados. Esos valores pueden ser el arte, el deseo, la utopía, la solidaridad, etcétera. Los valores degradados de la sociedad presente son cuestionados, aunque no se los nombre, a partir de esos otros objetivos considerados puros y superiores.

A modo de cierre

Si algo puede caracterizar el enfoque que hemos encarado en este trabajo es la búsqueda de un análisis global. Aunque a los fines de la exposición generalmente tomábamos en cuenta solamente un aspecto de los enunciados humorísticos, en rigor nunca podemos dejar de lado los múltiples recursos que hacen a la producción de comicidad.

En primer lugar, hicimos un repaso de las principales teorías del humor y la comicidad, la mayoría de las cuales apuntaban más a los aspectos del contenido de los chistes (contenidos inconscientes, en la teoría psicoanalítica) y cómo éstos incidían en su recepción.

En segundo lugar, y ya adentrándonos en el nivel lingüístico y enunciativo, tuvimos en cuenta el aspecto genérico, íntimamente vinculado a la situación de comunicación concreta. La comicidad la hemos visto no sólo surgiendo del enunciado mismo del chiste, del gag, de la comedia, del aforismo, sino también a partir del vínculo específico que unía ese enunciado a un sujeto de enunciación o a una situación comunicativa específica.

En tercer lugar, le hemos dado un lugar de privilegio a las diferentes huellas enunciativas que quedan inscriptas en los textos humorísticos: deixis, apelativos, polifonía, temporalidad, ethos.

Como siempre sucede en el análisis enunciativo, algunos textos son más adecuados que otros para una determinada marca. Sin embargo, todo texto debe ser analizado en forma global, es decir, recurriendo a todas las herramientas de análisis a mano, porque es la única manera de acercarse a una comprensión “ideal” de los mecanismos puestos en juego para el logro del humor.

Creemos haber justificado, a través de estas páginas, la pertinencia de los análisis enunciativos para el estudio del humor, la comicidad y sus géneros específicos. Con este enfoque hemos

visto que, cuando la teoría de la enunciación se aboca al estudio de la subjetividad, ésta no siempre aparece como la mera marca del sujeto empírico. La subjetividad puede estar sumergida en una instancia mucho más abarcativa, como analizamos en el chiste, donde la inscripción de la enunciación dentro de “lo popular” era lo único que podía otorgarle legitimidad a un chiste. En el aforismo cínico, por otro lado, observábamos cómo los diferentes autores se cobijaban debajo de una figura, que Dominique Maingueneau llama “garante”, que podríamos describir como el intelectual erudito, transgresor, marginal, francotirador, opuesto a las convenciones hipócritas que exige la convivencia urbana.

Así, creemos que el análisis de los enunciados y géneros humorísticos o cómicos permite ver que la subjetividad del lenguaje, principal objeto de estudio de la teoría de la enunciación, no es una subjetividad individual, adherida al sujeto empírico como sus huellas digitales. La subjetividad del lenguaje tiene un aspecto social, ya que, para hablar o escribir, nos inscribimos en lenguajes ya transitados y conocidos. Apoyándonos, aun sin saberlo, en esas figuras virtuales, logramos tener un lugar personal en los discursos.

Tampoco el lenguaje implica una alienación completa en los “discursos sociales”. Una más exacta caracterización nos indica que todo discurso es una negociación entre la tradición y la individualidad. Si en el análisis perdemos de vista la inscripción social (que puede darse por el género, por los estereotipos, por el garante ético), podemos caer en la idea de que los textos dependen del “genio” del autor. Si, al contrario, perdemos de vista la marca individual, podemos inferir que el lenguaje no es más que una cárcel que nos obliga a hablar de determinada forma, y el sujeto es impotente para producir efectos nuevos o transformar la manera de leer los mensajes ajenos o el propio mensaje.

La única forma de poder entender el lenguaje dialécticamente es poniendo en relación la estructura y el sujeto. Así no solamente aparece la tensión entre los discursos previos y nuestra propia palabra, sino que además se hace presente la historicidad y el devenir que rodean toda actividad humana.

Bibliografía

- AMOSSY, Ruth (dir.) (1999), *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*, Lausana, Delachaux et Niestlé.
- AMOSSY, Ruth (2010), *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*, París, PUF.
- AMOSSY, Ruth y Anne HERSCHBERG PIERROT (2001), *Estereotipos y clichés*, Buenos Aires, Eudeba.
- ARNOUX, Elvira y colaboradores (1986), *Curso completo de semiología y análisis del discurso*, cuadernillo 4, Buenos Aires, Ediciones Cursos Universitarios.
- ARNOUX, Elvira (2006), *Análisis del discurso. Modos de abordar materiales de archivo*, Buenos Aires, Santiago Arcos.
- BAJTÍN, Mijaíl (1982), *Estética de la creación verbal*, México, Siglo XXI.
- BAJTÍN, Mijaíl (1974), *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*, Barcelona, Barral.
- BAROJA, Pío (1948), *La caverna del humorismo*, en *Obras completas*, vol. V, Madrid, Biblioteca Nueva.
- BAUDELAIRE, Charles (1923), *Curiosités esthétiques*, París, Canard.
- BENVENISTE, Émile (2008a), “De la subjetividad en el lenguaje”, en *Problemas de lingüística general*, vol. I, México, Siglo XXI, pp. 179-187.
- BENVENISTE, Émile (2008b), “El aparato formal de la enunciación”, en *Problemas de lingüística general*, vol. II, México, Siglo XXI, pp. 82-91.
- BERGSON, Henri (1962), *La risa* [1900], Buenos Aires, Losada.
- CALSAMIGLIA BLANCAFORT, Helena y Amparo TUSÓN VALLS (1999), *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, Barcelona, Ariel.
- CANAL FELJÓO, Bernardo (2010), *Burla, credo, culpa en la creación anónima* [1951], Buenos Aires, Biblioteca Nacional.
- CANÉ, Miguel (1960), *Juvenilia* [1884], Buenos Aires, Eudeba.
- CAZAMIAN, Louis (1952), *The development of english humour*, Durham, Duke University Press.
- DANINOS, Pierre (1953), *Le tour du monde du rire*, París, Hachette.
- DRUCAROFF, Elsa (1996), *Mijaíl Bajtín. La guerra de las culturas*, Buenos Aires, Almagesto.

- ECO, Umberto (2003), *El nombre de la rosa* [1980], Buenos Aires, Debolsillo.
- ESCARPIT, Robert (1962), *El humor*, Buenos Aires, Eudeba.
- FERNÁNDEZ, Macedonio (1944), *Papeles de reciénvenido*, Buenos Aires, Losada.
- FERNÁNDEZ DE LA VEGA, Celestino (1967), *El secreto del humor*, Buenos Aires, Nova.
- FOIX, Juan Carlos (1966), *Qué es lo cómico*, Buenos Aires, Columba.
- FRATICELLI, Damián (2008), “La revista *Barcelona* y el humor local”, *Revista LIS. Letra Imagen Sonido*, n° 2, Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales (UBA).
- FREUD, Sigmund (1979a), *El chiste y su relación con lo inconsciente* [1905], en *Obras completas*, vol. VIII, Buenos Aires, Amorrortu.
- FREUD, Sigmund (1979b), “El humor” [1927], en *Obras completas*, vol. XXI, Buenos Aires, Amorrortu.
- GARCÍA NEGRONI, María Marta y Marta TORDESILLAS COLADO (2001), *La enunciación en la lengua. De la deixis a la polifonía*, Madrid, Gredos.
- GENETTE, Gérard (1977), “Genres, types, modes”, *Poétique* n° 32, París.
- GIRONDO, Oliverio (1942), *Persuasión de los días*, Buenos Aires, Losada.
- HEGEL, Georg Wilhelm (1954), *Estética* [1835], Buenos Aires, El Ateneo.
- JAUSS, Hans Robert (1992), *Experiencia estética y hermenéutica literaria*, Madrid, Taurus.
- KANT, Immanuel (1951), *Crítica del juicio* [1790], Buenos Aires, El Ateneo.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (1986), *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*, Buenos Aires, Hachette.
- LACAN, Jacques (1970), *Las formaciones del inconsciente*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- MAINGUENEAU, Dominique (1999), “Ethos, scénographie, incorporation”, en Ruth Amossy (dir.), *Images de soi...*, ob. cit., pp. 75-102.
- MAINGUENEAU, Dominique (2009), *Análisis de textos de comunicación*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- MORIN, Edgar (1964), *Las estrellas de cine*, Buenos Aires, Eudeba.
- OLSON, Elder (1975), *Teoría de la comedia*, Barcelona, Ariel.
- PALACIOS, Cristian (2011), “Hacia una caracterización de los discursos cómico y humorístico”, *II Jornadas Internacionales de Discurso e Interdisciplina*, Villa María, Córdoba, 24 al 26 de agosto.
- PAULS, Alan (1980), “Tres aproximaciones al concepto de parodia”, en *Lecturas Críticas* n° 1, Buenos Aires.
- PÉREZ RIOJA, José Antonio (1942), *El humorismo*, Barcelona, Salvat.
- PERRET, Delphine (1970), “Les appellatifs”, *Langage* n° 17, París, pp. 112-118.
- PIRANDELLO, Luigi (1946), *El humorismo*, Buenos Aires, El Libro.
- PLANTIN, Christian (2012), *La argumentación: historia, teorías, perspec-*

- tivas*, Buenos Aires, Biblos.
- POTTER, Stephen (1954), *The sense of humour*, Londres, Penguin Books.
- RICHTER, Jean Paul (1976), *Introducción a la estética*, Buenos Aires, Hachette.
- STEMBERG, Oscar (2001), “Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico”, *Signo y Señal* n° 12, Buenos Aires, Instituto de Lingüística (UBA).
- TODOROV, Tzvetan y Oswald DUCROT (1972), “Genres littéraires”, en *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, París, Points.
- TORRES SÁNCHEZ, María Ángeles (1998), “Teorías lingüísticas del humor verbal”, *Pragmalingüística* n° 5-6, Universidad de Cádiz.

ANEXO
Aforismos

Oscar Wilde

- El cinismo consiste en ver las cosas como realmente son, y no como se quiere que sean.
- En el mundo común de los hechos, los malos no son castigados, ni los buenos recompensados. El éxito se lo llevan los fuertes y el fracaso los débiles. Eso es todo.
- La gente enseña para disimular su ignorancia, lo mismo que sonríe para ocultar sus lágrimas.
- A lo único a lo que no me puedo resistir es a la tentación.
- La única diferencia entre un capricho y una pasión eterna es que el capricho suele durar algo más.
- Los viejos todo lo creen, los adultos todo lo sospechan, pero los jóvenes todo lo saben.
- No voy a dejar de hablarle sólo porque no me esté escuchando. Me gusta escucharme a mí mismo. Es uno de mis mayores placeres. A menudo mantengo largas conversaciones conmigo mismo, y soy tan inteligente que a veces no entiendo ni una palabra de lo que digo.
- Resulta de todo punto monstruosa la forma en que la gente va por ahí hoy en día criticándote a tus espaldas por cosas que son absoluta y completamente ciertas.
- Ser natural es la más difícil de las poses.
- Sólo podemos dar una opinión imparcial sobre las cosas que no nos interesan, sin duda por eso mismo las opiniones imparciales carecen de valor.
- Una verdad deja de ser cierta cuando más de una persona cree en ella.

- Uno jamás debería escuchar. Escuchar es un signo de indiferencia hacia los que nos escuchan.

Mark Twain

- Cuando yo tenía catorce años, mi padre era tan ignorante que no podía soportarlo. Pero cuando cumplí los veintiuno, me parecía increíble lo mucho que mi padre había aprendido en siete años.
- El hombre es el único animal que come sin tener hambre, bebe sin tener sed y habla sin tener nada que decir.
- Es mejor tener la boca cerrada y parecer estúpido que abrirla y disipar la duda.

Groucho Marx

- Una mañana me desperté y maté a un elefante en pijama. Me pregunto cómo pudo ponerse mi pijama.
- ¿A quién va usted a creer, a mí o a sus propios ojos?
- Claro que lo entiendo. Incluso un niño de cuatro años podría entenderlo. ¡Que me traigan un niño de cuatro años!
- Cuando muera quiero que me incineren y que el diez por ciento de mis cenizas sean vertidas sobre mi representante.
- Disculpen si les llamo caballeros, pero todavía no les conozco bien.
- El matrimonio es la principal causa del divorcio.
- Él puede parecer un idiota y actuar como un idiota, pero no se deje usted engañar, es realmente un idiota.
- Estos son mis principios. Si no le gustan tengo otros.
- Hijo mío, la felicidad está hecha de pequeñas cosas: un pequeño yate, una pequeña mansión, una pequeña fortuna.
- La justicia militar es a la justicia lo que la música militar es a la música.
- ¿No es usted la señorita Smith, hija del banquero multimillonario Smith? ¿No? Perdón, por un momento pensé que me había enamorado de usted.
- Nunca olvido una cara, pero con la suya voy a hacer una excepción.
- ¿Que por qué estaba yo con esa mujer? Porque me recuerda a ti. De hecho, me recuerda a ti más que tú.

Joaquín Sabina (de *Treinta aforismos de verano*):

- Aforismo: píldora de sabiduría barata al alcance de cualquier idiota. Era un escritor tan exquisito que sólo publicaba primeras ediciones.
- Sinrazón, odiosa diosa.
- En verano la telebasura huele más.
- La aspirante a actriz tomaba clases de adicción.
- Era tan sensato que estaba cuerdo de atar.
- Moriré sin descendencia como murió mi padre.
- El abismo es excitante si no caes en la rutina.
- Llegué tarde a todo, sólo fui precoz en la eyaculación.
- Si todos los partidos sostienen que han ganado las elecciones, ¿quiénes las hemos perdido?
- El sabio se hace el tonto porque sabe.
- ¿Cara o cruz? Canto.
- Amo el alcohol, detesto a los borrachos.
- Llevaba la falda tan corta que se le veían mis pensamientos.
- La poesía está en todas partes, incluso en algunos versos.
- Cuando me daba por soñar nunca dormía, ahora que duermo a pierna suelta ya no sueño.
- La vida me ha tratado demasiado bien, pero soy un desagradecido.

Ambrose Bierce (de *Diccionario del diablo*)

- **Celoso:** adj. Indebidamente preocupado por conservar lo que sólo se puede perder cuando no vale la pena conservarlo.
- **Alianza:** s. En política internacional, la unión de dos ladrones, cada uno de los cuales ha metido tanto la mano en el bolsillo del otro que no pueden separarse para robar a un tercero.
- **Cínico:** s. Miserable cuya defectuosa vista le hace ver las cosas como son y no como debieran ser. Los escitas acostumbran arrancar los ojos a los cínicos para mejorarles la visión.
- **Cerebro:** s. Aparato con que pensamos que pensamos.
- **Abstemio:** s. Persona de carácter débil, que cede a la tentación de negarse un placer. Abstemio total es el que se abstiene de todo, menos de la abstención; en especial, se abstiene de no meterse en los asuntos ajenos.

- **Mío:** adj. Lo que me pertenece, siempre que pueda apropiármelo.
- **Blanco:** adj. Negro.
- **Santo:** s. Pecador fallecido, revisado y editado.
- **Historia:** s. Relato casi siempre falso de hechos casi siempre nimios producidos por gobernantes casi siempre pillos o por militares casi siempre necios.
- **Idiota:** s. Miembro de una vasta y poderosa tribu cuya influencia en los asuntos humanos ha sido siempre dominante.

Chistes

Estaban dos hombres en el cielo y uno le pregunta al otro:

–¿Y vos de qué moriste?

–Congelado, ¿y vos?

–De la risa.

–¿Cómo que de la risa?

–Sí, es que yo pensaba que mi esposa me estaba engañando con otro hombre, entonces un día le dije que iba a salir por dos días, pero cuando me fui, regresé ese mismo día para ver si la atrapaba con el otro hombre. Cuando llegué, busqué por toda la casa y no encontré a ningún hombre. Dándome cuenta del error que había cometido empecé a reír y reír, hasta que morí.

–¡Qué tarado, si hubieras buscado en la heladera nos habríamos salvado los dos!

* * *

El profesor repartiendo las notas:

–Luisito un diez.

–Pedrito un ocho.

–Juancito un seis.

–Jaimito un cero.

–Oiga profesor, ¿Y por qué a mí un cero?

–Porque copiaste el examen de Pedrito.

–¿Y usted cómo lo sabe?

–Porque las cuatro primeras preguntas están iguales, y en la última pregunta Pedrito respondió: “Esta no la sé”, y vos pusiste: “Yo tampoco”.

* * *

En la prueba de los 50 metros de estilo libre en natación de paraolímpicos destacan tres nadadores: el inglés sin brazos, el griego sin piernas y el español sin brazos ni piernas.

Dan la salida y el español se hunde. Pasa un minuto y deciden sacarlo y medio ahogado dice:

—¡Joder, un año entrenando con las orejas, y me ponen gorro!

* * *

Chistes de argentinos

¿Qué es el ego?

El argentinito que todos llevamos dentro.

* * *

Un psicólogo venezolano llama a un colega a las 2 de la mañana:

—Tienes que venirte para mi consultorio, ¡inmediatamente!

—¿A las 2 de la mañana?

—¡Es que tengo un caso único aquí!

—Pero... ¿de qué se trata?

—Tengo un caso de complejo de inferioridad!!

—¿Estás loco?... Yo atiende a miles de pacientes así, todos los días.

—Sí, sí... pero ¿argentino?

* * *

¿Cómo se le dice a un argentino que se queja todo el día, mira deportes todas las noches en televisión y duerme casi todo el fin de semana?...

Normal.

Más chistes

Estaban dos ladrones y un tonto, planeando escaparse de la cárcel. La única forma era salir por la noche, por el tejado, donde había un guardián. Llega la noche y va el primero, se tropieza y dice el guardián:

—¿Quién anda ahí?

Dice el ladrón:

—Miau, miau, miauu.

Va el segundo, se tropieza y dice el guardián:

—¿Quién anda ahí?

Dice el ladrón:

—Miau, miau, miauu.

Va el tonto, se tropieza y dice el guardián:

—¿Quién anda ahí?

Dice el tonto:

—Otro gatito.

* * *

Durante su última visita a República Dominicana, el Papa, cansado de tanto protocolo y alabanza, se decide a romper un rato las reglas.

Cuando sube a la limusina para uno de los traslados, le dice al chofer:

—Hijo mío, tengo ganas de romper un poco el protocolo. ¿Serías tan gentil de dejarme conducir mientras tú te vienes atrás para descansar?

Nadie puede negarle algo al Papa, ¿verdad?

Y aquí vamos, con el Papa al volante y el chofer sentado atrás en una enorme limusina de vidrios polarizados. Un poco olvidado del arte de conducir, el Papa va por una de las avenidas principales de Santo Domingo... y se va pasando semáforos en rojo, tumbando botes de basura y haciendo poco caso a las señales de tránsito. Se le arrima un patrullero y lo detiene. El Papa baja su ventanilla, y al verlo el policía se asombra y regresa a su vehículo, toma la radio, y se produce el siguiente dialogo:

Oficial: —Patrulla 505 a central, cambio...

Central: —Sí, chico, ¿qué sucede?

—He detenido a un tipo que por lo que parece es influyente y poderoso, y no sé como proceder. Cambio...

—Pues, como siempre: quítele unos pesos y tráigame lo mío, cambio.

—No, pues, es que este tipo parece ser influyente de verdad, no me quiero meter en problemas, cambio.

—A la flauta..., ¿qué, es narco o qué?

—No, hombre, ¡mucho más pesado que cualquier narco!

—Ah, ¿qué? ¿Es de los del FBI, DEA, Senador, General, Bin Laden o qué?

—No, no seas tonto, los FBI, Senadores o Generales y todo lo demás, ¡no le dan ni por los tobillos a este señor!

—¿Pues quien es?

—Pues no sé, se me hace que es Dios, cambio...

—Está usted loco, ¿cómo que Dios, por qué lo dice?

—Digo que es Dios, ¡¡¡porque trae al Papa de chofer!!!

* * *

El Cielo es el lugar donde...

...la policía es británica,

...los chefs franceses,
 ...los mecánicos alemanes,
 ...los amantes italianos,
 ...y todo es organizado por los suizos.

El Infierno es el lugar donde...
 ...la policía es alemana,
 ...los cocineros británicos,
 ...los mecánicos franceses,
 ...los amantes suizos,
 ...y todo es organizado por los italianos.

* * *

Se contaba este chiste después de la caída de la Unión Soviética:
 Un día estaba Stalin trabajando en su escritorio, cuando de pronto se da cuenta de que no aparece su pipa. La busca por todos lados, pero no aparece. Llama a su secretario:

–Vasili, no encuentro mi pipa. ¿Sabe usted dónde está?
 –No se preocupe, camarada Stalin, ya la encontraremos.

Al día siguiente, Stalin está trabajando otra vez en su escritorio y, al levantar unos papeles, aparece su pipa. Llama a su secretario:

–Vasili, ya encontré la pipa.
 –Imposible, camarada Stalin, ya confesaron dos.

* * *

Conversan dos amigos:
 –Che, y cómo te va con la crisis actual?
 –Ah, bárbaro, duermo como un bebé.
 –¿En serio?
 –Sí, ¡me despierto cada tres horas llorando!

* * *

Estaban George Bush y Collin Powell sentados en un bar, cuando entra una persona y le pregunta al barman:
 –¿Esos dos no son Bush y Powell?
 –Sí, son ellos.
 Entonces se les acerca y los saluda:
 –Hola qué tal, ¿qué hacen?
 Y Bush le contesta:
 –Estamos planeando la Tercera Guerra Mundial.

El tipo entonces les dice:
 –¿En serio? ¿Y qué es lo que va a pasar?
 Bush le contesta:
 –Bueno, esta vez vamos a matar a 14 millones de afganos y a un reparador de bicicletas.
 Y el tipo asombrado exclama:
 –¿A un reparador de bicicletas?
 Bush se da vuelta, mira a Powell y le dice:
 –¿Ves? ¡Qué te dije...! A nadie le importan los 14 millones de afganos.

* * *

En uno de los tantos hospitales de este mundo se encuentran todos los doctores descansando y charlando en la sala de operaciones, cuando de pronto entra otro doctor con un hombre en una camilla gritando:

–¡Emergencia, emergencia, hay que operar a este hombre de inmediato!
 –Ok, ¿pero qué tiene?
 –¡Dinero!

* * *

Dos amigos se encuentran, y uno le dice al otro:
 –¿Sabés lo que me pasó ayer?
 –No, ¿qué te pasó?
 –Estaba en la oficina, y de pronto me vino un terrible dolor de cabeza, así que me fui a casa más temprano, y resulta que cuando llego... ¡¡¡me encuentro a mi mujer con otro!!!
 –¿¿¿Con otro tipo???
 –No, con otro terrible dolor de cabeza... ¡ja ja ja ja!
 –Che, qué buen chiste, cómo me hiciste caer –responde el amigo–, ya mismo me voy al bar a contárselo a los muchachos.

Efectivamente, llega al bar y se encuentra con varios amigos suyos, a los que les dice:

–Muchachos, ¿saben lo que me pasó ayer?
 –No, ¿qué te pasó? –responden a coro los amigos.
 –Estaba en la oficina, y de pronto me vino un terrible dolor de cabeza, así que me fui a casa más temprano, y resulta que cuando llego... ¡¡¡me encuentro a mi mujer con otro!!!

Se hace un profundo silencio, hasta que uno de los amigos le dice:
 –Sí, nosotros ya sabíamos que tu mujer te estaba engañando, pero no sabíamos cómo decírtelo.

* * *

Dos amigos se encuentran después de que uno de ellos regresó de su luna de miel. El otro sabía que su amigo había sido un mujeriego antes de casarse, y por eso le preguntó como le iba como recién casado. El otro contesta con pesadumbre:

–Pues estoy preocupado. La mañana siguiente a nuestra primera noche de amor, yo estaba todavía adormilado, y por la fuerza de la costumbre le dejé a mi mujer un billete de cincuenta en la mesa de noche.

El otro intentó tranquilizarlo:

–No te preocupes. Lo más probable es que ella no saque conclusiones por esto, sino que piense que se lo diste para los gastos.

–No es eso –dice el otro–. Lo que pasa es que ella también estaba medio dormida, y me dió un billete de veinte de vuelto.

* * *

Rebeca: –Isaac... la semana que viene vamos a cumplir veinticinco años de casados... ¡Y nunca me compraste nada!

Isaac: –Bueno, disculpame, no sabía... ¿Qué estás vendiendo?

* * *

Un hombre le comenta a un amigo:

–Me insinuaron que mi mujer me era infiel, así que me puse a vigilarla.

–¿Y que pasó?

–Pues una noche salí de la casa, la seguí, fue a la casa del vecino, tocó la puerta y el vecino abrió. Mi mujer entró y cerró la puerta. Me asomé por la ventana y vi que mi mujer se desnudaba y se metía en la cama, y luego el vecino también se quitó la ropa.

–¡Uh! ¿Y después?

–No sé, el vecino cerró las cortinas y me quedé con la duda...

* * *

Una mujer va a una mueblería a comprar un armario.

Para que le saliera más barato lo compra desarmado, porque es de esos que vienen con instrucciones para armar en casa.

Llega a su casa, lo arma y le queda perfecto. Unos momentos después pasa el subte (vive justo arriba de la estación Carranza) y el armario cae desarmado al suelo provocando un gran estruendo. Lo vuelve a armar, vuelve a pasar el subte y el armario se cae en pedazos de nuevo... Tras el tercer intento, muy enojada, llama a la mueblería, explica el problema

y le dicen que le envían un técnico. Llega el técnico, arma el armario en pocos segundos queda listo...

Pasa el subte y ¡bruuuuuummmmm!, al suelo el armario.

Finalmente el técnico le dice a la señora:

–Mire, lo voy a armar otra vez, me meto adentro y cuando pase el subte, desde adentro, veré mejor dónde está el problema.

Lo arma, se mete dentro y en aquel momento llega el marido de la mujer.

–Cariño, ¡qué armario tan lindo!

Abre la puerta, ve al instalador y le dice:

–Y usted, ¿qué hace aquí?

–Pues mire, lo voy a decir que he venido a acostarme con su mujer, porque si le digo que estoy acá esperando el subte no me lo va a creer...

* * *

Una anciana de 88 años, creyéndose morir, llama a su esposo de 90 años al dormitorio y le expresa:

–Viejo, viejo, me estoy muriendo..

El anciano le responde cariñosamente:

–No seas tonta, mi amor. Es un mal pasajero, no le des importancia.

–No, esta vez es serio. Y no quieroirme sin entregarte algo –dice la anciana–. Por favor, abrí el ropero y sacá una caja de madera que está oculta debajo de la ropa de verano.

El esposo cumple con lo indicado y encuentra la caja.

–Abrila –pide su esposa con un hilo de voz.

El anciano lo hace y encuentra dentro de la caja tres huevos y 100.000 dólares. Entre alborozado y extrañado pregunta:

–Mi amor, ¿qué son estos tres huevos?

La anciana responde:

–No quieroirme sin contarte un secreto. Cada huevo representa las veces que quedé insatisfecha en nuestras relaciones sexuales.

El anciano comenta entre cancherito, satisfecho y orgulloso:

–Qué bueno, che, sólo tres veces en casi sesenta años de matrimonio.

Y enseguida pregunta:

–¿Y estos 100.000 dólares?

La anciana toma dulcemente la mano de su esposo y con un suspiro le confiesa:

–Cada vez que juntaba una docena de huevos los vendía....

* * *

Dos empleados del casino estaban aburridos esperando en una de las mesas. Una rubia atractiva llegó y apostó 20.000 pesos a una sola tirada. Y dijo:

–Espero que no les importe, pero me da más suerte estar totalmente desnuda.

Se quitó toda la ropa y tiró el dado, mientras decía:

–Mamá necesita ropa nueva.

Entonces gritó:

–Sí, sí..., ¡gané, gané!

Empezó a dar brincos y abrazó a los dos empleados. Cuando recogió todo su dinero y su ropa y se fue, los dos empleados se miraron atontados:

–¿Qué número sacó?

–No sé, pensé que vos estabas mirando.

* * *

Un codicioso estaba hablando con Dios y le pregunta:

–Dios, ¿cuánto es para ti un segundo?

Y Dios le contesta:

–Mil años.

–¿Y un centavo?

–Mil pesos.

–Entonces, ¿podrías regalarme un centavo?

–OK, dame un segundo...

Índice

Palabras iniciales	9
El humor y la risa	13
Comedia y humor	15
Los géneros del humor	17
La técnica de la comicidad	21
Algunos aportes de Sigmund Freud	24
Algunos análisis	28
Reposición de lo implícito y tiempo de interpretación	31
Reírse de y reírse con	33
Humor y enunciación	41
Enunciación y comunicación	41
Sujeto de enunciación y deixis	44
El sujeto de enunciación en la parodia	50
Chiste, error e ingenuidad	54
Un comentario sobre la temporalidad	56
Los apelativos en el chiste	59
Recursos polifónicos en el humor	63
Las rupturas con la cultura oficial	65
El ethos: la imagen de sí en el humor	70
El ethos en el aforismo cínico	72
A modo de cierre	77
Bibliografía	79
Anexo	83
Aforismos	83
Chistes	87