

Una taxonomía de los actos humorísticos

Clotilde Vivanco Torres
Hiram Vivanco Torres
Carlos Zenteno Bustamante

Universidad de Chile

Con especial referencia al español de Chile, el objetivo principal del presente trabajo es proponer una categorización de los actos humorísticos sobre la base de los múltiples recursos lingüísticos comúnmente explotados en la generación del humor cotidiano, i.e. no literario. Conjuntamente, se propone la existencia de una 'competencia humorística', la cual, según se argumenta, es un componente de la competencia sociocomunicativa global de los individuos.

INTRODUCCION

El humor es una de las características distintivas del ser humano, condición que le ha sido reconocida por largo tiempo. Valgan, como ilustración, las palabras de Bergson, cuando señala: "Algunos han definido al hombre como 'un animal que sabe reír'. De igual modo, podrían haberlo definido como un animal que hace reír, pues si algún otro animal o bien algún objeto inanimado logra hacer reír, ello es siempre debido a un parecido con el hombre, por marcas que el hombre imprime en uno de ellos o por el uso que el hombre le da" (Bergson 1914: 4). Este filósofo plantea, además, que el humor apela a la inteligencia pura, haciendo dejar de lado las emociones, exigiendo, para producir su efecto, algo así como "una anestesia momentánea del corazón". En palabras de Freud, "[] dos [] rasgos —el repudio de las exigencias de la realidad y la imposición del principio del placer— aproximan el humor a los procesos regresivos o reaccionarios que tanto nos ocupan en la psicopatología. Al rechazar la posibilidad del sufrimiento, el hu-

mor ocupa una plaza en la larga serie de los métodos que el aparato psíquico humano ha desarrollado para rehuir la opresión del sufrimiento; serie que comienza con la neurosis, culmina en la locura y comprende la embriaguez, el ensimismamiento y el éxtasis" (Freud 1955: 249).

El importante rol que juega el humor en la sociedad humana es recogido por Raskin cuando expresa: "personas de diferentes culturas y orígenes, que viven incluso en diferentes continentes, comparten la capacidad de reírse. De este modo, el humor ha sido una importante línea de investigación para los psicólogos, los sociólogos, los antropólogos, los filósofos y los estudiosos de la literatura, proporcionando un excelente campo de experimentación para sus teorías y métodos" (1985: 34). Así es como, también, un académico chileno expresa: "El humor es una expresión de cultura. El *esprit* de los franceses o el *humour* de los ingleses es una cualidad que sirve para ilustrar situaciones en forma gráfica y, en cuanto tal, es un valor cultural. El humor puede ser un recurso, además, que puede cambiar un ambiente. El humor trae al humor y puede entrar en una dialéctica, camino de verdades" (Montt 1997).

Es posible argumentar que el humor también requiere ser preocupación de los lingüistas. Ello por cuanto sus variadas expresiones, permanentemente presentes en toda sociedad humana, implican, ostensiblemente, el empleo de recursos lingüísticos o involucran distintos aspectos de la comunicación e interacción social pertinentes al lenguaje humano, según se manifiesta en distintas comunidades sociales.

El presente trabajo constituye un planteamiento inicial de un proyecto de investigación sobre el humor. A nuestro juicio, el humor exige un análisis riguroso no sólo como producto, o realización humana, sino también como proceso psicológico y social, en la medida en que, tanto en su elaboración como interpretación, sus practicantes realizan complejas operaciones psicológicas y sociales, tan complejas como otras expresiones del intelecto y de la condición social de los seres humanos. A nuestro juicio, tales elaboradas operaciones no sólo serían inherentes, por ejemplo, a las distintas manifestaciones literarias en que está presente el humor, sino también a las distintas expresiones humorísticas del quehacer cotidiano.

En una perspectiva más estrictamente relacionada con el lenguaje, distintos autores (Raskin 1985, Nash 1985, Chiaro 1992) reconocen que el humor es un complejo fenómeno cognitivo y sociolingüístico, cuya expresión e interpretación implican la configuración de una intrincada red de niveles operacionales. Por tanto, dada esta complejidad, parece necesario, para los propósitos de una investigación amplia y sistemática de sus distintas manifestaciones, proponer la noción de "acto humorístico". A través de ella es posible dar cuenta no sólo de lo que se expresa —el contenido o mensaje— y cómo se expresa —la forma o estructura— sino también de los contextos

sociales y espacio-temporales pertinentes, todo lo cual implica, además, una debida consideración de, entre otros factores, los participantes en el acto humorístico y las intencionalidades de estos. Esta noción de acto humorístico es pertinente a la de 'evento comunicativo' (*speech event*), propuesta por Hymes (1971). Un análisis acabado de todos estos factores permite describir una gama amplísima de tales actos, lo que justifica su tratamiento en términos de una correspondiente taxonomía o categorización.

Este artículo se ha planteado, como uno de sus objetivos centrales, proponer una categorización de los actos humorísticos sobre la base del nivel a que pertenecen los múltiples recursos del código lingüístico que son explotados en la generación del humor. Propondremos, entonces, que los actos humorísticos pueden ser clasificados de acuerdo con una gran variedad de criterios no excluyentes –luego, combinatorios– y que, incluso muy frecuentemente, se traslapan. Son, justamente, estas posibilidades de combinación y de traslapo lo que intentaremos explorar e ilustrar en las partes siguientes de este trabajo.

TAXONOMIA DE LOS ACTOS HUMORISTICOS.

Las dimensiones que consideramos pertinentes al diseño de una taxonomía del acto humorístico son las siguientes:

1. Intencionalidad.
2. Fuente o naturaleza.
3. Tema o campo.
4. Participantes: emisor(es) y audiencia (público).
5. Calificación o evaluación.
6. Componentes de la competencia humorística.
7. Estructura interna de la historia.
8. *Genre*.
9. Medios: códigos y canales.

En lo que sigue, cada una de estas categorías será explicada e ilustrada:

1. INTENCIONALIDAD

Un acto humorístico puede ser realizado deliberadamente u originarse sin que alguien tenga el propósito de causar hilaridad o algún efecto humorístico. De acuerdo con esta variable, podemos distinguir al menos tres categorías:

a. *Intención de provocar risa o de producir humor*

Socialmente, a ciertos individuos se les confiere, o ellos se autoconfieren, el rol de “generadores de humor”. En determinadas situaciones sociales, convencionalmente establecidas (por ejemplo, un espectáculo artístico o de entretenimiento), estos individuos producen actos humorísticos sobre la base de un material previamente elaborado, un repertorio, guión o rutina, como sucede en el caso de un contador de chistes (“cuentos” o “historias”) –aficionado o profesional–, de un comediante en un café-concert, de un payaso, de un escritor de una columna humorística en el diario, de un dibujante de tiras cómicas, etc. Por otra parte están también los que poseen la habilidad de generar humor en forma no premeditada, *i.e.* espontáneamente, mediante la explotación de estímulos, presentes en el contexto físico o social, que ellos logran percibir y que instrumentalizan sin necesariamente producir un quiebre en la interacción en curso, pudiendo, incluso, convertirse en un elemento o factor integrativo de la interacción social. La “talla oportuna” es una de sus manifestaciones más conocidas.

Tipos especiales de acto humorístico, que son intencionales pero que tienen como particularidad el que se ejecutan a expensas o en detrimento de alguien son la “broma pesada” y la “pitanza”. A ella se recurre, por ejemplo, en las “cámaras indiscretas” que nos muestra la televisión, muy diferentes de las escenas casuales recogidas en programas como “Video Loco”, al que nos referiremos en el punto siguiente. Esta intencionalidad de reírse de alguien, lo cual caracteriza a la broma, hace de su ejecutor, el bromista, una persona censurada o criticada socialmente de la que, incluso, tendemos a mantener distancia. Muy diferente es el caso del individuo que provoca actos humorísticos sin ofender o molestar a otros, considerado como “gracioso”, “oportuno”, “alegre”, “simpático”, entre otros calificativos positivos. Volvemos a referirnos a las bromas en el punto 9, en la discusión de los códigos no lingüísticos.

b. *Ausencia de intención de provocar risa o de producir humor*

Una situación puede resultar humorística sin que exista en los participantes la intención de que así suceda. Tal es el caso de los videos grabados casualmente, que muestran una situación que puede ser graciosa para quienes la observan, pero no necesariamente para quien la ‘padece’ (p. ej. para la madrina, en el bautizo de un barco, que al tratar de quebrar una botella de champaña contra la quilla cae al agua, o para la monja que, en un colegio de niñas, al consultársele por la forma de enfrentar el problema del sida, dijo: ‘con virtudes y con dones’).

c. *Intención de generar humor de manera subsidiaria o instrumental, conjuntamente con un propósito intelectual central*

Como parte de su quehacer profesional específico, una persona instrumentaliza recursos o instancias humorísticas para entregar más eficiente o más fácilmente su mensaje o para hacer más llevadera la situación (educacional, comunicativa –periodística, publicitaria–, artística, etc.). En este caso puede hablarse de una función “facilitadora” o “catalítica” del humor. Tal es el caso de un profesor, charlista, entrevistado, comunicador –periodista, publicista–, mago, por ejemplo, que hace uso del humor. El empleo del humor con este propósito facilitador no se restringe a situaciones en que emisor y destinatario interactúan cara a cara. También se lo encuentra en textos escritos, algunos sobre materias densas o de alta complejidad. En ellos, su utilización se observa, con mayor frecuencia, en la ejemplificación. En los avisos publicitarios, por otra parte, se suele recurrir a efectos humorísticos con el propósito de acceder más efectivamente, y luego persuadir, al destinatario del mensaje.

2. “FUENTE” O “NATURALEZA”

Para determinar la fuente o naturaleza de un acto humorístico consideraremos como punto de referencia el que este implique el empleo o no de una lengua determinada. De este modo, su origen puede ser categorizado como un hecho situacional o un hecho lingüístico.

a. *Hecho situacional*

Una situación determinada puede ser considerada como humorística, prescindiendo de la lengua en que es descrita. Por lo tanto, si en su elaboración esta característica se basa, esencialmente, en los referentes extralingüísticos, *i.e.* en los participantes y/o en los acontecimientos, por sobre el contenido y/o forma de la expresión lingüística, su contenido es susceptible de ser traducido de una lengua a cualquiera otra, sin alterar mayormente el efecto humorístico original que conlleva.

Ejemplo: San Pedro le pregunta a un postulante a un cupo en el cielo acerca de su actividad en la tierra. Cuando el candidato le informa que había sido médico, San Pedro le responde: “Proveedores, por la puerta de atrás, por favor”.

Como puede observarse, lo humorístico descansa en la situación, independientemente de la lengua empleada como código de expresión. Esta misma historia podría ser narrada en francés, alemán, inglés, etc., lo que

distingue a este tipo de hecho humorístico de la categoría dicotómica siguiente.

b. *Hecho lingüístico*

Un acto humorístico basado en el uso del lenguaje no es traducible de una lengua a otra sin que, inevitablemente, se pierda el efecto humorístico. Ni una traducción libre ni mucho menos una literal pueden asegurar su efecto humorístico, salvo que se diera una coincidencia muy extraordinaria. Los elementos o niveles detonadores del humor son generalmente exclusivos de una lengua determinada, sean fonéticos, morfosintácticos, léxicos, etcétera.

Ejemplo 1:

A: *¿Sabes que a Juan le ha ido muy bien desde que inventó una máquina para pelar papas?*

B: *¿La comercializó?*

A: *No, instaló peluquería en El Vaticano.*

El acto humorístico se basa en los dos significados de 'papa': a) tubérculo comestible y b) pontífice romano.

Ejemplo 2:

Conversación entre dos enamorados, uno de los cuales no sabe mucho inglés:

A: *I love you!*

B: *I love you, too!*

A: *I love you three!*

Esta vez el acto humorístico descansa en los dos significados de '/tu:/' : a) two = dos y b) too = también.

3. TEMA O CAMPO

Los actos humorísticos pueden, también, ser descritos sobre la base del tema del cual se ocupan o del campo en que ocurren. Al respecto, en las descripciones de la noción de 'variedad', establecida sobre los usos sociales de una lengua dada, determinados modelos lingüísticos (Crystal y Davy 1969, Halliday y Hasan 1976) han empleado los constructos de dominio, campo o provincia para realizar un análisis lingüístico basado en la designación de los referentes que son propios de ámbitos de acción humana acotados, sean estos quehaceres ocupacionales, profesionales, de pasatiempo, etc. De un modo relativamente similar, los actos humorísticos

pueden clasificarse atendiendo a la temática o tópico que en ellos se desarrolla. Este criterio analítico parece estar determinado, principalmente, por el tipo de participante(s) o protagonista(s) central(es). Así, se presentan categorías tales como: chistes de loros, de médicos, de escolares, de vampiros, de suegras, etc.

4. PARTICIPANTES: EMISOR(ES) Y AUDIENCIA (PÚBLICO)

a. *Emisor*

Es posible realizar una categorización de los actos humorísticos en cuanto a distintas características del emisor en su capacidad de generador de humor. De este modo podemos distinguir entre diferentes tipos de emisores: *profesionales* y *no profesionales*, *narradores* y *actores*, *únicos* y *múltiples*.

Con respecto a la primera dicotomía, es preciso señalar que los profesionales presentan textos humorísticos en contextos (sociales) preestablecidos. Podemos incluso realizar una distinción más fina del subtipo profesionales diferenciando entre *mediadores* (humoristas, cómicos, actores de comedias), y *primarios* (guionistas o libretistas), quienes no suelen tener el reconocimiento de la audiencia. Esta subcategorización no excluye la posibilidad de encontrar la doble condición de guionista y humorista en una misma persona, por ejemplo, así como tampoco resulta imposible la expresión de un texto humorístico con exclusión de los participantes mediadores, cuando el guionista, en su estatus de 'emisor primario', lo presenta directamente a una audiencia por el medio escrito. La categoría no profesionales puede ser subdividida en *emisores sistemáticos* (un humorista aficionado que participa en una velada artística, por ejemplo) y que actúa en un lugar y tiempo preestablecidos, tal como lo hace el profesional, y en *no sistemáticos* (como un profesor o un obrero de la construcción que, en cualquier momento de su quehacer específico, hace un comentario jocoso).

En lo que concierne a la segunda distinción, el narrador puede distinguirse del actor en cuanto presenta un texto humorístico con las características propias de un 'narrador omnisciente', no alterando su propia identidad en el relato y pudiendo o no hacer uso de recursos histriónicos. Por otra parte, el actor asumirá uno o más roles durante su presentación de los textos. Esto no impide que un mismo emisor pueda combinar ambas modalidades, práctica bastante común.

Finalmente, la tercera distinción considera cuantitativamente la presencia de uno o más emisores en la entrega del acto humorístico. Distinguimos, en consecuencia, entre el humorista individual, el dúo (que puede estar conformado por dos cómicos o un cómico y un *partenaire*) y un grupo de cómicos.

b. Audiencia

Los actos humorísticos también pueden categorizarse según la audiencia o público al que están dirigidos. A diferencia de lo que sucede con la categoría emisor, excepción hecha de la dicotomía único/múltiple, los tipos de audiencia están condicionados por un número de variables no dicotómicas de tipo social, tales como: sexo, edad, clase social, nacionalidad, religión, profesión, grupo étnico, etc. De hecho, un mismo emisor tiene un repertorio distinto para una actuación en un café-concert, en un teatro de revistas, en una presentación en televisión, en el club o estadio de una colonia o colectividad determinada, etc. Esta adecuación a la audiencia también es establecida por los emisores no profesionales no sistemáticos. Así, un hombre contará ciertos chistes sólo ante una audiencia masculina. Del mismo modo, un emisor evita contar chistes de judíos, de negros, de minusválidos, de monjas, frente a oyentes que tienen la condición respectiva. Todo lo anterior indica que el emisor ejerce una autorregulación o autocensura en su entrega, guiándose por criterios sociales y culturales, entre otros.

5. CALIFICACIÓN O EVALUACIÓN

En términos muy similares a lo que sucede con la categoría 'audiencia', los actos humorísticos son susceptibles de una calificación o evaluación ético-moral por parte de ciertos individuos, grupos o instituciones. Sobre la base de principios ético-morales se pronuncian sobre ellos juicios valóricos, de manera que, en general, los actos humorísticos son aceptables o censurables. Al respecto, se puede argumentar que, entre otras consideraciones, estos últimos causan ofensa, exacerbaban la maldad o la violencia, estimulan prácticas discriminatorias, explotan tabúes, etc. Este pronunciamiento aprobatorio o sancionatorio puede ser producto de su campo o tema, de los sucesos en ellos presentados, del desarrollo inesperado que genera el efecto humorístico, o bien del léxico empleado. De este modo, es frecuente hacer referencia a ciertos actos humorísticos como 'chistes de salón', 'inocentes', 'blancos', por una parte, y a otros, como 'cruels', 'de humor negro', 'racistas', 'groseros' o 'subidos de tono' (habitualmente llamados 'cochinos' o 'picantes').

A modo de ilustración, habrá chistes que no recibirán ningún tipo de reprobación, como el del ratoncito que paseando de la mano con su mamá, al ver un murciélago exclama: "*¡Mira el angelito, mami!*". Contrariamente, otros pueden recibir desaprobación, como la historia de aquel niño que repetidamente reclama: "*Papá, papá, no quiero ir a Europa*" y que, finalmente, recibe por respuesta: "*¡Cállate! ¡Sigue nadando!*".

6. COMPONENTES DE LA COMPETENCIA HUMORÍSTICA

El interpretar, i.e. 'entender', un acto humorístico conlleva considerarlo, finalmente, *gracioso*, *divertido* o *cómico* y no, inversamente, un acto *común* y *corriente de la vida diaria*. Si alguien no 'entiende' un chiste, no lo encuentra gracioso o divertido y no se ríe, puede deberse, por una parte, a que carece del así llamado sentido del humor o, por otra, a que no posee el grado necesario de la competencia humorística que aquí proponemos. Esta involucra distintos tipos de conocimientos y competencias, a saber:

a. *Competencia macrolingüística*

Se entenderá por esta, en un sentido global, todos aquellos tipos de conocimientos o competencias incidentes en los usos comunicativos e interactivos de un código lingüístico. Como componentes de ella podemos señalar:

i) *competencia microlingüística*, que incorpora el conocimiento de los distintos niveles básicos de un sistema lingüístico: fonológico, morfosintáctico y semántico, y sus correspondientes realizaciones. Por ejemplo, "*le dicen 'El Ayatolah' porque 'haya toah lah cosah malah'*", sirve para ilustrar el empleo de recursos fonológicos y morfosintácticos, entre otros. Por otra parte, en "*el colmo de un gásfiter es tener un hijo soldado*", se recurre a la explotación, en el plano semántico, de la ambigüedad del elemento léxico 'soldado';

ii) *competencia sociolingüística*, por la cual entenderemos el conocimiento de las distintas variedades de una lengua, las que están determinadas ya sea por las características del usuario o por los distintos usos del código: geolectos, sociolectos, tecnolectos, estilos, etc. Sirve para ilustrar esta categoría el caso de un joven argentino que va al médico, a quien expresa: "*Doctor, quiero hacerme un chequeo porque me voy a casar*". El médico dice: "*¡Ah, matrimonio! ¡Medítelo!*". A lo que el joven replica: "*Ya me lo medí*". Puede observarse que, para interpretar lo humorístico de este acto, es necesario el conocimiento de algunos rasgos fonológicos y morfosintácticos del geolecto argentino;

iii) *competencia pragmática*, que dice relación con la expresión apropiada, considerando los contextos sociales y situacionales, de la intencionalidad y de las metas comunicativas de los participantes.

Ejemplo: "*Iban dos amigos en un bote, uno ciego y otro tuerto. El ciego remaba y el tuerto lo dirigía. Por un movimiento brusco, un remo golpea accidentalmente el ojo bueno del tuerto, quien, ante esta fatalidad, dice: '¡Hasta aquí no más llegamos!' Y el ciego se bajó*".

En la anécdota, el enunciado “¡Hasta aquí no más llegamos!” expresa, pragmáticamente, una exclamación ante el infortunio. El interlocutor, en cambio, lo interpreta como un hecho informativo. En otras palabras, frente a un mismo contenido proposicional, no hay coincidencia entre la intencionalidad comunicativa del hablante y la interpretación pragmática de su interlocutor, lo cual genera el efecto humorístico. La caricaturización constituye, también, un frecuente recurso pragmático, y

iv) *competencia retórico-textual*, por la que se entiende la capacidad para elaborar el mensaje haciendo uso apropiado de distintos recursos retóricos (por ejemplo, la distribución de la información en términos de trasfondo y prominencia) y textuales (recursos cohesivos de correferencia, elipsis, etc., al igual que otros medios retóricos –hipérbole, metáfora– entre otras figuras literarias).

Ejemplo: un grafito del cubano Pible dice: “*Joven, si tienes entre 18 y 20 años, tienes 19*”.

En este ejemplo podemos apreciar el funcionamiento del recurso retórico de distribución de la información. El efecto humorístico puede ser mitigado o neutralizado si el mensaje es elaborado alterando el orden de las proposiciones componentes: “*Joven, tienes 19 si tienes entre 18 y 20 años*”.

b. *Conocimiento de hechos específicos presentes o pasados, o conocimiento especializado*

Tanto la elaboración como la interpretación de un acto humorístico pueden requerir, en muchos casos, de un conocimiento acabado y/o preciso de situaciones o acontecimientos particulares ocurridos recientemente o, incluso, en el pasado distante. Al respecto, por ejemplo, un diario santiaguino presentó la noticia del arribo a Chile de un grupo de científicos norteamericanos, especializados en el estudio del virus Hanta, con el siguiente titular: “*Llegaron los cazarratones*”. Para interpretar humorísticamente dicho titular es preciso saber, primero, que existe una película norteamericana llamada “*Los cazafantasmas*” y, segundo, que el virus es transmitido por ciertos roedores silvestres. Del mismo modo, se requiere de esta última información para interpretar humorísticamente el siguiente anuncio de un servicio público en una radioemisora santiaguina: “*Para cualquier información acerca del virus Hanta, llame al ‘Fono-Guarén N° xxxxxxxx’*”. En este caso, también es preciso conocer la existencia de otros servicios telefónicos como: ‘Fono-sida’, ‘Fono-banco’, ‘Fono-brujos’, ‘Fono-ayuda’, ‘Fono-móvil’, etc.

Otro acto humorístico que requiere de conocimiento histórico, esta vez, es el siguiente: *“Un periodista se acerca a la Sra. Lincoln, luego de la función de teatro, y le pregunta: ‘dejando a un lado este incidente, ¿qué le pareció la obra?’ ”*. Su interpretación humorística está condicionada, naturalmente, por el conocimiento de que el Presidente Lincoln fue asesinado durante la presentación de una obra teatral (en el teatro Ford, de Washington, el 14 de abril de 1865).

Otros actos humorísticos pueden exigir un cierto conocimiento relativamente especializado, como es el adquirido a través del proceso educacional, en el amplio sentido del término. En la siguiente pregunta retórica, apreciamos la necesidad de contar con conocimientos de química y de religión: *“¿Cuál es la fórmula del agua bendita?” - “H Dios O”*. Es necesario tener conocimientos elementales de química para saber que la fórmula del agua es H_2O y cierta formación religiosa básica para saber del uso del agua bendita en la práctica de algunos ritos.

c. Conocimiento de mundo, universal o experiencial

De manera similar, tanto la elaboración como la interpretación de algunos actos humorísticos se efectúan basándose en un conocimiento general básico, sea sobre la realidad o sobre los fenómenos naturales o sobre el comportamiento social de los individuos. Deliberadamente, el humorista emplea este conocimiento para presentar una situación factible, pero, en seguida, procede a introducir elementos absurdos, incongruentes o exagerados, lo cual finalmente conducirá a la generación de humor.

Es, por ejemplo, el caso en que un narrador relata: *“Mi suegra es tan habladora que cuando va a la playa tiene que echarse bloqueador hasta en la lengua”*. Para interpretar este acto humorístico, es necesario disponer del siguiente conocimiento de mundo en su respectiva secuencia: al hablar, la lengua no queda normalmente expuesta; en la playa los rayos del sol afectan con mayor intensidad la piel descubierta; los bloqueadores solares aminoran estos efectos nocivos. La exageración y, por lo tanto, el efecto humorístico, se apoyan en el hecho de que al hablar excesivamente, la persona referida, a diferencia de lo que ocurre normalmente, mantiene la boca abierta durante un período muy prolongado.

d. Conocimiento de mundo fantástico o ficticio

Un acto humorístico puede, también, estar basado en el conocimiento de historias ficticias y/o fantásticas, como las que se presentan en cuentos para niños, en las historietas, en las leyendas populares, en el cine, entre otras

posibilidades. Tal acto humorístico explota la historia original, ya sea en su totalidad o tomando una situación que es parte de ella, o bien uno o más de sus personajes o algún rasgo característico de estos.

A manera de ilustración, consideremos algunos ejemplos basados en la explotación de cuentos e historietas para niños:

i. “¿Sabes por qué al lobo le dio colitis?” - “Porque comió Caperucitas Verdes”.

ii. *Los apodos*: “Rapuncel” aplicado a un calvo; “Blanca Nieves”, a una niña muy morena; “Ricitos de oro”, a un individuo de pelo negro y tieso.

iii. *Los grafitos*: “La Pequeña Lulú no es virgen (Tobi)”; “Me gusta el olor a pata” (Donald).

Dentro de los actos humorísticos que descansan en el conocimiento de mundo fantástico se encuentran, por ejemplo, los chistes de vampiros, con sus múltiples variedades.

7. ESTRUCTURA INTERNA DE LA HISTORIA

Del mismo modo como en la narración o actuación del acto humorístico están presentes distintos participantes (al menos un emisor y un receptor, *i.e.*, la audiencia, en los términos descritos anteriormente en el punto 4 (participantes: emisor(es) y audiencia (público)), la estructura interna de la historia narrada, comúnmente conocida como chiste o cuento, requiere de un cierto número de participantes. Estos pueden ser denominados los ‘personajes’ de la historia, quienes, además, se ven involucrados, normalmente, en una serie de acontecimientos interrelacionados, o ‘episodios’.

a. Personajes

Toda historia implica, por lo menos, la intervención de un personaje, quien se ve involucrado en un cierto suceso. Ante la ausencia de interacción de otro personaje, este suceso será relatado íntegramente por el emisor en el rol de narrador omnisciente. Por otra parte, es bastante frecuente que en la historia intervenga más de un personaje. De este modo se genera, mediante algún tipo de interacción verbal, un evento comunicativo, en los términos descritos por Hymes.

La narración siguiente ilustra el caso de una historia en que interviene un solo personaje: “Una abuelita gallega se ligó las trompas porque no quería tener más nietos”. Del mismo modo, hay sólo un personaje (implícito) en

las siguientes descripciones comparativas: “*Es más ordinario que Tampax de huaipe*” (‘huaipe’ = del inglés ‘wipe it’, en Chile, puñado de hilos de desecho usado por los mecánicos para limpiar), “*Es más ordinario que canapé de chunchules*” (‘chunchules’ = en Chile, guiso popular de tripas), “*Es más tonto que el que creía que ‘fornicar’ era una tarjeta de crédito (Forni Card)*”. Por otra parte, hay dos personajes en la siguiente historia: “*¿Qué le preguntó el hipopótamo a su novia? -¿De quién es esa boquita?*” Los personajes, en este caso, son los dos animales personificados.

Como podemos observar en el ejemplo precedente, los personajes que intervienen en una historia no siempre resultan ser seres humanos. De hecho, es frecuente la personificación de animales o entidades inanimadas que, en tal condición, pueden interactuar en distintas modalidades, recurso normalmente empleado en otros dominios (cuentos infantiles, avisos comerciales o historias fantásticas).

Cuando la historia implica la intervención de dos o más personajes en algún tipo de interacción verbal, el narrador facilita la interacción verbal directa entre ellos mediante la utilización del recurso narrativo denominado ‘reporte directo’, o ‘literal’, tomando los sucesos que allí acontecen no sólo más reales y dinámicos, sino que más entretenidos. De hecho, el efecto de entretención y humor puede ser neutralizado si el narrador entrega su relato mediante el recurso alternativo de ‘reporte indirecto’. Sirva como ilustración respectiva la historia presentada en la sección 5 (calificación o evaluación):

“Papá, papá, no quiero ir a Europa” - “¡Cállate! ¡Sigue nadando!”.

Esta misma historia, relatada indirectamente, quedaría:

“Cuando un niño le dijo a su padre que no quería ir a Europa, este le respondió que siguiera nadando”.

Puede advertirse claramente que, aun cuando la narración indirecta describe en forma fidedigna el mismo acontecimiento, el dinamismo interaccional queda neutralizado y no favorece la expresión del efecto humorístico.

b. *Episodios*

Cabe señalar que no todos los actos humorísticos constituyen historias y que sólo aquellos en esta condición pueden ser categorizados como narraciones. Desde este punto de vista, actos humorísticos como las comparaciones (“*Es más ordinario que acuario de jureles*”), los titulares de prensa (“*La tenía para la pura patá y el combo*”), los apodos (“*El pulmones vírgenes*”),

los nombres de tiendas o negocios (una fonda dieciochera llamada "La Jane Fonda" ('fonda dieciochera' = puesto de diversión típico en las fiestas del 18 de Septiembre), etc., no pueden ser considerados como narraciones.

Los actos humorísticos que son historias pueden ser analizados sobre la base de algún modelo de gramática narrativa. El modelo propuesto por Stein y Glenn (1979) puede ser útil, con las modificaciones del caso, como la incorporación de elementos extralingüísticos. Básicamente, dicho modelo consta de un escenario y de un sistema episódico, el que puede estructurarse sobre la base de los siguientes elementos: evento inicial, respuesta interna, intento, consecuencia directa y reacción.

A través de un ejemplo veremos cómo se presentan estos episodios. Consideremos la siguiente historia:

"En una oscura noche de invierno, iba un grupo de novicias con la Madre Superiora por una callejuela solitaria. Repentinamente, aparece un grupo de malandrines, cuyo jefe enfrenta a las religiosas anunciando amenazante: 'Las vamos a violar a todas'. La más joven de las novicias da un paso adelante y encara a los granujas diciendo: '¡A la Madre Superiora, no!'. Al oír esta súplica, la Madre Superiora, mientras pellizca el brazo de la novicia, la recrimina con severidad murmurando entre dientes: '¡Dijo a todas!'"

En términos generales, encontramos que el 'escenario' o 'puesta en escena' puede ser establecido con el empleo de diversos códigos, tanto lingüísticos como no lingüísticos. Es frecuente iniciar la narración de una historia explicitando, verbalmente y/o indéxicamente (rasgos fonéticos, léxicos y/o sintácticos), el contexto espacio/temporal en que esta última tiene lugar, así como los personajes participantes, indicando sus características relevantes (proveniencia geográfica, condición social, sexo, edad, etc.). Los humoristas profesionales pueden, además, caracterizarse y emplear ambientaciones ad hoc. En la historia en cuestión, la puesta en escena se entrega verbalmente: "En una oscura noche de invierno, iba un grupo de novicias con la Madre Superiora por una callejuela solitaria". Una vez establecido el escenario, se delinea la estructuración episódica. Es frecuente que en algunas historias humorísticas se presente un problema que, para nuestros propósitos, será el 'evento inicial': "Repentinamente, aparece un grupo de malandrines, cuyo jefe enfrenta a las religiosas anunciando amenazante: 'Las vamos a violar a todas'". La 'respuesta interna' está dada por la planificación que se hará para solucionar el problema y que conducirá al 'intento', esto es, la exteriorización o concreción del plan: "La más joven de las novicias da un paso adelante y encara a los granujas diciendo: '¡A la Madre Superiora, no!' ". Al intento sigue una 'consecuencia directa', que, en una historia no humorística, replicando el curso normal de los aconteci-

mientos reales, podría haber sido el retiro de los rufianes al tomar conciencia del censurable acto que estaban por cometer o, alternativamente, la reacción encolerizada de estos sujetos contra la novicia atrevida. Sin embargo, por tratarse de una narración humorística, ocurre lo inesperado y absurdo, cual es la intervención de la Madre Superiora al expresar: "¡Dijo a todas!", que es lo que jamás se habría esperado de ella en una situación real. Finalmente, ocurre la así llamada 'reacción', una suerte de conclusión o cierre, que otro autor, Winter 1976, en su propuesta de la metaestructura básica textual, denomina 'evaluación'. En algunas oportunidades, esta se encuentra fuera de la historia misma, como sucede con las moralejas de las fábulas, o con la aseveración final con que culminan los comerciales televisivos y que suele expresarse por medio de una voz en *off* o de una leyenda con que se entrega el mensaje final: '*Rinso* lava más blanco', '*Lucchetti*, la pasta de mamá', '*Milo* te hace grande', '*Lux*, el jabón de las estrellas' (Vivanco, 1992: 273). En el caso del que nos ocupamos, la reacción surge del oyente y se manifiesta a través de la risa, cuando este es capaz de interpretar el sentido humorístico. Por otra parte, al no ocurrir esto, el oyente puede permanecer indiferente o reaccionar en forma negativa, calificando la narración o el chiste como 'fome' (sin gracia) o de mal gusto.

Cabe señalar que la estructura narrativa que hemos presentado, si bien se encuentra en numerosos actos humorísticos, es frecuentemente bastante más compleja. Al analizar los comerciales de televisión, Vivanco 1992 señala:

"En algunos casos, un evento inicial —el problema— va seguido de varios intentos fallidos y de uno exitoso, el que se obtiene con el producto anunciado. No podemos dejar de pensar en las 'relaciones pareadas' (*matching relations*) que describe Coulthard (1990) cuando, al analizar cuentos infantiles, observa la presentación cíclica de situaciones: las tres casas construidas por los tres chanchitos, de la cual sólo la tercera (la hecha por el 'Chanchito Práctico') resiste la acción violentista del 'Lobo Feroz'; los tres actos de exceso de confianza realizados por 'Ricitos de Oro' en casa de los osos, etc.. Es frecuente encontrar estas relaciones pareadas no solamente en la literatura infantil, sino también en las historias transmitidas oralmente de generación en generación. Una de estas podría ser 'El Caballo Blanco', leyenda mapuche (Augusta 1934). Este recurso es, también, muy socorrido en chistes, aquellos en que tres personajes (generalmente de tres nacionalidades diferentes) hacen intentos: dos fallidos y uno exitoso, el de nuestro connacional, por supuesto)". (Vivanco, H. 1992: 273).

Un ejemplo de esta última situación es el siguiente:

"En el undécimo piso de un edificio en llamas se encuentran un inglés, un japonés y un chileno. En su desesperación, el inglés se sube a una

ventana y, exclama: 'por mi honor y la bandera, dejo mi billetera', y se lanza al vacío. El japonés grita: 'por mi honor y la bandera, dejo mi billetera', y se arroja desde un balcón. Por último, el chileno dice: 'por mi honor y la bandera, tomo estas billeteras y bajo por la escalera' ”.

En este caso, la secuencia lineal se reemplaza por una cíclica, en que, ante el mismo problema, surgen tres respuestas internas con sus respectivos intentos, los que tendrán sus propias consecuencias directas.

8. *GENRE*

Para la mayoría de los miembros de una comunidad, no resulta ser una tarea difícil reconocer la existencia de una múltiple variedad de actos humorísticos que comparten características particulares y distintivas. Cada una de estas variedades reconocibles se constituye en una clase abierta con un número no finito de actos humorísticos. Técnicamente, y siguiendo la categorización de los eventos comunicativos de Hymes, cada una de estas clases puede ser reconocida como *genre*.

Se presenta a continuación un listado que, si bien no es exhaustivo, intenta recoger una amplia variedad de clases de actos humorísticos considerados como propios de la vida cotidiana, excluyéndose, por lo tanto, las expresiones humorísticas literarias. Donde corresponda, se señalará, también, el (los) recurso(s) lingüístico(s) y semántico-pragmático(s) empleado(s) en la generación del humor.

a. Acotaciones, comentarios y reproches

En la interacción social, especialmente en situaciones informales o íntimas, es frecuente hacer uso del humor para atenuar la expresión y el efecto negativo de una crítica, reproche o descalificación. Como señalábamos en l.c., el humor cumple una función catalizadora, en tanto puede ayudar a neutralizar o disminuir una posible tensión o fricción social.

1. *¡El tomate con más pepas!* (Metáfora y contradicción. Significado pragmático de crítica y descalificación)
2. *¡Con qué ropa!* (Metáfora. Significado pragmático de crítica y descalificación)
3. *¡No sabíh la chichita con que t'ehtai curando!* (Metáfora. Significado pragmático de advertencia o comentario).

4. (A: ¡Ay, qué larga la fila pa' votar, y a to'o sol, máh encima!) -B: ¡¿Y no queríai democracia?! (Referencia contextual amplia. Significado pragmático de reproche)

5. (A: ¡Ay!, ¡las velas están manchando el mantel!) - B: ¡¿Y no queríai una cena romántica?! (Referencia contextual inmediata. Significado pragmático de reproche).

En 1, y sobre la base de una metáfora generada en el plano semántico (tomate = persona; pepas = calificaciones) y de una oposición (más = menos), se expresa, mediante su enunciación exclamativa en el contexto situacional pertinente, el significado pragmático de descalificación o comentario crítico.

En 2, y en términos muy similares, el elemento léxico 'ropa' adquiere el significado metafórico de habilidad o atributos. En su enunciación, en un contexto apropiado, permite la expresión del mismo significado pragmático del caso anterior.

En 3, y nuevamente mediante metáfora (chichita = persona; curarse = enfrentarse a) y oposición (el diminutivo '-ita' adquiere el significado de aumentativo), se enuncia el significado pragmático de advertencia o comentario crítico.

En 4 y en 5, se expresa la intención pragmática de reproche sobre la base de una referencia contextual, que en 4 es una referencia contextual amplia, por cuanto identifica un estado general de cosas en el país, mientras que en 5 es una referencia a la situación específica en que se encuentran los participantes.

Otras expresiones de reproche comúnmente empleadas son las siguientes: '¡Se te cayó el casé (casete)!', '¡Dónde la viste!', '¡Salta p'al lao!'.

Por lo pertinentes a esta categoría, se pueden incluir las siguientes expresiones:

a) 'La madre/profesora/hija/amiga (etc.) del año' o 'El padre/profesor/hijo/amigo (etc.) del año', como comentario ante un suceso o acción negativos y, luego, censurables, inmorales, egoístas, etc. El efecto humorístico surge de la contradicción entre, por ejemplo, la expresión 'La madre del año', empleada originalmente como nominación a una persona por su labor o desempeño encomiables y su enunciación para referirse a otro individuo involucrado en un estado de cosas diametralmente opuesto.

b) 'Y no es chiste', expresión frecuentemente usada, a modo de comentario final, para ratificar la seriedad o verosimilitud del enunciado inmediatamente precedente. De esta manera, el hablante busca evitar que su interlocutor interprete lo expresado como absurdo, exagerado o imposible. Ori-

gina, en último término, ante la contradicción generada, un cierto efecto humorístico.

b. Adivinanzas

Existe un tipo de adivinanza, en tanto manifestación folclórica, que hace uso de recursos lingüísticos variados y que, conjuntamente con estimular la tarea de descubrimiento del referente ignorado, provoca un efecto humorístico final ante el quiebre de las expectativas normales. El recurso lingüístico explotado para estos propósitos es, en los casos presentados a continuación, la ambigüedad en sus distintos tipos.

No soy Dios; y lo soy. (El hilo). ('hilo' / 'y lo': recursos fonológico y léxico-sintáctico que generan ambigüedad homofónica; 'no soy' / 'soy': contradicción).

'Sal', me dicen todos, como si fuera perro. (La sal). ('sal': ambigüedad léxica).

Una vieja larga y seca, que le corre la manteca. (La vela). (Ambigüedad referencial).

c. Amenazas, maldiciones (enunciados expresivos)

En los dos primeros ejemplos siguientes, se hace uso de un recurso metafórico con el propósito pragmático de advertir, explotando, en el primer caso, una personificación, y, en el segundo, una incongruencia.

Anda un combo buscando dueño. ('combo' = en Chile, 'puñetazo').

Parece que ehtai postulando a la patá en l'hocico.

En los tres casos que siguen existe contradicción pragmática:

No te deseo mal, pero ojalá te ganñh jugo en polvo para un año y te corten el agua.

No te deseo mal, pero ojalá que cuando vayái a Arica en buh y tengái ganah de conversar, te toque el Chino Ríoñ al lao. (Arica = ciudad ubicada a 2.000 Kms al norte de Santiago; Chino Ríoñ = joven tenista chileno notorio por su parquedad en palabras)

Que te vaya bien, que te pise un auto y que te mate un tren.

d. Apodos

Todos estos ejemplos son expresiones referenciales que identifican a individuos determinados, sobre la base de una metáfora establecida entre algún otro referente y una característica física, psicológica y social del individuo identificado.

El tapón de artesa, El tarugo o El zapatos hondos (individuo de baja estatura que, si es músico, puede ser 'El media pauta'); *El boca de mina* (sujeto con muchas tapaduras de oro); *El Virgen del Carmen* (personaje que sale en andas (ebrio) de todas las reuniones y que también podría ser apodado 'El vampiro de las viñas', 'El etiqueta', 'El tetra' o 'El chaleco de mimbre'); *La taxi* (muchacha de pelo negro, mal teñido rubio); *El cabeza de lengua, El bola de billar o El resbalón de piojos* (sujeto calvo); *Las Pili y Mili o las Tuco y Tico* (dos personas inseparables); *El Ayatola* (fulano que 'haya toah lah cosah mal'); *La patitas de ropero* (mujer de piernas cortas); *La tres manos* (joven que usa maquillaje en exceso: tiene dos manos, al extremo de los brazos, y otra, de pintura, en la cara); *La ánima* (sic), *la suspiro de ánima, la peo de lagartija o la charqui de gato* (niña muy delgada), (Vivanco, H. 1983: 75-93), *El Claudio Arrau* (por ser el rey de las teclas —denominación esta última para referirse despectivamente a las mujeres mayores— dada su preferencia por las damas maduras); *La Azafata del Caleuche* (por lo fea; 'Caleuche' = barco en la mitología de Chiloé asociado con apariciones y fantasmas).

e. Aseveraciones

A continuación, presentamos algunas aseveraciones en que se origina un efecto humorístico por medio del empleo de variados recursos lingüísticos, preferentemente la ambigüedad, la contradicción, la incongruencia y la sustitución fonológica.

Consideremos el siguiente ejemplo:

A: *Me duele un poco el hombro. Me voy a poner un parche.*

B: *¿Por eso?*

A: *No, poroso.* (Sustitución fonológica que origina una alternancia léxico-sintáctica y una contradicción)

Vilches (1955: 283) nos proporciona los siguientes ejemplos:

Era un riñón matemático, se pasaba haciendo cálculos. (Ambigüedad léxica e incongruencia)

La arteria era incapaz de un chiste, porque nunca estaba en vena. (Ambigüedad léxica y contradicción)

Nadie se imaginaba que aquel músico tan gordo podía ser afinado. (Ambigüedad léxica)

La tibia se creía peroné, pero no. (Sustitución fonológica que origina una alternancia léxico-sintáctica y contradicción)

f. Avisos económicos y mensajes publicitarios

En esta sección hemos ubicado dos tipos de actos humorísticos que se relacionan con la publicidad de diferente modo. Por una parte, los avisos

económicos que no son realmente tales sino actos humorísticos con la misma forma y estructura de los primeros. Por otra parte, los mensajes publicitarios a que haremos referencia efectivamente lo son.

f. i. Avisos económicos

En algunas oportunidades, se explota la estructura formal de la clase textual 'avisos económicos' para presentar actos humorísticos.

Joven necesita señorita para que le lave la ropa y la cosa. (Ambigüedad referencial)

En los cuatro ejemplos siguientes, se hace referencia, en términos comparativos, a una característica física o psicológica de una persona y a una característica relacionada de otro referente (objeto o lugar) o de ella misma. De esta manera, se genera, en cada caso, una incongruencia.

Se necesita joven muy delgado para pintar mangueras por dentro.

Bombero bajito se ofrece para apagar amagos.

Se solicita cura muy joven para trabajar en el Seminario Menor.

Señorita de buenas costumbres busca quien se las quite.

f. ii. Mensajes publicitarios

Por otra parte, en el mundo de la publicidad se suelen emplear recursos humorísticos con variados propósitos: para captar el interés del destinatario, facilitar su evocación y aligerar o disimular el tono persuasivo del mensaje. Todo esto está en directa relación con lo planteado en el punto 1.c., acerca del efecto 'catalizador' del humor. De este modo, algún recurso humorístico puede ser un 'elemento interno' de la situación presentada en el mensaje publicitario. Es el caso, por ejemplo, de los comerciales televisivos del insecticida *Raid*, en que se presentan insectos personificados y participando verbalmente en una interacción divertida. O bien, puede funcionar como un 'elemento externo' a la situación, con un fin reforzador o evaluador, especialmente cuando aparece en la parte final del mensaje, casi como un apéndice de él. Así sucede en el comercial de una financiera, en que el personaje central, un modesto oficinista, accede a un préstamo por vía telefónica sin mayores trámites, a diferencia de lo ocurrido con sus colegas. Finalmente, él mismo evalúa este hecho expresando: '*¡Y sin moverme de mi escritorio!*'.

Un mensaje publicitario que incorpora estas dos estructuraciones es el de los neumáticos *Good Year*. En su parte final, cuando el indio norteamericano apoya su oreja contra el pavimento y dice: '*Si camino no hablar, ser Good Year que venir*', se genera una incongruencia con respecto a la parte inicial de la situación. Adicionalmente, y como elemento externo, expresa: '*Ser indio, pero no tonto*'.

En general, el carácter atractivo y memorable del efecto humorístico de un mensaje publicitario queda de manifiesto cuando se comprueba su trascendencia al convertirse un determinado enunciado presente en él en una expresión humorística de uso general. Así ha sucedido con: '*Tómeselo con Andina*' ('Andina' = marca de agua mineral), '*¡Cómprate un auto, Perico!*', '*Pero si la gente lo pide*', '*Llegan a cruzir de puro frescas que son*', etc.

g. Calambures

En este tipo de acto humorístico, se utilizan recursos fonológicos (juntura) y léxico-sintácticos, que generan ambigüedad referencial.

Ejemplo 1.

"Se cuenta de un campesino que, afanado en cortar las ramas de un árbol, le gritó, desde lejos, a su mujer: '¡Tráeme l'hacha ancha!'. La mujer, falta de ocurrencia, le llevó la chancha que tenían en el corral. El marido, molesto por la torpeza de su mujer, descendió del árbol y comenzó a pegarle. A los gritos de esta, aparece un compadre vecino que, en voz alta, le pregunta al furibundo marido. 'Compadre, ¿por qué le está pegando a la comadre?', a lo que este le contesta: '¡Por l'hacha!' Entonces el compadre, muy conforme, le responde: '¡Muy bien, compadre, péguete no más! (por lacha) (Vilches 1955: 68) ('lacha' DRAE 1992: s.v. 'lacho', chilenuismo, amante, galán; hombre enamorado).

Ejemplo 2.

"Un distinguido hombre de derecha se lamenta desconsoladamente ante su mejor amigo diciendo: '¡Qué desgracia, pues hombre! ¡Mi hija María Pía me salió [komu'nat]a!'. Su amigo, solidariamente, replica: '¡No me digas que entró al Partido Comunista, Francisco Javier!' A lo que el primero aclara: '¡No, José Ignacio, como un hacha pa' la cama!'" ('ser como un hacha para' = ser muy bueno para y/o aficionado a).

h. Canciones

Las canciones también suelen ser explotadas con fines humorísticos, los que pueden ser logrados haciendo uso de variados recursos lingüísticos y textuales. Consideremos el siguiente fragmento de una canción humorística tradicional:

*Los hermanos Pinzones
 Eran unos mari-neros,
 Que viajaban con Colón,
 Que era otro mari-nero.
 Y se fueron a Calcuta
 En busca de una ...ruta
 (etc.)*

En este ejemplo, se emplea un recurso fonológico (rima y métrica), que genera una expectativa léxica y una potencial ambigüedad.

A este ejemplo podríamos agregar muchos otros, tales como “El Patito Chiquito”, de los Huasos Quincheros, y “La Copucha”, actualmente explotada por La Cuatro (Dientes), en que se utiliza la referencia a hechos contingentes de todo orden. Por otra parte, otras canciones humorísticas recurren a elementos propiamente lingüísticos, principalmente fonológicos, léxicos y sintácticos, como ocurre con “Las Tretas de Lorena”, de Felo, “La Simeona” o “Las Botellitas”, entre muchas otras creaciones de Los Caporales. No podemos dejar de mencionar, en este rubro, los repertorios de artistas como Los Perlas, Los Indolatinos, Los Huasos Cochinos, entre muchos otros artistas populares chilenos.

Nos parece pertinente mencionar que ciertas canciones explotan la adición y recursividad (“Estaba la rana cantando debajo del agua”, “Un elefante se balanceaba sobre la tela de una araña”, “En alta mar había un marinero”, etc.). Otras explotan la sustitución fonológica (“La mar estaba serena”), con propósitos lúdicos y humorísticos.

i. Colmos

Existe un determinado tipo de acto humorístico que explota una fórmula lingüística de un modo fijo, como sucede con “El colmo de ...”. En él, se suele hacer referencia a determinados individuos involucrados en situaciones incongruentes. Esta incongruencia es generada en gran parte por distintos tipos de ambigüedades.

El colmo de una estrella de cine es estar siempre encinta. (Recurso fonológico (juntura) y ambigüedad léxico-sintáctica)

El colmo de un hojalatero es tener un hijo soldado. (Homonomia)

El colmo de un panadero es tener un hijo coliza (‘coliza’ = variedad de pan/modificación de ‘cola’, homosexual) (Homonomia)

El colmo de un financista es tener un hijo invertido. (Homonomia)

El colmo de un dentista es que su mujer ande de boca en boca. (Ambigüedad léxico-sintáctica y extralingüística).

j. *Combinaciones de nombres, apellidos y denominaciones de personas*

Una cierta combinación de los nombres de personas puede provocar un efecto humorístico. Esto es posible al activarse determinados recursos fonológicos (juntura) y léxico-sintácticos, que generan ambigüedad referencial. Se observa que el valor referencial de una expresión identificatoria de un individuo es reemplazado por el significado proposicional que adquiere la estructura sintáctica alternativa. Se trata de una estructura de superficie a la que subyacen dos estructuras sintácticas profundas: el nombre propio es formalizado por una frase nominal, mientras que la proposición (o parte de ella) se formaliza mediante una oración ('*María C. de Mora*'), una cláusula ('*Keka Galindo*') o una frase ('*Acosta Lazo*').

Otros ejemplos:

Emilia Thomas, Mary Kohn, Dolores de Barriga, Polo Olea, Melo Labbé, Cristóbal Montes de Olivos, Elisa Banderas, Elmo Jones, Zacarías Labarca del Río (ver Vilches, R. 1955:85-86 y Vivanco C. y H. Vivanco 1993: 140) y múltiples combinaciones con "*Armando*", "*Elba*", "*Elsa*", "*Zoila*" o "*Sor*": *Armando Torres, Elba Lazo, Elsa Mora, Zoila de Castellano, Sor Rita*.

k. *Comparaciones diferenciadoras*

Puede advertirse el uso de distintas estructuras sintácticas formularias en la expresión de estas comparaciones:

No es lo mismo 'El Consulado de la China' que 'Con su china al lado'; 'El manco de Lepanto' que 'Se le espantó el manco'; 'Catalina de Médicis' que '¿Qué me decih Catalina?'; 'Atrasito hay asiento' que 'Lo que siento atrasito'; 'Margarita tiene una caja de medias' que 'La media caja que tiene la Margarita'. (Vilches 1955: 46-48)

Es muy distinto 'La dama de las camelias' que 'La cama de la Amelia'; 'El camafeo' que 'El feo en cama'; 'Tita tiene un plan' que 'Tiene una plantita'; '¿Por la flauta la carestía de la vida' que 'Por la vida la cara de flauta de mi tía'; 'La quería por dos' que 'Las dos porquerías' (Vilches 1955: 46-48); 'Tengo un hambre atroz' que 'Tengo un hombre atrás'.

En las ilustraciones precedentes se hace uso de recursos fonológicos (transposición o metátesis) y sintácticos, que dan origen, parcialmente, a cierta ambigüedad referencial debido a la explotación de elementos formales en la generación del humor.

¿En qué se diferencia un camión cargado de vacas de un camión cargado de mujeres? -En la patente.

En este caso, se observa el empleo de la sustitución de una expresión referencial en la identificación de dos referentes distintos. Una versión feminista de esta misma comparación, sustituye 'vacas' por 'chanchos' y 'mujeres' por 'hombres'. Este último tipo de comparación, por su forma, también ilustra la categoría 'interrogaciones varias'.

l. Comparaciones de semejanzas

Esta categoría implica el uso de una estructura sintáctica formularia compuesta de dos términos: una pregunta retórica y su correspondiente respuesta. En todas ellas se genera, preferentemente, una ambigüedad referencial.

¿En qué se parece un sabio a un equilibrista? -En que el sabio tiene sesos y el equilibrista se sostiene. (Recursos fonológico (transposición o metátesis) y sintáctico (transposición). Se genera ambigüedad referencial).

¿En qué se parece un explorador en el polo a una serpentina? -En que el explorador en el polo tiritita de frío y la serpentina, tiritita de papel. (Recurso léxico-sintáctico. Se genera ambigüedad referencial).

¿En qué se parece el hombre al caracol? -En que es baboso, se arrastra, le salen cuernos y cree que la concha es de él. (Recurso léxico-sintáctico. Se genera ambigüedad léxica (homonimia) y referencial).

Este tipo de comparación, por su forma, también ilustra la categoría 'interrogaciones varias'.

m. Cuentos en tres actos

Este tipo comprende la descripción de tres actos sucesivos sobre una misma situación o una serie de situaciones relacionadas. En último término, el humor es generado mediante un recurso formal propio de una lengua determinada.

Primer acto: Un periodista de cine se acerca a un individuo y le pregunta: "¿Es usted Omar Shariff?" Este responde: "No, señor. Está equivocado".

Segundo acto: El mismo periodista pregunta nuevamente al mismo individuo: "Pero, ¿es usted Omar Shariff?" Este último responde: "No, señor. No soy Omar Shariff".

Tercer acto: El periodista le insiste: "Dígame, ¿es usted Omar Shariff?" Indignado, responde: "Por favor, señor. No soy Omar Shariff".
¿Cómo se llama la película? - 'Sinuhé, el egipcio'

En este caso se explotan elementos fonológicos: la doble interpretación de la forma [si'nwe] como 'Sinuhé' o 'si no es', lo cual genera la ambigüedad referencial.

Primer acto: Una religiosa joven con una toca verde.
Segundo acto: La misma persona con una toca y hábito verdes.
Tercer acto: El mismo personaje que, además, lleva medias y zapatos verdes.
¿Cómo se llama la película? - 'La Novicia re-verde'.

Al igual que en el ejemplo anterior, es la pronunciación [re'βerðe] la que hace posible las dos interpretaciones 're-verde' (muy verde) y 'rebelde', dada la posibilidad de intercambio de [r] y [l] en algunas variedades del español.

Primer acto: Antonio Banderas y Melanie Griffith haciendo el amor.
Segundo acto: Claudia Schiffer y David Copperfield haciendo el amor.
Tercer acto: Bruce Willis y Demi Moore haciendo el amor.
¿Cómo se llama la película? - 'Polvo de estrellas'.

En esta oportunidad, el elemento lingüístico explotado es léxico: la ambigüedad de la expresión nominal 'polvo de estrellas', uno de cuyos significados es la traducción literal de la forma inglesa 'stardust' (= algo que causa un sentimiento romántico o de ensueño). El otro significado implicado es el sentido vulgar de '(echar un) polvo' como 'coito' (Oroz 1966: 475; DRAE s.v. *polvo*⁸) y el otro sentido del polisema 'estrellas' (= 'persona que sobresale extraordinariamente en su profesión. Se usa especialmente hablando de artistas de cine' (DRAE s.v. *estrella*^{11a}))

n. *Definiciones*

En los dos primeros casos siguientes, encontramos una trastocación de las definiciones como normalmente se presentarían, por ejemplo, en un diccionario. En el primero se explota una trastocación de la referencia anafórica: 'ellos' (sus hijos) es reemplazado por 'ellas' (las madres), creando una situación absurda. En el segundo, se genera el humor por la sustitución de la preposición 'en' por 'alrededor de'.

1. *Chaleco*: Prenda de vestir que las madres ponen a sus hijos cuando ellas tienen frío.
2. *Cenicero*: Objeto alrededor del cual se echan las cenizas.

Otras definiciones son:

Anticucho: Anticonceptivo para gatos. ('anticucho' = brocheta)

Astuto: Orden que se da a un niño para que se duerma. ('hacer tuto' = dormir)

Termita: Una terma pequeñita.

Espía: Es una mujer santa.

Brújula: Viéjula montádula en una escóbula.

Bayo: Tieya con agua.

ñ. *Descripciones comparativas*

Este tipo de acto humorístico se basa, como su nombre lo indica, en una comparación entre dos referentes, el primero de los cuales es frecuentemente una persona (incluso, en algunos casos, un suceso) y otro que generalmente es un objeto concreto, un animal, una persona o, incluso, otro suceso. Esta comparación tiene, en último término, un significado figurado. Precisamente, se trata de un símil.

Es más difícil que pellizcar un vidrio.

Es más apretado que tapa de submarino/mano de guagua. ('guagua' = bebé)

Es más tonto que el gallego que devolvió la corbata porque le quedaba apretada.

Tiene menos carne que una empanada de queso.

Duró menos que globo de cumpleaños.

Tiene menos respaldo que columpio.

Es más peligroso que mono con Gillette. ('Gillette' = hoja de afeitar)

Es más falso que votar con el carné de chofer.

Andaba más 'guahqueao' que león de circo. ('huasqueado' = ebrio/latigueado)

Es más caliente que el guatero del diablo. ('guatero' = bolsa de agua (caliente))

Es más desordenado que cumpleaños de monos.

o. *Diálogos breves*

En los diálogos siguientes, el efecto humorístico se sustenta en la ambigüedad sintáctico-referencial de enunciados oracionales.

Entre un pasajero y el chofer de un bus:

Pasajero: "¿Usted pasa por Las Rejas?" ('Las Rejas' = calle de Santiago)

Chofer de bus: "Sí"

Pasajero: "¡Ay, qué delgadito!"

Pasajero: "¿Usted sigue derecho?"

Chofer de bus: "Sí"

Pasajero: "¿Y cuándo se recibe?"

Pasajero: "¿Usted pasa por Los Leones?" ('Los Leones' = calle de Santiago).

Chofer de bus: "Sí".

Pasajero (afeminadamente): "¿Y no le da susto?"

Entre dos hombres de modales delicados:

A. (*Informando a su amigo en busca de ayuda*): *¡Los tallarines se están pegando!*

B. (*Indiferente*): *Por mí, que se maten.*

Peluquero: ¿Lo parto al medio?

Cliente: Si quieres... ¡Me destrozas!

p. Epitafios

En esta categoría, el humor se genera por la incongruencia entre la solemnidad o recogimiento propios de los epitafios, y el tono irreverente y frívolo, lo que puede apreciarse en los ejemplos que siguen:

Yace aquí Inés, la liviana,/ que era mujer divina.../ pero sumamente humana. (Vilches 1955: 185)

Aquí yace Adelina difunta/ por primera vez de espalda/ y con las piernas juntas. (Atal 1997: 5)

Aquí Fray Diego reposa, jamás hizo otra cosa. (ibíd.: 5)

Aquí yace el General Fulano./ Transeúnte, pasa tranquilo. ¡Está muerto! (ibíd.: 5)

Aquí yace Pablo de Rokha/ Al que le toca le toca. (ibíd.: 5).

q. Grafitos

Estas inscripciones públicas son explotadas, para propósitos humorísticos, por una parte, mediante una referencia a eventos comunicativos en que necesariamente participa un enunciador específico o por referencia a otros hechos (o parte de ellos), como mandamientos religiosos o avisos publicitarios, entre un sinnúmero de posibilidades. Por otra parte, en los grafitos se explotan variados recursos lingüísticos, preferentemente pragmáticos: por

ejemplo, ambigüedad referencial (“el mejor físico”, en 1; “me las vi negras”, en 3); contradicción pragmática (entre una despedida seguida de una invocación divina y una despedida seguida de una expresión arrogante socialmente inaceptable, en 2; entre un mandamiento religioso prohibitivo y un llamado profano a la acción contraria, en 5; entre un anuncio cristiano de carácter solemne y un anuncio publicitario mundano, en 6); ambigüedad léxico-sintáctica (donde la expresión “cuento de nunca acabar” significa ‘interminable’ e ‘incapacidad de eyacular’, cuyo significado se refuerza con la sustitución de “Plácido” por ‘flácido’, mediante aproximación fonética, en 4).

Es importante indicar que en los ejemplos 1, 2 y 3 el efecto humorístico requiere de la necesaria identificación del enunciador. En el caso 4, por otra parte, la identificación trastocada del enunciador sólo incrementa el efecto humorístico.

1. “*Mi mujer tiene el mejor físico*”. (Einstein)
2. “*Hasta mañana, si yo quiero*”. (Dios)
3. “*Me las vi negras*”. (Michael Jackson)
4. “*La impotencia es cuento de nunca acabar*”. (Flácido Domingo)
5. “*No deseas a la mujer de tu prójimo. Date el gusto*”.
6. “*Cristo viene. Lo trae la Pepsi*”.

Nota: Los ejemplos 1, 3, 4 y 5 han sido presentados por el humorista Pible. El 2, apareció en un muro de nuestra Facultad y el 6, en una calle de Santiago.

r. *Interrogaciones varias*

Las distintas instancias de esta categoría se estructuran sobre la base de una ‘pregunta retórica’, en tanto su enunciador no espera la respuesta por parte del interlocutor, procediendo a entregarla a continuación.

¿En qué se parece un sabio a un equilibrista? -En que el sabio tiene sesos y el equilibrista se sostiene.

¿En qué se parece un explorador en el polo y una serpentina? -En que el explorador en el polo tiritita de frío y la serpentina, tiritita de papel.

¿En qué se parece el hombre al caracol? -En que es baboso, se arrastra, le salen cuernos y cree que la concha es de él.

¿En qué se diferencia un camión cargado de vacas/chanchos de un camión cargado de mujeres/hombres? -En la patente.

Las interrogaciones recién presentadas, por establecer similitudes o diferencias, ilustran, también, atendiendo a su contenido, las categorías ‘comparaciones diferenciadoras’ (ver 8.k.) y ‘comparaciones de semejanzas’ (ver 8.l.). El análisis de estos ejemplos se presentó en las secciones aludidas.

En los ejemplos que se ofrecen a continuación, el efecto humorístico es generado por la ambigüedad semántica o pragmática resultante de la combi-

nación de elementos lingüísticos de distintos niveles: fonológicos, morfológicos, léxicos y sintácticos. Los tipos de recursos lingüísticos empleados en cada caso se especifican entre paréntesis.

¿*Qué le dijo el ladrón al policía? -Francamente, no me gusta tu esposa.* (léxico-sintáctico)

¿*Qué le dijo un uno a otro uno? -¿Hagamos once? (léxico) ('hacer once' = preparar el té)*

¿*Qué le dijo la vela a un conscripto? -Voy a llegar a cabo antes que tú.* (léxico)

¿*Qué le dijo el río al sauce llorón? -Tú lloras, yo río.* (léxico-sintáctico)

¿*Qué le dijo la cigarra a su hijito? -¡Cigarrillo!* (morfológico-léxico)

¿*Qué le dijo el ciego a la sequía? -¡Si yo viera!* (fonológico-léxico-sintáctico)

¿*Qué le dijo Goliat a David? -¡Tenih buena onda!* (fonológico-léxico-sintáctico) ('tener buena onda' = ser buena persona)

¿*Cuál es el pez más peludo? - El 'pestaña'.* (fonológico-morfológico-sintáctico-léxico)

¿*Cuál es el pez más seguro? -El 'pestillo'.* (fonológico-morfológico-sintáctico-léxico)

¿*Cuál es el pez más navideño? -El 'pesebre'.* (fonológico-morfológico-sintáctico-léxico)

¿*Con qué se alimentan las termitas guagüitas? -Con ma-madera.* (morfológico-léxico). ('guagua' = bebé; mamadera = biberón).

¿*Dónde duermen los gusanos guagüitas? -En una cun-cuna.* (morfológico-léxico).

Un interesante caso de ambigüedad deíctica espacial lo proporcionan los ejemplos siguientes, en que ella es generada mediante la elipsis deliberada de una frase preposicional que precisa un referente espacial (parte del cuerpo *versus* parte del mundo), en el primer caso, o mediante el empleo del pronombre interrogativo 'dónde', que puede significar 'en qué parte del cuerpo' o 'en qué parte de la ciudad', en el segundo caso.

¿*En qué parte tiene la mujer el pelo más crespo? -En Africa.*

¿*Te nuestro dónde me operaron? -En ese hospital.*

Otro tipo de interrogación hace uso de conocimientos muy rudimentarios de otra lengua que son de dominio generalizado, principalmente del ámbito fonológico y cultural.

¿*Cómo se dice 'náufrago' en chino? -'Chin-chu-lancha'.*

¿*Cómo se dice 'triunfo heroico' en italiano? -[la'sapa].*

¿*Cómo se dice '¡Quédate tranquilo!' en pascuense? -'No te moai'.*

- ¿Cómo se dice 'Casa de niñas alegres clausurada' en portugués? - 'Maraca-ná' ('maraca' = prostituta)
 ¿Cómo se dice 'resbalín (tobogán)' en japonés? - 'Tu popi [saka'jama] ('popi' = trasero)
 ¿Cómo se dice 'senador vitalicio' en francés? - 'Se a-pernod'.

s. *Modificaciones o trastocaciones de proverbios*

En Vivanco (1985: 67-109) encontramos los siguientes ejemplos

1. *En boca cerrada, cuchillo de palo.*
2. *Hoy por ti, mañana por la Alameda.*
3. *De tal palo, Talcahuano.* ('Talcahuano' = puerto chileno)
4. *El que madruga, se caga de sueño.*
5. *Camarón que se duerme, se lo culean los sapos.* ('culear' (vulgar) = en este caso, violar).

En estos ejemplos, vemos que se conserva la primera parte de un proverbio, a la que se agrega la segunda de otro o bien alguna otra expresión con la que tiene afinidad sintáctica o fonológica. En los tres primeros casos, la segunda parte del seudoproverbio frustra las expectativas generadas por la primera, originando una incongruencia adicional. Por el contrario, en el ejemplo 4 se explota, en un sentido estricto, la relación lógica causa-efecto, que contradice el sentido del proverbio original. Sin embargo, coincide con los anteriores en cuanto también el segundo término frustra las expectativas generadas por el primero. En el último ejemplo, a diferencia de los anteriores, el segundo término mantiene el sentido y la relación causa-efecto originales del proverbio, aun cuando se presenta un hecho no factible y desmesurado. Igualmente, se genera incongruencia.

t. *Narraciones o descripciones simétricas*

Se trata de narraciones de situaciones o descripciones de objetos presentadas en series simétricas en que, además, se utiliza rima para crear expectativas. La última de estas no se cumple explícitamente por parte del emisor, quebrándose el patrón formal. Sin embargo, el receptor sí completa la serie con referencia al elemento absurdo generador del humor.

En Talcahuano, le toqué la mano; en Tocopilla, le tomé la rodilla; en La Cisterna, le toqué la pierna, en Laja ... no pasó nada porque se había ido.

Muslera, para afirmar el muslo; rodillera, para afirmar la rodilla; tetera, para.... preparar el té.

u. *Nombres, títulos, denominaciones*

Para los propósitos de su identificación o predicación calificativa, algunos objetos, instituciones o grupos de personas, suelen recibir denominaciones que apuntan a características, hábitos o a estereotipos propios de ellos, asemejándose, por lo tanto, a los apodos. A continuación entregamos solamente algunos ejemplos, que no constituyen, de ninguna manera, un listado exhaustivo.

Los grupos políticos o ideológicos chilenos suelen recibir denominaciones tales como: *momios*, *fachos*; *fachos light*, *democratacretinos* (también *hipocritacretinos*), *beatos*, *socios* (*sociolistas*), *upelientos*, *comunachos* (*rogelios*), *termocéfalos*, *ultrones* (*la ultra*).

De igual manera, los miembros de algunos grupos profesionales chilenos reciben nombres del tipo: *picapleitos* (también *tinterillos*), *matasanos*, *loqueros*, *sacamuélas*, *pacos* (*pacomios*, *paquidermos*, *tortugas Ninja*, *G.I. Joe o Garra Verde*), *tiras* (*ratis* por inversión), *milicos*, *tuercas*, *cabezas de músculo*, etc.

Los miembros de algunos grupos suelen ser caracterizados mediante ciertas expresiones proposicionales que podemos denominar predicaciones calificativas y que, pragmáticamente, pueden considerarse eufemismos. A manera de ejemplo, y sobre la base de un comportamiento afeminado, a ciertos hombres se les califica diciendo: '*A X se le sueltan las trenzas, se le da vuelta el paraguas, juega por el equipo contrario, es del otro equipo (del equipo contrario), se pasa al enemigo, es estéreo, es miéchica, se le quema el arroz, se le cae la manito, le gustan las tunas, le gustan las patitas de chancho, se le queda la patita atrás, se le chorrea el helado, le gusta por Detroit, le gusta por Antrax, le gusta morder la almohada, se le moja la canoa, se le sube la leche, se le apaga el cálifont, se le corta la mayonesa, se le desinfla un neumático, se le corta la tira de la chala*. De un modo similar, cabe señalar que ante un gesto o reacción de un individuo en una situación específica, este comportamiento puede recibir un comentario relacionado, utilizando alguna de estas expresiones y efectuando las transformaciones sintácticas correspondientes: '*se te cayó la manito*', '*parece que te pasaste al enemigo*', '*casi se me da vuelta el paraguas*'.

Ciertas instituciones educacionales chilenas reciben, también, apelativos humorísticos: '*Dos Chunchules*' ('Deutsche Schule'), '*Santiago Chacolí*' ('Santiago College'), '*La Ponticuica*' ('La Pontificia'), '*El Piedragógico*' ('El Pedagógico'), etc. Del mismo modo, algunos conjuntos de rock suelen darse nombres que podrían considerarse humorísticos, tales como: '*Los Tetras*', '*Chancho en piedra*'.

Otro tanto ocurre con algunas partes del cuerpo, tales como: '*calabaza*', '*coco*', '*mate*', '*cuesco*', '*sesera*', términos aportados por Oroz (1966: 475),

a los que puede sumarse 'azotea', para referirnos a la cabeza; 'ojales' y 'faroles' (a los ojos); 'caracho' y 'pañó' (a la cara); 'pailas' (a las orejas); 'mechas' y 'chasca' (al pelo); 'ñata' (a la nariz); 'sanguchera', 'hocico', 'tarasca', 'besadora', 'jaba', 'trompa' (a la boca); 'cogote' y 'guargüero' (al cuello); 'cachetes' (a las mejillas y glúteos); 'pera' (al mentón), 'chuletas' (a las patillas); 'pechugas' y 'gomas' (a los senos); 'cucharón' y 'cuchara' (al corazón); 'ponchera' y 'guata' (al estómago y abdomen); 'ala' (a las axilas); 'ancas' (a las caderas); 'poto', 'chancho' y 'tambembe' (al trasero, según Oroz (*op. cit.*: 476), a los que adicionamos 'queque', 'cara pálida', 'cucu', 'cola' y 'colita'; 'hoyo', 'hoyón', 'Detroit' (especialmente en la expresión 'por Detroit'), 'raja', 'callejón de los truenos', 'chiquitín' (al ano); 'penca', 'pico', 'pichula' y 'guargüero de pavo' (al pene, de acuerdo con Oroz (*op. cit.*: 475) y 'collofe' según Rabanales (1950: 161-162), a los que podemos agregar 'diuca', 'tula', 'Federico', 'dedo sin uña', 'cabeza de bolsa', 'cabeza de bombero', 'cabeza de haba', 'el chino tuerto', 'el cuatro letras', 'el que tira agüita', 'escupidera', 'el regalón de la provincia' y 'pierna del medio', entre otros; 'cocos', 'bolas', 'coquimbanos' (a los testículos); 'concha', 'cresta', 'cueva', 'choro', 'chucha', 'sapo' y 'zorra' (a la vulva, según Oroz (*op. cit.*: 476), términos a los que podemos agregar 'mono', 'hoyo', 'almeja' y 'traga traga'; 'cañuelas', 'palillos' y 'choclos' (a las piernas); 'jamones' y 'trutros' (a los muslos); 'pata' o 'gamba' (al pie).

Algunos negocios, principalmente restaurantes, suelen tener nombres que, por ser ingeniosos, pueden generar humor, tales como 'Coco loco', 'El gato viudo', 'El Bar Budo', 'El chancho con chaleco', 'El quita pena', 'El pollo caballo', 'Los braseros de Lucifer', 'El rincón de los canallas', 'La vaquita echá', 'Aquí está Coco', 'La pizza nostra', 'Mandíbulas', 'El toro simbólico', 'El tallarín gordo', 'La divina comida', 'La mona pizza', 'El pollo kototo', 'Los pollitos dicen', etc.. Otros explotan humorísticamente su rubro comercial, especificándolo mediante una extensión o asimilación a otro rubro comercial, del tipo: 'botillería de urgencia', 'huevoteca', 'pavoteca'.

Es frecuente que las fondas dieciocheras (ver 7.b.) tengan nombres humorísticos, tales como: 'La Jane Fonda', 'La diuca triste'. Algunos de estos pueden incluirse en la categoría de humor negro. Tal sería el caso de la fonda denominada 'La Diana y la Tere', organizada por estudiantes en septiembre de 1997, pocas semanas después del deceso de Lady Diana y de Sor Teresa de Calcuta.

En el ámbito de la hípica, los caballos reciben, por lo general, nombres bastante ingeniosos, algunos de los cuales resultan ser también humorísticos: 'Pancho for ever', 'No viciado', 'Sara Nieto', 'Lady Di', 'Gato Farrero', 'Filo Contigo', 'Pura Risa'.

Esta categoría parece incluir un vasto número de subcategorías y de exponentes de cada una. De hecho, los ejemplos que hemos proporcionado sólo cubren una pequeña parte del conjunto real. Piénsese, solamente, en las denominaciones humorísticas que damos a monedas, cantidades y billetes ('palo', 'luca', 'gamba', etc.), vasos y copas ('loro', 'potrillo', etc.), vehículos ('liebre', 'cacharro', 'yegua', etc.)

v. *Ordenes (y otros enunciados directivos)*

Los ejemplos que presentamos a continuación tienen el valor pragmático de directivos, especialmente órdenes, si bien pueden adquirir otros valores dentro de la misma categoría, dependiendo de las características del contexto en que ocurren. Estos enunciados pueden ser actos de habla directos por cuanto su fuerza ilocutiva se asocia directamente con la forma gramatical correspondiente (imperativa), como ocurre en los dos primeros casos que siguen. Pueden, también, ser actos de habla indirectos, en tanto la fuerza ilocutiva no se asocia con la forma gramatical de una oración imperativa, como en el tercer ejemplo.

Córranse al pasillo y paguen con sencillo.

Chanta la moto.

La carne de burro no es transparente.

w. *Relatos*

Esta categoría es frecuentemente empleada dentro del repertorio normal de chistes de un humorista profesional o de aquellos informalmente narrados por las personas aficionadas a "contar chistes". Muchos de los ejemplos presentados anteriormente corresponden a relatos, como es el caso de las ilustraciones en las letras g., m., p., t. e y. (en esta misma sección), entre otras. Los relatos pueden presentar distintos patrones formales o retóricos. Numerosos relatos humorísticos suelen ser introducidos mediante expresiones formularias como: 'Había una vez...', '¿Sabes lo que le pasó a...?', '¿Sabes el del loro que...?', etc. Retóricamente, se explotan distintos patrones, tales como las relaciones de comparación, patrones simétricos o patrones de repetición léxica, sintáctica o fonológica. En este último caso, suele producirse rima.

Cabe señalar que los humoristas chilenos Mauricio Flores y Gigi Martin, en su dúo 'Melón y Melame', explotan abundantemente este tipo de juego con referencia casi exclusiva a los órganos genitales masculinos.

x. Titulares de prensa

Algunos diarios de índole popular y sensacionalista explotan determinados recursos lingüísticos con el objeto de generar cierto humor que atraiga la atención de sus lectores. Se replican algunas características propias de las variedades informal e inculta, empleando algunos elementos fonológicos, especialmente ciertas elisiones (*pa* por *para* y *patá* por *patada*), como también un gran número de expresiones léxicas coloquiales (*echarse*, con el significado de *matar*; *irse de PLR* (patada en la raja (ver 8.u.), por *ser despedido*) y de expresiones de referencia, como apodos, que identifican a personajes públicos (*Bigotón*).

'Mató a su mujer: La tenía pa la pura patá y el combo' (Asesinó a su esposa, quien era víctima de violencia intrafamiliar).

'Cornelio se echó al patas negras' (Marido engañado –cornudo– asesinó al amante de su mujer).

'El Bigotón se fue de PLR' (Azkargorta, el ex entrenador de la selección nacional de fútbol, de grandes bigotes característicos, fue despedido).

'Asaltaron hotel galante. Les robaron hasta las camas. Siguieron pisan-do en el suelo' (Asaltaron hotel galante. Siguieron haciendo el amor en el suelo).

Los titulares citados aparecieron en el diario santiaguino "La Cuarta".

9. MEDIOS: CÓDIGOS Y CANALES

Siguiendo los planteamientos entregados por los etnógrafos del habla (Hymes 1971, Saville-Troike 1982), en esta dimensión parece necesario, en primer lugar, hacer una distinción preliminar entre código de transmisión y canal de percepción. De este modo, el código de transmisión se asocia con el sistema de símbolos y de reglas por medio del cual puede ser transmitido el mensaje. Por otra parte, por canal se entiende el sistema sensorial que percibe las señales.

De acuerdo con lo que acabamos de señalar, un acto humorístico puede ser expresado por medio de un código lingüístico o no lingüístico. Ciertamente, en el primer caso se trata de cualquiera de las lenguas naturales (español, inglés, japonés, etc.) empleadas en la expresión del acto humorístico. Considerando nuestro interés por destacar el rol preponderante del código lingüístico en la génesis de los actos humorísticos, reservaremos la discusión respectiva para el final de esta sección. Entre los códigos no lingüísticos, tenemos en cuenta los musicales, los cinematográficos, los gestuales, etc.

En cuanto a los canales de percepción, el código lingüístico apela a los canales auditivo (como en el lenguaje oral) y visual (como en el lenguaje escrito). Esto no impide que exista, por ejemplo, un libro de chistes para ciegos escrito en Braille, lo que implica el empleo de un código representativo de uno lingüístico que apela al empleo del canal táctil.

Por su parte, los actos humorísticos que hacen uso de los códigos no lingüísticos, los que pueden ser gestuales, mímicos o de otra índole, apelan a variados canales de percepción. Luego, pueden ser clasificados del modo siguiente:

a. Auditivos. Dentro de esta categoría podemos distinguir dos grupos: musicales y no musicales. Entre los primeros, podemos mencionar, por ejemplo, la broma musical de Mozart (*Ein Musikalischer Spass*, K.522) y las actuaciones (ejecuciones e instrumentalizaciones no convencionales) de los artistas argentinos Les Luthiers y Hugo Varela. Entre los segundos encontramos, fundamentalmente, actos humorísticos provocados por ruidos de variada índole, que pueden ser no socialmente adecuados o aceptados, como sería el caso de un ruido inesperado que causa una interrupción en el curso de una situación generalmente solemne o ceremonial.

b. Visuales. En este grupo se puede distinguir los actos humorísticos estáticos de los kinéticos. Cabe en la primera categoría el chiste gráfico sin palabras, la caricatura, la ridiculización de una fotografía o ilustración (de una mujer a la que se le pinten bigotes o barba, por ejemplo), etc. En los segundos, encontramos las películas cómicas del cine mudo (de Buster Keaton o Charles Chaplin, por ejemplo), las imitaciones de personajes (cantantes, políticos u otras figuras públicas), las actuaciones mudas de algunos artistas (de los payasos del Circo de Moscú frente a audiencias extranjeras, por ejemplo), las situaciones presentadas en "Video Loco", sucesos inesperados o algunos accidentes (una caída, un tropiezo, el quedar descubierta una parte íntima, por ejemplo), entre otros.

c. Olfativos, táctiles y gustativos. Ciertos actos humorísticos pueden, también, emplear estos canales perceptuales. Así sucederá, típicamente, en el caso de las "bromas pesadas" o "de mal gusto" (ya mencionadas en el punto 1.a), que tienen un efecto humorístico para su autor y, posiblemente, para un observador neutro, pero no así para el participante que se transforma en objeto o víctima de la "broma pesada". Algunos ejemplos al respecto pueden ser las situaciones en que niños en la playa cubren un hoyo con una toalla para que un distraído paseante caiga en él, en que alguien introduce un trozo de hielo por el cuello de otra persona, en que alguien retira abruptamente la silla a quien se aprestaba a tomar asiento, en que se hace

oler de un frasco de perfume una sustancia desagradable o fuerte, como amoníaco, en que se ofrecen bombones rellenos con ají, etc.

Esta subcategorización en códigos y canales no excluye la posibilidad de operación conjunta y simultánea de dos o más códigos o canales, como es el caso de un fonomímico, en que un código gestual o mímico opera al mismo tiempo con un código musical y uno lingüístico.

COMENTARIOS Y CONSIDERACIONES FINALES

A modo de resumen, señalaremos que este trabajo ha implicado una amplia recolección de datos exponentes de diversos tipos o variedades de actos humorísticos. Estos han sido sometidos a distintas modalidades de análisis, esencialmente de corte micro y macrolingüístico, con el objeto de verificar la validez de las categorías preestablecidas. Todo esto ha hecho posible constituir un conjunto de criterios descriptivos y explicativos que han permitido, en último término, la configuración de una compleja taxonomía descriptiva de base sociolingüística y cognitiva. Asimismo, este proceso investigativo nos ha llevado gradualmente a develar la existencia de una competencia comunicativa específica que hemos denominado 'competencia humorística'.

En lo que sigue, y con particular referencia al rol del lenguaje y de ciertos elementos translingüísticos directamente relacionados, presentaremos algunas consideraciones finales originadas en el desarrollo de este proceso investigativo. Como lo señaláramos con anterioridad, la operación de un código lingüístico (o de más de uno) frecuentemente juega un papel preponderante, y muchas veces central, en la ejecución de los actos humorísticos. Normalmente, el efecto de hilaridad característico de ellos se logra mediante la explotación de las operaciones simultáneas realizadas en los distintos niveles internos de un código lingüístico (en tanto sistema formal), a saber, fonofonológico, morfosintáctico y léxico. El efecto humorístico también puede ser originado mediante la explotación de ciertos elementos externos e interrelacionados con el código (en tanto sistema comunicativo), como son los niveles retórico-textual y pragmático. Esto es, el efecto humorístico de un vasto número de actos comunicativos se logra, aunque no exclusivamente, sobre la base de la explotación de distintos componentes propios de una lengua. Dicha explotación es, por tanto, manifestación de la competencia lingüística y/o social-comunicativa de los individuos capaces de generar e interpretar actos humorísticos.

Lo anterior también implica que, en su condición de sistema formal y sociocomunicativo, los componentes de un código lingüístico no funcionan en forma autónoma sino que estableciendo, en su operación, una intrincada

red de conexiones. La producción humorística usufructúa, igualmente, de este complejo funcionamiento.

En una perspectiva diferente, podemos señalar que el proceso generativo del humor pone de manifiesto la condición de una lengua como sistema semiótico flexible y multifuncional, así como su potencial como generador de mensajes multivalentes. Por otra parte, revela la gran capacidad creativa que, en general, ofrece el lenguaje como sistema comunicativo humano. No es sorprendente, entonces, que estas características no sólo sean pertinentes a la actividad humorística sino que también, como es sabido, ocupen un lugar fundamental en la actividad literaria.

En lo que viene trataremos de establecer, brevemente, vínculos esenciales entre el humor y el lenguaje, e incidental y parcialmente, entre lenguaje y literatura. También intentaremos delinear algunos de los vínculos existentes entre lo humorístico y lo literario.

La capacidad humana generativa y creativa que se pone de manifiesto, en su máxima expresión, en la actividad literaria, también tiene su lugar en la actividad humorística. Al igual que en la literatura, el humor implica, además, la creación de mundos posibles, no convencionales, fantásticos, absurdos o incongruentes, en contraposición a mundos reales, en que sus participantes, ya sean seres humanos u otros personificados, interactúan en situaciones más o menos similares a las de la realidad o, incluso, radicalmente opuestas a ellas.

Parece ser el caso que, relacionada con un gran número de manifestaciones humanas pertenecientes a diferentes dominios, y especialmente en aquellas mediadas por el lenguaje, se encuentra una contrapartida humorística. Sería plausible postular, entonces, una distinción entre actos serios (reales o ficticios) y actos humorísticos. Si bien los límites entre estas categorías están claramente delineados por convención social, ellos pueden ser, y de hecho son, transgredidos. Es así como, por una parte, hay quienes pueden encontrar en un hecho serio aspectos humorísticos, por ignorancia o por falta de sensibilidad artística (como sería la reacción de risa de una persona inculta como espectadora de una escena dramática, por ejemplo, en una ópera o ballet). Por otra parte, existen aquellos individuos dotados de una sensibilidad y de una habilidad intelectual específicas, posiblemente innatas, que configuran aquello que en este trabajo hemos propuesto como una 'competencia humorística'. Esta les permitiría percibir, e incluso recrear, ya sea la totalidad del acto serio, o elementos de este, como humorísticos.

Otro rasgo compartido por un hecho literario y uno humorístico es la disposición fundamental de que el receptor (lector, auditor, observador) acepte la existencia del mundo creado por el emisor (escritor o generador de humor). Esta necesaria convencionalidad, como es bien sabido, es básica en el quehacer no sólo literario sino que artístico en general. En otras palabras,

se requiere que tanto el emisor como el receptor participen, en un acto de mutua colaboración, en el 'juego comunicativo' para lograr el efecto final de cada actividad, esencialmente estético, en un caso, y humorístico, en el otro. Finalmente, es posible señalar que se trata de actividades esencialmente cognitivas en su creación e interpretación. El código es sólo el instrumento empleado en su expresión. Su efecto final puede no ser logrado si no existen la imaginación del creador y la sensibilidad del receptor.

Uno de los aportes que ha pretendido ofrecer este trabajo es la taxonomía presentada. Las distintas categorías de esta configuran una base descriptiva, y parcialmente explicativa, que podría facilitar el análisis tanto micro como macrolingüístico de la gran variedad y número de actos humorísticos existentes. Dada la inmensa complejidad de estos, el análisis aquí ofrecido no puede ser calificado de exhaustivo. Se ha intentado, al menos, poner de manifiesto —en forma sistemática— una serie de criterios descriptivos y explicativos que puedan permitir un estudio riguroso del fenómeno del que nos ocupamos. Todos aquellos aspectos no cubiertos en esta ocasión en su debida profundidad, como también otros no abordados serán, por tanto, objeto de un estudio posterior.

REFERENCIAS

- BERGSON, H. 1914. *Le rire. Essai sur la signification du comique*. (14ème édition). París: Librairie Félix Alcan.
- CHIARO, D. 1992. *The Language of Jokes. Analysing verbal play*. Londres: Routledge.
- CLAIRE, E. 1984. *What's so funny*. (A foreign student's introduction to American humor). Rochelle Park, N.J.: Eardley Publications.
- COULTHARD, M. 1990. Matching relations in Borges 'La Muerte y la Brújula': an exercise in linguistic analysis. *Linguas Modernas* 17.
- CRYSTAL, D. y D. DAVY. 1969. *Investigating English Style*. Londres: Longmans.
- FREEDLE, R. (ed.). 1979. *New Directions in Discourse Processing*. Norwood, N.J.: Ablex Publishing Company.
- FREUD, S. 1955. *Obras Completas*. (Vol XXI). Buenos Aires: Santiago Rueda.
- HALLIDAY, M. A. K. y R. HASAN. 1976. *Cohesion in English*. Londres: Longman Group Limited.
- HYMES, D. H. 1971. *On Communicative Competence*. Filadelfia: University of Pennsylvania Press.
- MINDISS, H. et al. 1985. *The Antioch Humor Test*. Nueva York: Avon.
- MONTE, M. 1997. Un rector diferente. Buscador incansable con humor e ironía. (Entrevista realizada por Christiane Raczynski). *El Mercurio*, 7 de diciembre de 1997: D20.
- NASH, W. 1985. *The language of humour. Style and technique in comic discourse*. Burnt Mill, Harlow: Longman.
- OROZ, R. 1966. *La Lengua Castellana en Chile*. Santiago: Universidad de Chile.
- Rabanales, A. 1950. Uso tropológico, en el lenguaje chileno, de nombres del reino vegetal. *Boletín de Filología* V. Santiago: Universidad de Chile.
- RABANALES, A. 1953. Introducción al estudio del español de Chile. Anexo N° 1 del *Boletín de Filología*. Santiago: Universidad de Chile.
- RASKIN, V. 1985. Jokes. *Psychology Today*. (October 1985: 34-39).

- SAVILLE-TROIKE, M. 1982. *The Ethnography of Communication*. Oxford: Blackwell.
- STEIN, N. y C. GLENN. 1979. An analysis of story comprehension in elementary school children. En R. Freedle (ed.) 1979.
- VIVANCO, C. y H. VIVANCO. 1993. Algunas consideraciones acerca de la juntura fonética. *Taller de Letras* 21: 133-147.
- VIVANCO, H. 1983. Estudio preliminar sobre los apodos en Chile. *Taller de Letras* 11. (75-93)
- VIVANCO, H. 1985. Análisis lingüístico comparativo de los refranes en español y en inglés. *Revista Chilena de Humanidades* N° 7. (67-109)
- VIVANCO, H. 1992. Análisis contrastivo de los comerciales de televisión en inglés y en español en una perspectiva retórica. *Actas del 8° Encuentro de la Sociedad Nacional de Profesores de Lenguas Extranjeras en la Enseñanza Superior*. Universidad de Chile. (270-278)
- WINTER, E. 1976. *Fundamentals of information structure: pilot manual for further development according to student need (mimeo.)* Hatfield Polytechnic.

DOCUMENTACION

- ATAL, J. 1997. Epitafios de Risa y Llanto. *El Mercurio, Revista de Libros*, 1-11-97: 1, 4 y 5.
- VILCHES, R. 1955. *Curiosidades literarias y malabarismos de la lengua*. Santiago: Nascimento.