

ARTYKULY

JOANNA WILK-RAĆIEŃSKA
(UNIWERSYTET ŚLĄSKI W KATOWICACH)
ORCID: 0000-0002-9183-3766

¿QUÉ TIPO DE HUMOR ES EL MÁS UTILIZADO EN TIEMPO DE CRISIS?: UN ANÁLISIS LINGÜÍSTICO

WHAT TYPE OF HUMOR IS MOST USED IN TIMES OF CRISIS?: A LINGUISTIC ANALYSIS

RESUMEN

El objetivo del artículo es contestar a la pregunta ¿qué tipo de humor es el más utilizado en tiempo de crisis? No obstante, en primer lugar, hay que darse cuenta de que un análisis del discurso humorístico no es tarea de una sola disciplina. Por este motivo, en la primera parte del artículo se presentan las contribuciones de otras disciplinas científicas a la metodología utilizada en el presente estudio.

PALABRAS CLAVE: tipo de humor, metodología del análisis, crisis

ABSTRACT

The article aims to answer the question: what type of humor is the most used in times of crisis? First of all, however, one must realize that humorous discourse analysis is not the task of a single discipline. For this reason, the first part of the article presents the contributions of other scientific disciplines to the methodology used in this study.

KEYWORDS: type of humor, analysis methodology, crisis

Las teorías del humor abundan en todos los campos de estudio que pueden considerarse como parte de las humanidades: desde la filosofía, sociología y psicología hasta la literatura y lingüística. Cada una de estas disciplinas lo trata desde su propia perspectiva. Los sociólogos consideran el humor como un elemento importante de la comunicación interpersonal, aunque p. ej. Casado, observa que:



Copyright © 2023. The Author. This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are properly cited. The license allows for commercial use. If you remix, adapt, or build upon the material, you must license the modified material under identical terms.

[e]l humor lejos de ser algo neutral o meramente comunicacional, lúdico o artístico (aunque también sea todo esto de forma simultánea), puede llegar a ser un margen desde donde enunciar voz o voces políticas disonantes para que sean visibles a la sociedad (Casado 2017: 52).

Psicológicamente, el humor suele equipararse a los mecanismos de defensa y a los procesos fisiológicos que regulan o normalizan los comportamientos que surgen en nuestro organismo bajo la influencia del estrés. Así lo explica la teoría psicoanalítica, la cual señala que el propósito del humor es descargar la tensión nerviosa excesiva y que, cuando esa tensión se acumula, debe ser liberada en formas socialmente aceptables. No obstante, Rod A. Martin en los capítulos 4 al 8 de su extraordinario libro “Psicología del humor: un enfoque integrador” presenta también otras teorías más, como la de la inversión, la de superioridad o menosprecio, la de la incongruencia, y la de la excitación, entre otras. Según la teoría de la inversión, el humor es considerado como una actividad lúdica, que crea un mundo privado, que protege a las personas y les da seguridad psicológica. La teoría de la superioridad enfatiza en el uso del humor como una forma de demostrar poder y superioridad que sirve para agredir. Por último, en la teoría de la incongruencia, el humor es el producto de una situación de disociación. Este fenómeno ocurre cuando una situación o idea se percibe desde dos marcos de referencia consistentes, pero incompatibles entre sí. Koestler afirma que

The bisociation of a situation or idea with two mutually incompatible contexts in a person’s mind and the resulting abrupt transfer of his train of thought from one context to another put a sudden end to his “tense expectations”; the accumulated emotion, deprived of its object, is left hanging in the air and is discharged in laughter [...] (Koestler 1964: 35, citado por Martin 2008).

En el pensamiento teórico-literario occidental, desde Homero (ss. IX–VIII a. C.), o, por lo menos, Aristóteles, el humor es un acto lúdico, o más precisamente, según Betancor, “el organizador de un acuerdo lúdico” (Betancor 1995: 19). El autor aclara que se trata de un aspecto del “pacto narrativo” [que]

se nos presenta como un acuerdo singular que no se queda en el mero trasvase informativo entre el emisor y el receptor literarios. Se trata de un pacto tácito previamente acordado donde el humor, como fenómeno característico, es tomado implícitamente por ambas partes del proceso comunicativo. Es un acto semiótico literario con una vocación decididamente divertida y con un afán jocoso (*ibidem*: 20).¹

Las investigaciones literarias más modernas han enriquecido el estudio del humor con la teoría de la catarsis, sacada de la filosofía (Spencer) y la psicología (Freud), pero no han elaborado su propia definición de lo humorístico. El humor es considerado en la teoría literaria como un instrumento, más bien que un objeto.

¹ Obviamente, con una serie de requisitos, como los formulados por Bergson (1974).

A nosotros, los lingüistas, nos interesa ante todo el mecanismo de la formación de discursos humorísticos. El nombre que más destaca entre los investigadores del tema es el de Víctor Raskin, quien se propuso crear una teoría del humor formulada en términos puramente semánticos, y basada en las condiciones lingüísticas necesarias y suficientes para que un texto sea cómico (Raskin 1986: 82). Para formular su teoría, el estudioso se sirvió de la noción de paradoja o contraste o, precisando más, del método de los *scripts* contrastados. Según el autor, el *script* “is a large chunk of semantic information surrounding the word or evoked by it. [It] is a cognitive structure internalized by the native speaker and it represents the native speaker’s knowledge of a small part of the world” (Raskin 1986: 81). Los *scripts* son, pues, estructuras o redes de representación semántica de los conocimientos y experiencias particulares de los hablantes, pero condicionadas por los conocimientos y experiencias sociales y culturales de la comunidad de hablantes de una lengua dada. No podemos, sin embargo, olvidar que la idea de la incongruencia propuesta por Raskin no es nada nueva; la preceden, entre otros, el modelo de isotopía-disyunción, propuesto por Greimas ya en 1966 y la antes mencionada Teoría de la Bisociación de Koestler (Koestler 1964). Todas ellas identifican la “incongruencia” como una característica esencial de chistes o juegos de palabras. Según Raskin, la incongruencia (entendida como una noción bastante general) sirve aquí como condición básica para crear un chiste lingüístico que permite al receptor reinterpretar el texto, es decir, analizar los *scripts* opuestos y resolver la trampa semántica. La interpretación semántica de un texto que responde a dos *scripts* entre los cuales uno está oculto, ocasiona que el texto se perciba como un chiste. Sin embargo, el autor no explica cómo dicha reinterpretación o, más bien, “descubrimiento” del *script* oculto puede efectuarse desde un punto de vista estrictamente semántico. Según Wilk-Racięska (2002), desde un punto de vista semántico, dichos *scripts* no son nada opuestos, sino simplemente diferentes y, en la mayoría de los casos, se fundamentan en la ambigüedad de las expresiones lingüísticas dictada por la economía del lenguaje y aprovechada por los humoristas que las ubican en contextos elaborados de un modo que les permita construir la trampa. Dicho sea de paso, la teoría raskiniana de los *scripts* se basa en la de Jackendoff (1983) que, a su vez, tiene sus orígenes en la teoría de *scripts* acuñada por Schank y Abelson (1977). Paradójicamente, las teorías que más han contribuido a explicar el fenómeno del humor son las que no lo estudian: la mencionada teoría de *scripts* de Schank y Abelson, la de marcos de Fillmore y la de integraciones conceptuales de Fauconnier y Turner. Estas teorías, se inspiran, en parte, en la psicología. Obviamente, también la filosofía ha cumplido su parte. Al estudiar la formación del sentido, la teoría de integraciones conceptuales, así como la teoría de multimodalidad -a las que volveré más tarde-, han permitido solucionar las estructuras no solamente de chistes lingüísticos, sino de las configuraciones humorísticas mucho más complejas como, por ejemplo, los compuestos del texto e imagen, entre otros (Wilk-Racięska 2015, 2017).

Llegados a este punto, y habiendo visto que las definiciones del humor y los instrumentos que permiten analizarlo son productos híbridos, podemos decir que hablando de las herramientas del análisis lingüístico del papel del humor en una situación cualquiera, – pues también en los tiempos de crisis, es decir, en una situación de conflicto, cualquiera que sea – nos servimos de un producto multidisciplinar. En definitiva, para hacer un estudio exhaustivo del fenómeno no es suficiente recurrir a una única teoría formulada en el marco de una sola disciplina científica.

Especialmente en los tiempos difíciles, el humor nos ayuda a no volvernos locos o, al menos, nos hace mantener el miedo a raya. No obstante, la pregunta que se impone de inmediato es ¿qué tipo de humor es el más utilizado en tiempo de crisis? ¿Cualquiera? o ¿hay uno especial? Para contestar a la pregunta consideremos unos tipos de discursos humorísticos. Empecemos por las viñetas de Miguel Gila, uno de los más grandes humoristas españoles cuyo estilo, al mismo tiempo sobrio e hilarante, marcó un punto de inflexión en la forma de hacer humor y ejerció una profunda influencia en las generaciones posteriores. Álvaro González en su artículo “El humor gráfico de Gila: surrealismo corrosivo contra quienes justificaban lo injustificable” escribe “Tras la experiencia traumática de la guerra en el bando perdedor y la cárcel y presidios correspondientes, paradójicamente, Gila empezó a dibujar en los cuarteles chistes que hacían divertida la guerra” (González 2019: en línea). Sin embargo, yo no diría que la hacían divertida. Consideremos unos ejemplos tomados de la página web dedicada al gran humorista (MundoDeGila 2016: en línea)²:

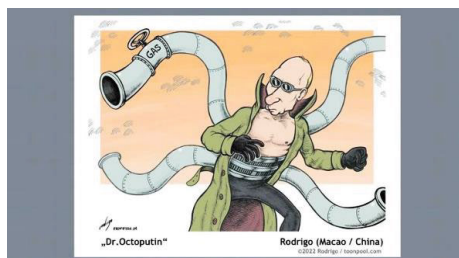


- “Ya sé que no es normal traer la familia a la guerra, pero tal y como está la delincuencia me da miedo dejarles solos en casa.”

² Los chistes gráficos de Miguel Gila provienen de la página web “Anécdotas de la Guerra Civil de España – Chistes Gráficos de Historias de Guerra” – Video #5 publicada en 4 abril, 2016 por MundoDeGila.

Es evidente que el humor presentado aquí no sirve tan solo para divertirnos. Es el llamado “humor negro: que se caracteriza por hacer ver desde una perspectiva humorística las situaciones que normalmente producirían miedo, horror o lástima. Este tipo de humor ilustra perfectamente la teoría psicológica de la inversión, ya que sirve para relajar la tensión frente a situaciones emocional o moralmente comprometidas por medio del distanciamiento, pero, por otra parte, es también un instrumento de crítica:

“Dr. Octoputin tiene el control” – dice Suzanne Cords, la autora del artículo “Lo que piensan los caricaturistas de la guerra en Ucrania” y comenta



En sus negociaciones con Occidente, Vladimir Putin tenía un argumento de peso: muchos países europeos dependen del gas y petróleo rusos. El “Dr. Octoputin”, como lo ve el caricaturista Rodrigo, de Macao, tiene la sartén por el mango. Pese a todas las sanciones, Alemania y otros Estados siguen comprando energía a Rusia y, con ello, financian el cofre de guerra de Putin (Cords 2022: en línea).

El humor negro nos permite equilibrar emociones y mantener el miedo a raya. Pero, no sería lingüista si no me preguntase ¿cómo se construye un discurso humorístico, sea cual sea? Hurley, Dennett y Adams, los autores de un interesantísimo libro “Inside Jokes. Using Humor to Reverse-Engineer the Mind” dicen que se puede definir el chiste como un paquete de informaciones cuidadosamente preparado para provocar la risa (Hurley *et al.* 2013). ¿Cuáles son estas informaciones?, y ¿cómo provocan la risa?

Tal y como se ha mencionado antes, durante los últimos setenta años, los lingüistas han incorporado a sus estudios algunos resultados relevantes de investigaciones en varias disciplinas, como la filosofía, psicología y otras, para crear teorías que permiten estudiar cómo se construyen, comunican y reciben discursos humorísticos. Veamos cómo las usan.

Sabemos que el humor es uno de los elementos importantes de la comunicación interpersonal. Según el filósofo Daniel Dennett, uno de los fundamentos de la comunicación, es la intencionalidad. En pocas palabras, se trata de que las personas adoptan una postura intencional, con la que el comportamiento de alguien o algo -sea un humano, animal u objeto con que interactuamos de algún modo- se deduce a partir de los deseos y creencias que nosotros le adjudicamos, es decir, tratamos no solo a otras personas, sino también a nuestras mascotas y utensilios como a un agente racional, e imaginamos qué creencias y deseos podría tener el agente, dada su situación en el mundo, y predecimos su comportamiento suponiendo que actuará para satisfacer esos deseos³ (Dennett 1987: 25, cit. por Fernández Fernández 2004:

³ “El sistema intencional puede ser en distintos grados: uno de primer orden tiene simplemente estados intencionales (creencias, deseos, etc.) propios, uno de segundo orden tiene, además, creencias,

§ 1.9.). Decimos “mi ordenador va muy lento o me niega el acceso” (ej. de Fernández Fernández). Pero, obviamente, lo hacemos en un sentido metafórico y no en serio. En suma, adjudicamos a otras personas y también a los animales y hasta objetos inanimados intenciones, deseos y todo lo que nosotros haríamos o sentiríamos en su situación. La mayoría de los discursos humorísticos se basa en la intencionalidad, puesto que la recepción y el remate del chiste se fundamentan en las expectativas del autor del discurso cómico hacia su receptor. La función de la intencionalidad en la creación humorística se manifiesta en el chiste siguiente: “Hace 6 meses me apunté a un gimnasio y todavía sin resultados visibles. Mañana iré allí en persona a ver qué pasa.”

Es evidente que la primera oración, llamada por los lingüistas *trampa* o *gancho*, despierta nuestras expectativas hacia la persona que se ha apuntado a un gimnasio: si nos apuntamos a uno vamos con regularidad sudando sangre para adelgazar o aumentar la masa muscular. La segunda oración, sin embargo, contradice el sistema intencional: nos dice que la mujer no ha hecho ni un solo ejercicio. Esta oración sirve como *clave del chiste*. La triada *trampa-clave-remate* (Raskin 1986) es una construcción típica de los chistes. Pero, como vemos, no es suficiente para despertar la risa. Este sistema no existe sin nuestras expectativas, es decir, la intencionalidad que es la base de nuestra interacción con el mundo que nos rodea. La pregunta que ahora se impone a una lingüista -es bien sabido que los lingüistas somos muy analíticos- es ¿de qué se alimenta la propia intencionalidad? La respuesta se basa, esta vez, en las investigaciones psicológicas: la intencionalidad se alimenta de los conocimientos enciclopédicos, costumbres y estereotipos latentes en nuestra memoria. Por ejemplo, “gimnasio” es una palabra que abre en nuestra mente múltiples connotaciones buenas o malas según a quien le guste o no hacer ejercicio, pero emparejado con “apuntarse a uno”, este vocablo saca de la memoria solamente lo antes comentado: ir con regularidad sudando sangre para adelgazar o aumentar la masa muscular. La trampa se hace posible, porque este comportamiento es, obviamente, lo que nuestro sistema intencional le atribuye indiscriminadamente a la



Meme ‘La última cena’ versión 2020 (@ian-dalon) (https://www.eldiario.es/sociedad/humor-confina_1_1212556.html)

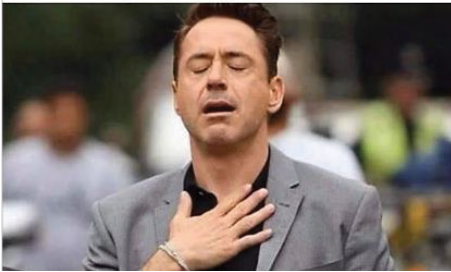
mujer del chiste. Las connotaciones relacionadas con las palabras como “gimnasio” que tenemos en la mente no están metidas allí, sin ton ni son, como en un saco, sino que se organizan en grupos alrededor de los conceptos. Fillmore denomina *marcos* a estos grupos y Fauconnier (1984) – *espacios mentales*. En suma, podemos considerar los espacios mentales como estructuras conceptuales que reúnen todos los

deseos, etc. sobre los estados intencionales de otros.” (Dennett 1987: 25, cit. por Fernández Fernández 2004: § 1.9.)

significados y todas las connotaciones de una palabra. Los espacios mentales son, pues, “dominios de cognición que quedan [siempre] «detrás del escenario» [y] que se activan de forma dinámica cuando se escucha un discurso o se lee un texto” (Pascual 2016: 2). Pero, no solo las palabras activan los espacios mentales. Veamos este chiste sobre el COVID:

¿Por qué despierta la risa este chiste? Pues, si lo mirase un marciano, vería a un hombre triste, solito, mirando una copa. En nuestras mentes, en cambio, se han activado de inmediato dos espacios mentales: el primero es el cuadro de Leonardo da Vinci “La última cena” pintado – ¡cuidado! – a finales del siglo quince, y el otro – la pandemia. La clave que permite evocar el segundo espacio y dar remate al chiste está en el texto de abajo: ‘La última cena’ versión 2020 y en las imágenes de los apóstoles en la parte de arriba que nos recuerdan encuentros por zoom. Entendemos este chiste (y nos reímos), porque nuestra mente saca de los dos

Cuando trabajas en un banco y entran
2 hombres con mascarillas pero
resulta que es solo un robo



espacios mentales lo más importante en el momento y, gracias a este proceso de integrar los conceptos (Fauconnier, Turner 2002), nos ofrece el remate. Este chiste ya no puede calificarse como humor negro, lo consideramos más bien como agridulce. En época de crisis, los chistes agridulces también corren por doquier y, al menos, nos hacen “mantener el miedo a raya” (ver *supra*). No obstante, el siguiente chiste ya se está acercando al humor negro:

Otra vez, es nuestra experiencia durante la pandemia la que nos permite comprender el chiste. La clave para interpretarlo también está en el texto. Esta vez es la palabra “mascarilla”. Sin embargo, este chiste parece más agrio ya que recurre al peor de los guiones que pueden tener lugar en un banco y lo presenta como algo mejor que el coronavirus.

Cuanto más grave es la crisis tanto más negro se vuelve el humor. Lo ilustran los chistes que circulan entre los ucranianos como vía de escape frente a la brutalidad de la invasión rusa. Uno de ellos dice: El sueño de la primavera de 2022: pasear con el perrito bajo la lluvia y no bajo (misiles) Grad. En ucraniano, esta oración tiene un sentido doble, ya que la palabra “grad” se traduce como “granizo”, así que en la mente de un ucraniano se mezclan dos espacios mentales abiertos por el homófono grad = granizo y Grad (con mayúscula) = un lanza cohetes.

Unos días después de que los rusos invadieran Ucrania, escuché el primer chiste que circulaba entre los intelectuales rusos. Suena así:

- ¿Y por qué no pasar inmediatamente al último acto del espectáculo “La muerte en el Búnker”?
- Los asesinos tendrían que esperar 15 días de cuarentena antes de entrar.

Este chiste abre unos cuantos espacios mentales de entrada. El primero, lo abre la expresión “La muerte en el Búnker” que evoca la muerte de Adolf Hitler y el documental sobre el tema bajo este título. Aunque es verdad que Hitler se suicidó, la licencia poética del chiste permite también recurrir al atentado de julio de 1944, también conocido como el Plan Valquiria⁴. Fue un intento fallido de asesinar a Adolf Hitler, orquestado por conspiradores civiles y militares. Es la palabra “asesinos” la que abre el acceso a este espacio. Y, por fin, el tercer espacio es el de la “pandemia”, abierto por “esperar 15 días de cuarentena”. De entre las diversas informaciones provenientes de todos estos espacios, nuestra mente selecciona solo las que se complementan, es decir:

1. el dictador Hitler murió en su bunker, y;
2. es posible intentar asesinar a una persona muy bien vigilada.

Luego, nuestra mente proyecta esta información al momento actual: Putin es un dictador muy bien vigilado, corre el rumor de que pasa la pandemia en un búnker, así que ¿Por qué no intentarlo? Y aquí viene la desilusión: no es posible que alguien se acerque a Putin sin pasar la cuarentena. La conclusión: no es posible matarle.

Volvemos a Ucrania. Los ucranianos dicen que “Los soldados rusos están desorientados: les han prometido flores, pero no les han dicho que las flores son para sus tumbas.”⁵ No creo que sea necesario explicar el trasfondo de este chiste. No



“Querida mami: te escribo en un hermoso día de primavera...”

(Hermano Lobo 05-08-1972⁶)

obstante, el contraste entre lo hermoso y alegre de las expectativas y la brutalidad de la realidad nos hace recordar otra de las viñetas de Gila creada hace muchos años durante otra crisis:

Quisiera terminar este estudio con las palabras atribuidas a Mark Twain, “La raza humana tiene un arma verdaderamente eficaz: la risa”. Estas palabras tienen un sentido especial en tiempo de crisis, cuando el humor nos ayuda a no volvernos locos o, al menos, nos hace mantener el miedo a raya. Para investigar el tipo de humor más utilizado entonces, he utilizado el análisis lingüístico multimodal que permite un estudio más profundo del material analizado. El estudio parece haber

⁴ Plan „Walküre“ o el complot del 20 de julio de 1944.

⁵ En la versión de los medios rusos de febrero de 2022, los ucranianos no se resistieron a los rusos, sino que los estuvieron recibiendo con flores y aplausos.

⁶ Revista “Hermano Lobo” fue un semanario de humor «dentro de lo que cabe», editada por José Ángel Ezcurra de 1972 a 1976.

- FAUCONNIER, G., TURNER, M. (2002): *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*, Basic Books: New York.
- FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ G. (2004): *Representación del conocimiento en sistemas inteligentes*, Universidad Politécnica de Madrid, Madrid, disponible en <<http://dit.upm.es/~gfer/ssii/rcsi/>> [la última consulta 18.12.22].
- FILLMORE Ch. (2006): *Frame semantics. Cognitive linguistics: Basic readings*, en: D. GEERAERTS, (ed.), Mouton de Gruyter, Berlin.
- GONZÁLEZ A. (2019): *El humor gráfico de Gila: surrealismo corrosivo contra quienes justificaban lo injustificable*, Cultura Plaza, 11.02.2019, disponible en <<https://valenciaplaza.com/el-humor-grafico-de-gila-surrealismo-corrosivo-contra-quienes-justificaban-lo-injustificable>> [la última consulta 02.12.22].
- HURLEY M. M., DENNETT D. C., ADAMS R. B. JR. (2013): *Inside Jokes: Using Humor to Reverse-Engineer the Mind*, M.I.T. Press, Cambridge, Mass.
- JACKENDOFF R. (1983): *Semantics and cognition*, MIT Press, Cambridge, Mass.
- KOESTLER, A. (1964): *The Act of Creation*, London, Hutchinson.
- MARTIN, R. A. (2008): *Psicología del humor: un enfoque integrador*, Orión, Madrid.
- MUNDODEGILA (2016): *Anécdotas de la Guerra Civil de España – Chistes Gráficos de Historias de Guerra”-Video#5*, 04.04.2016, disponible en <<https://www.miguelgila.com/blog/vinetas/anecdotas-de-la-guerra-civil-de-espana-chistes-graficos-de-historias-de-guerra-video-5/>> [la última consulta 10.12.23].
- PASCUAL E. (2012): *Los espacios mentales y la integración conceptual*, en: IBARRETXE-ANTUÑANO I., VALENZUELA J. (eds.). *Lingüística Cognitiva*. Barcelona, Anthropos: 147–166.
- RASKIN V. (1985): *Semantic Mechanisms of Humor*, Dordrecht: Reidel.
- SCHANCK R. C., ABELSON R. P. (1977): *Scripts, Plans, and Knowledge*, Yale University, New Haven, Connecticut.
- WILK-RACIEŃSKA J. (2002): *Semántica del humor – condiciones de la elegancia y recepción de los chistes lingüísticos*, en: Contextos, XVI: 31–32.
- WILK-RACIEŃSKA J. (2009): *La comunidad de la risa*, en: PARRILLA E. (ed.) *Ironizar, parodiar, satirizar: estudios sobre el humor y la risa en la lengua, la literatura y la cultura*, Ediciones Eon, Monterrey: 51–68.
- WILK-RACIEŃSKA J. (2015): *El humor como un instrumento de comunicación no siempre cómico*, “Itinerarios. Revista de Estudios Lingüísticos, Literarios, Históricos y Antropológicos” 22: 143–156.
- WILK-RACIEŃSKA J. (2017): *La definición de la „comunidad de la risa” reformulada*, en: ROSA FERREIRA J., y LEÃO VIEIRA T. (eds.) *Humor, língua e linguagem representações culturais [documento electrónico]*, Edições Verona, São Paulo: 1–18.