

# Grados de espontaneidad en el humor. Implicaciones del caso de la viñeta en el reconocimiento y apreciación de los mensajes humorísticos

**BEATRIZ CARBAJAL CARRERA**

Docente | Coordinadora adjunta  
The Flinders University of South Australia  
Room 125B, Humanities  
Department of Language Studies  
GPO Box 2100, Adelaide, SA  
5001 Australia  
E-mail: beatriz.carbajal@gmail.com

**GRADOS DE ESPONTANEIDAD EN EL HUMOR. IMPLICACIONES DEL CASO DE LA VIÑETA EN EL RECONOCIMIENTO Y APRECIACIÓN DE LOS MENSAJES HUMORÍSTICOS**

**RESUMEN:** Fuera del alcance tanto de la lingüística como de las artes plásticas, el humor gráfico ha permanecido desatendido por los teóricos. Este trabajo somete a análisis el filo de doble cara de la viñeta a fin de considerar las implicaciones de su naturaleza específica. Así, el presente estudio aspira a perfilar sus singularidades frente al humor conversacional. Además, se propone analizar sus ventajas y restricciones sopesando una hipótesis de espontaneidad limitada en las viñetas. El planteamiento enlaza estas ideas al concepto de humor fallido en los procesos comunicativos. Para ello, se examina el contexto de la viñeta desde la perspectiva de la Pragmática. Se contemplan su espacio narrativo, tiempo narrativo, autoría y grado de espontaneidad así como la influencia de estos factores en el destinatario. Los resultados confirman el papel decisivo de la espontaneidad en el reconocimiento y apreciación del humor.

**PALABRAS CLAVES:** humor gráfico; viñetas; humor fallido; pragmática; espontaneidad.

**SUMARIO:** 1. Introducción. 2. Punto de partida. 3. El contexto multimodal de la viñeta. 3.1. Imagen y palabra: dos caras de la misma moneda. 4. Coordenadas espacio-temporales en la viñeta. 4.1. Espacio narrativo; el componente visual como apoyo. 4.2. Marco temporal ilimitado. 5. Estilo distintivo. 6. Presencia limitada de espontaneidad. 7. Conclusiones.

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| <b>Fecha de Recepción</b>   | 14/04/2013 |
| <b>Fecha de Revisión</b>    | 10/11/2013 |
| <b>Fecha de Aceptación</b>  | 15/11/2013 |
| <b>Fecha de Publicación</b> | 01/12/2013 |

**DEGRES DE SPONTANEITE DANS L'HUMOUR. IMPLICATIONS DU CAS DU DESSIN HUMORISTIQUE DANS LA RECONNAISSANCE ET L'APPRECIATION DES MESSAGES HUMORISTIQUES**

**ABSTRACT:** Beyond the scope of both Linguistics and arts, graphic humour remained neglected by theorists for a long time. This work analyses the double-sided edge of cartoons in order to consider the implications of their specific nature. Thus, the present study aims to draw cartoons' peculiarities as opposed to conversational humor. It also aims to analyse their advantages and constraints, while assessing a hypothesis of limited spontaneity in cartoons. These ideas are linked to the concept of failed humor in communicative processes. To that purpose, it examines the cartoons' context from the Pragmatics perspective. Accordingly, narrative space, narrative time, authorship and degree of spontaneity are examined, as well as the influence of these factors in the intended audience. The results confirm the decisive role of spontaneity in humor recognition and appreciation.

**KEY WORDS:** graphic humor; cartoons; failed humor; pragmatics; spontaneity.

**SUMMARY:** 1. Introduction. 2. Motivation. 3. The multimodal context of the cartoon. 3.1 Image and word: two sides of the same coin. 4. Coordinates of time and space in the cartoon. 4.1 Narrative space: visual component as support. 4.2. Unlimited time frame. 5. Distinct style. 6. Limited presence of spontaneity. 7. Conclusions.

**DEGREES OF SPONTANEITY IN HUMOR. IMPLICATIONS OF THE CASE OF CARTOONS IN THE RECOGNITION AND APPRECIATION OF HUMOROUS MESSAGES**

**RÉSUMÉ:** Hors de portée des arts et de la linguistique, l'humour graphique est resté négligé des théoriciens. Ce travail soumet à analyse la lame à double tranchant du dessin humoristique afin d'examiner les implications de sa spécificité. Ainsi, la présente étude vise à préciser leurs singularités par rapport à l'humour conversationnel. Également, elle se propose d'analyser leurs avantages et leurs contraintes tout en évaluant une hypothèse de spontanéité limitée dans les dessins humoristiques. Notre approche vise à relier ces idées avec le concept de l'humour raté dans les processus de communication. Pour ce faire, elle examine le contexte du dessin humoristique du point de vue de la pragmatique. L'espace narratif, le temps narratif, la paternité et le degré de spontanéité sont observés, ainsi que l'influence de ces facteurs chez le destinataire. Les résultats confirment le rôle décisif de la spontanéité dans la reconnaissance et l'appréciation de l'humour.

**MOTS CLÉS:** humour graphique; dessin humoristique; humour raté; pragmatique; spontanéité.

**SOMMAIRE:** 1. Introduction. 2. Point de départ. 3. Le contexte multimodal du dessin animé. 3.1 D'images et de mots: deux faces d'une même médaille. 4. Coordonnées de temps et d'espace dans le dessin humoristique. 4.1. Espace narratif: l'élément visuel comme support. 4.2. Illimité lapsus de temps. 5. Style distinctif. 6. Présence limitée de spontanéité. 7. Conclusions

## **Grados de espontaneidad en el humor. Implicaciones del caso de la viñeta en el reconocimiento y apreciación de los mensajes humorístico**

BEATRIZ CARBAJAL CARRERA

### **1. INTRODUCCIÓN**

En el ámbito de la investigación lingüística, la atención a aspectos intencionales de la comunicación como el discurso humorístico ha experimentado un marcado crecimiento en los últimos años. Superada una fase primitiva o visión tradicional en la que el humor fue despreciado por la falacia del escaso rigor o seriedad de esta pauta de estudio, hoy en día nos hallamos en una etapa próspera para el humorismo en múltiples disciplinas. En concreto, desde el enfoque comunicativo que dio origen a la Pragmática, el estudio del humor progresa como parte del papel central otorgado en la actualidad al desarrollo de la competencia intercultural. De esta manera, resulta erróneo considerar la plenitud de desarrollo de las competencias del hablante sin atender a la capacidad para ejercer la función lúdica del lenguaje (Fernández, 2010: 200) o recreación placentera a través de la lengua.

Sin embargo, el humor gráfico, y en particular la viñeta<sup>1</sup> como subgénero sigue sufriendo el descuido de la investigación como denuncian Hempelmann y Samson (2008: 609). En efecto, los estudios sobre viñetas raras veces se centran en la unidad en sí y aportan una visión definida de sus características concretas. De forma más asidua, se hace uso de la misma como pretexto para tratar teorías del humor, procesos cognitivos, rasgos del autor, etc. En consecuencia, este acercamiento generalizado produce un vacío en la investigación que el presente estudio se ve en la necesidad de abordar. Se entiende así la aproximación a la viñeta a nivel de núcleo de estudio, como hito cardinal del camino emprendido.

Atendiendo a la organización de los contenidos, el trabajo aquí expuesto comienza con una justificación del interés de los objetivos marcados en el punto de partida. A continuación, se analiza el papel del chiste gráfico como guía en el desarrollo de la función lúdica. En este apartado se detiene en las implicaciones del carácter multimodal de la viñeta, atendiendo tanto al componente textual como al visual, y sus características específicas. Asimismo, se aducen las ventajas de ofrecer *input* en forma de viñeta. Siguiendo un enfoque pragmático, se mide el

---

<sup>1</sup> Para los efectos, en adelante se utilizarán los términos humor gráfico y chiste gráfico en referencia a la viñeta, ya que pertenece a ambas categorías; ello no implica un descuido en la distinción de *humor gráfico* como etiqueta más general.

peso de sus rasgos espacio-temporales, de su estilo unitario así como de su grado de espontaneidad en el efecto perlocutivo obtenido. En base al desarrollo analítico llevado a cabo se extrae una serie de conclusiones.

## 2. PUNTO DE PARTIDA

La investigación llevada a cabo bajo este título tiene origen en una deducción llevada a cabo por Hempelmann y Samson en *The Primer of Humor Research* sobre las divergencias entre humor gráfico y humor conversacional. El fragmento repetido a continuación apela a la validación de una expectativa: la referida espontaneidad en las unidades de humor gráfico. Por ello, constituye el punto de partida del presente estudio. El hilo conductor de los argumentos aducidos a lo largo del artículo es la oposición de rasgos entre el humor gráfico y el humor conversacional.

jokes usually have no authors, are folkloristic products, while cartoons usually do have an author with a distinct drawing style and topical preferences who also signs his or her work. This entails that we should not expect to find spontaneous cartooning in analogy to conversational joking. (Hempelmann, C. F. y Samson, A. C., 2008: 610)

Ante todo, es necesario detenerse en la deconstrucción del discurso citado como paso previo a una cimentación sólida de los argumentos subsecuentes. Una viñeta es un chiste gráfico, si bien, las viñetas se diferencian del humor verbal, y es precisamente en sus particularidades donde queremos centrar la atención del lector. La idea mencionada brevemente por Hempelmann y Samson (2008: 610-611) y reproducida en la FIG. 1 aduce que mientras los chistes conversacionales, al ser productos del folklore, son anónimos, las viñetas son producto de un autor concreto con un estilo distintivo y sus propias preferencias temáticas.

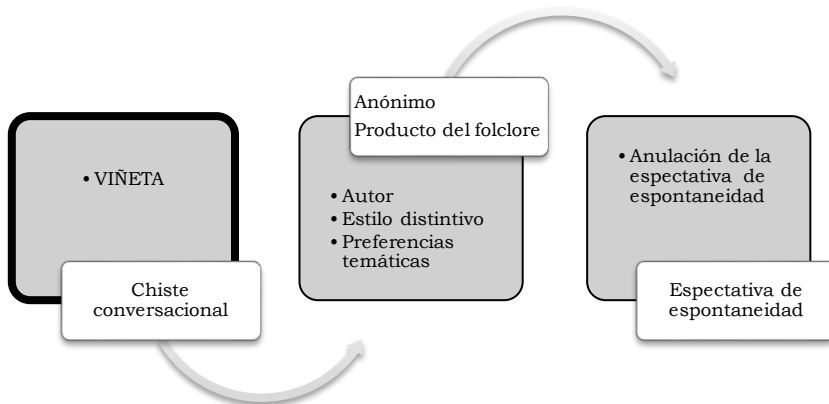


FIG. 1 – PUNTO DE PARTIDA

Como consecuencia directa de su autoría, ambos teóricos intuyen que la viñeta anula la expectativa de espontaneidad típica del chiste conversacional. A este respecto, coincidimos en que las viñetas son diseñadas de acuerdo con las necesidades del autor. Por ello, a diferencia del chiste coloquial, el chiste gráfico lanza un mensaje más subjetivo, condicionado por la marca de autoría característica de su creador. También es cierto que su mensaje es más connotativo debido al papel crítico de la viñeta en la sociedad actual, y menos explícito, fruto de la condensación del contenido dentro del encuadre de la viñeta (Vigara: 1994: 49).

Ahora bien, como es consabido, la espontaneidad es un rasgo a través del que resulta arduo guiar a los hablantes. En trabajos anteriores (Carbajal 2011, 2012) nos hemos centrado en la previa identificación y posterior exposición de las marcas identificadoras del humor en base a las ideas de Padilla (2006). En la misma línea, de la mano de la Pragmática, la tarea de esta empresa es guiar a los hablantes en sus elecciones respecto al uso del lenguaje (Crystal, 1985) pero sobre todo en las restricciones a que se enfrentan en los intercambios comunicativos –pues, como resulta evidente, representan una frustración más directa que la toma de decisiones al tiempo que condicionan las mismas. Sin embargo, la espontaneidad característica del humor conversacional se asocia de forma automática a la ausencia de marcas o características previsibles. De ahí la necesidad de indagar en las posibilidades de orientación que ofrece cada una de las dos manifestaciones diferenciadas del humor.

Por otra parte y en consonancia con lo aducido por los autores mencionados con anterioridad, la falta de espontaneidad viene dada por un estilo distintivo y preferencias temáticas. Así, las marcas del estilo distintivo se encuentran tanto en la parte lingüística y como en la paralingüística. Además, las preferencias temáticas condicionan su reconocimiento y apreciación como elementos<sup>2</sup> humorísticos en función del contexto sociocultural del destinatario. Es decir, a menudo el hablante decide su inserción en el modo humorístico en base a su aceptación del blanco del chiste o de la situación presentada. Por ejemplo, un hablante adscrito a un grupo social religioso puede resolver no adoptar el modo humorístico en desacuerdo con un chiste que hace mofa de su condición religiosa. En este caso, se trataría de una coincidencia entre blanco y destinatario que podría ser interpretada como agresión de la imagen. A su vez, el estilo actúa en la misma línea. En suma, en contraste con los chistes verbales, las viñetas de cada autor ofrecen una constante de temas y rasgos lingüísticos que nos permite analizar su reconocimiento y apreciación por diferentes tipos de público.

---

<sup>2</sup> Puertas de entrada-inserción al modo humorístico

### 3. EL CONTEXTO MULTIMODAL DE LA VIÑETA

La viñeta como género humorístico presenta particularidades que la distinguen del humor conversacional y del humor exclusivamente gráfico. Su esencia multimodal combina la representación icónica con la índole simbólica propia del lenguaje. Su potencial reside en la apelación que ejerce de forma simultánea a nuestra naturaleza cognitiva y a la emocional:

A cartoon, although packaged within a deceptively simple frame, is a complex exercise in semiotics analysis. No other art form, in print or screen media, combines words, pictures, and meaning in such an interwoven way [...] cartoons form complex intellectual and emotional unions (Lester, 1996: 232)

Ello implica que la incongruencia necesaria<sup>3</sup> puede encontrarse tanto en el plano icónico como en el simbólico además de la confluencia entre ambos planos. La resolución lúdica de dicha incongruencia tiene lugar en la fase de reconocimiento, y se traduce en la comprensión de la *punch line* o remate.

#### 3.1. IMAGEN Y PALABRA: DOS CARAS DE LA MISMA MONEDA

Una vez puestas en relieve las particularidades del humor multimodal, veamos en qué medida difieren lo gráfico y lo lingüístico. En general, se tiende a concebir cada uno de dichos planos como manifestaciones de la expresión absolutamente dispares. No obstante, lo cierto es que ambos se abarcan bajo el concepto de símbolos gráficos.

De hecho, todo dibujo o palabra es una representación de la realidad. El punto de ruptura entre ambas formas depende de su nivel de abstracción. Así, de la misma manera que la fotografía se encuentra en la escala de concreción más absoluta entre las diversas formas de captar una imagen real, esa misma realidad puede ser trasladada por unos sencillos trazos. En dicho rango de abstracción se sitúan los planos 1 a 3 en la gradación hacia lo indefinido (véase FIG. 2). El mayor índice de fidelidad lo representa la fotografía (1); el siguiente nivel lo conforma un dibujo definido y coloreado (2), mientras que (3) se reduce a una serie de líneas básicas que esbozan el concepto de referencia. Pues bien, el tercer plano, por elemental que parezca, puede ser abstraído aún más: en la escritura (4) (McCloud, 1993: 46-7). De acuerdo con el autor, las palabras son la abstracción extrema, una vez sustraídos el significado –pues un

---

<sup>3</sup> Vigara (1994) destaca la capacidad de sorprender al lector como condición imprescindible en el chiste gráfico (53). Este requisito actúa asimismo sobre el chiste conversacional y sucede precisamente a causa de la incongruencia.

significante tiene la capacidad de abarcar varios significados– y anulada toda perspectiva de parecido con la realidad.

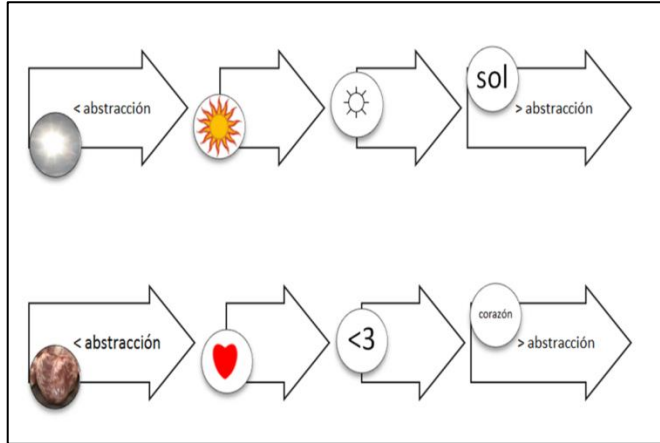


FIG. 2 – NIVELES DE ABSTRACCIÓN DE LA REALIDAD<sup>4</sup>.

La obsesión occidental de disección de las disciplinas en departamentos estancos sin margen para el solapamiento tiene mucho que ver con estos planteamientos. A pesar de ello, cada vez es más evidente la necesidad de una colaboración interdisciplinaria<sup>5</sup> en aras de un conocimiento holístico. Precisamente, esta postura es la que se adopta en el presente estudio, tratando de aunar los descubrimientos de la pragmática, la semántica, la lingüística cognitiva y las artes plásticas del humor gráfico.

Así pues, se ha comprobado cómo el nivel escrito no dista tanto del nivel gráfico como se asume en la creencia generalizada. Al contrario, apenas un efecto difuminador ejerce la cuestionada distancia. En realidad, se trata de dos sistemas comunicativos limitados que se asocian para articular un contenido común. Lo icónico por su cuenta no es capaz de

<sup>4</sup> Fuente de las imágenes: BIS/ITEF . Banco de imágenes y sonidos del Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y Formación del Profesorado. Ministerio de Educación y Ciencia. Publicación electrónica: <http://recursostic.educacion.es/bancoimagenes/web/>, (Fecha de consulta: 05/11/2012)

<sup>5</sup> Gutiérrez destaca la exigencia de intersecciones: "El estudio del lenguaje vive en ósmosis continua con el de otros campos del saber. [...] Como el antropólogo cultural nos interesan las relaciones entre palabras y cosas. Los lingüistas nos interesamos por los avances de la Biología, de la Neurología y de la medicina para comprender los fundamentos de la actividad comunicativa. Con la Psicología compartimos el interés por la relación mente/lenguaje [...] La sociolingüística es una rama de nuestra disciplina que tiene por objeto poner en relación sistemática las variedades del lenguaje con los diferentes niveles sociales. [...] El Principio de Economía es una ley constante en todas las manifestaciones y ámbitos de la comunicación. La práctica del derecho es interpretación de textos y argumentación. [...] Las distintas manifestaciones del Arte son lenguajes visuales. Incluso geógrafos y lingüistas nos necesitamos." (Gutiérrez apud. Guervós, 2005: 179)

representar con precisión significados que se escapan del universo de las percepciones. Al mismo tiempo, lo verbal precisa de demasiado espacio para describir objetos o escenas reales que lo icónico puede representar con unos simples trazos.

Mención aparte merece la arbitrariedad del símbolo lingüístico frente a la univocidad aparente del símbolo gráfico a que se aludirá en el epígrafe § 4.1. Pese a las dificultades de distinción entre ambos, Umberto Eco subraya el carácter convencional del signo: “Signs are correlated with what they stand for on the basis of a rule or a convention” (1985:196).

#### **4. COORDENADAS ESPACIO-TEMPORALES EN LA VIÑETA**

Tras exponer las implicaciones de la naturaleza multimodal de la viñeta, es necesario hacer énfasis en las circunstancias del espacio narrativo, tiempo narrativo, estilo y grado de espontaneidad. Si bien el apartado anterior se ha centrado en encontrar los puntos comunes entre imagen y palabra que hacen considerar a la viñeta como un elemento unitario con dos facetas desarrolladas de manera ligeramente diferente, esta sección emprende la dirección opuesta. La meta es considerar qué rasgos constitutivos se hallan en el humor gráfico que no acontecen en el humor conversacional. Los ejes narrativos que articulan el chiste gráfico son sometidos a análisis con el fin de examinar su influencia en el destinatario. En un segundo plano, resulta interesante evaluar de modo sucinto en qué medida las coordenadas en que se encuadra la viñeta pueden facilitar la reflexión sobre el lenguaje en un terreno de significados velados e intenciones ocultas como el humo

##### **4.1. ESPACIO NARRATIVO: EL COMPONENTE VISUAL COMO APOYO**

El chiste gráfico omite una serie de recursos paralingüísticos y extralingüísticos de que hace derroche el chiste oral para introducir al interlocutor en el universo del chiste, como la entonación modulada en base a la polifonía, los gestos exagerados, las pausas, etc. Pero a cambio lleva a cabo la misma función mediante la materialización sensorial de este universo ficticio a través de la vista (Vigara, 1994: 50). Sin duda, se trata de un mecanismo más directo e inmediato<sup>6</sup> que la inclusión paulatina del destinatario en el universo narrado.

Además, la imagen está dotada de una capacidad semántica que compensa cualquier posible falta de explicitud del mensaje. No en vano, la

---

<sup>6</sup> Cuando hablamos de inmediatez nos referimos a la ausencia de esfuerzo cognitivo. Las sensaciones recogidas a través de los sentidos –en este caso la vista– forman parte de nuestro mundo perceptivo. Este es el único entorno al que tenemos acceso durante los primeros meses de vida (Bower, 1984: 9-10).

sabiduría popular reza aquello de “una imagen vale más que mil palabras”. Sin la menor pretensión de otorgar rigor científico al refranero español, sí que podemos poner en práctica una demostración empírica de contraste entre representación y descripción. En efecto, FIG. 3 posee un potencial semántico capaz de abarcar bajo su encuadre las 345 palabras<sup>7</sup> que narran la fábula de Esopo en español. Es cierto que se trata de una referencia y sin el antecedente del texto, el contenido de la imagen no tendría sentido, pero basta para reconocer en la imagen su capacidad de activación de significados e interpretaciones.



FIG. 3 –CAPACIDAD SEMÁNTICA DE LA IMAGEN. VIÑETA DE ALBERTO MONTT

Dada la naturaleza multimodal de la viñeta, su parte lingüística, es inherentemente arbitraria<sup>8</sup> (Saussure, 1916; Hempelmann, C. F. y Samson, A. C., 2008: 616). Por ejemplo, no existe relación alguna entre el concepto “corazón” y la palabra corazón. Sin embargo, los iconos deben necesariamente guardar una correspondencia con el concepto que representan. Este hecho justifica que existan significantes totalmente dispares para nombrar una misma realidad en varios idiomas –*corazón* (*coeur*, *coração*, *cuore*) vs. *heart*/*cepðye*/ *重点*/ *中心* – mientras que, independientemente de la lengua, los símbolos visuales deben guardar una correspondencia unívoca.

En este sentido, a priori los elementos gráficos de la viñeta funcionan como refuerzo a la hora de interpretar el conjunto. En realidad, estas premisas no hacen sino reafirmar un principio hartamente reproducido en la enseñanza de segundas lenguas: la necesidad de ofrecer un apoyo visual

<sup>7</sup> Vid. <http://www.ciudadseva.com/textos/cuentos/euro/esopo/liebre.htm> (Fecha de consulta: 23/11/2012)

<sup>8</sup> Mención aparte merecen las onomatopeyas, que a pesar de su variación en función de la lengua guardan una relación más cercana con la realidad a que hacen referencia. Por ejemplo, el maullido es transcrito «miau» en la mayoría de las lenguas europeas, «nyaa» en japonés, «nyaong» en coreano, «mowa'a» en árabe y «miamha» en gaélico.



en el *input*. Ahora bien, no existe un consenso sobre la no arbitrariedad de la imagen. A modo de ejemplo, los antiguos egipcios usaban imágenes en sus jeroglíficos con la misma función que nosotros damos a las palabras. Es tan solo una muestra de un uso convencionalizado de la imagen, pero Goodman expone sus razones a favor de esta teoría argumentando que si una imagen es unívoca, podría tener exclusivamente una interpretación:

Descriptions are distinguished from depictions not through being more arbitrary but through belonging to articulate rather than to dense schemes; and words are more conventional than pictures only if convention is construed in terms of differentiation rather than of artificiality. Nothing here depends upon the internal structure of a symbol; for what describes in some systems may depict in others. (Goodman, 1969: 230-231)

En todo caso, es evidente que –descartando representaciones secundarias como los jeroglíficos– el grado de abstracción de la escritura supera a la imagen de forma sistemática. Por ello, las imágenes son recibidas con esa inmediatez de que hablaremos más adelante sin importar la lengua materna del receptor, mientras que descifrar algunos textos en un idioma extranjero –o incluso nativo– conlleva un mayor esfuerzo.

Además, existe una ventaja adicional en relación a la polifonía<sup>9</sup> (Bakhtin 1981; Gutiérrez 2000; Tarone 2000) que se halla habitualmente en el modo humorístico. El chiste gráfico –ya sea descriptivo o dialógico– contempla dos planos narrativos: el plano del dibujante dirigido a un público y el plano narrativo interno<sup>10</sup>, en el que toman la voz los personajes. Pues bien, la individualización de cada papel representado se hace patente gracias a su plasmación de forma visual. El lector es capaz así de discernir con claridad materializada el origen de cada una de las voces que aparece en la viñeta.

En base a su rico sustrato representativo, el mecanismo de la polifonía ya ha sido valorado por su idoneidad para desarrollar recursos de las segundas lenguas en general y la competencia sociolingüística en concreto: “...sociolinguistic competence, in particular, might be advanced, as a double voicing requires the use of different registers and social varieties of language” (Tarone, 2000: 46). Esta estrategia consiste en una fase previa de exposición a la variedad de registros que manifiesta la polifonía, una fase posterior de práctica lúdica o reproducción de algunas de las voces y una fase final de incorporación de las mismas al estilo del hablante no nativo.

---

<sup>9</sup> Para Tarone (2000), “double-voiced discourse”.

<sup>10</sup> Cada plano corresponde al universo actual y al universo discursivo de la narración respectivamente como veremos más adelante.

En cuanto a argumentos psicológicos de incidencia en los intercambios, los expertos en comunicación apuntan que la respuesta a un estímulo visual está cargada de una emotividad más pura (Lester, 1996) que los estímulos meramente lingüísticos. Es evidente que este factor es tenido en cuenta durante el proceso de producción con el fin de garantizar una acogida generosa y una difusión viral. Este dato cobra importancia en el contexto mediático en que el interlocutor contemporáneo se desenvuelve. Tal es la saturación informativa a que los hablantes están sometidos en la actualidad<sup>11</sup>, que el cerebro se ve obligado a ejercer un filtro en base al grado de atracción emocional aquí aludido y a un esfuerzo cognitivo más leve, como se discutirá más adelante en este artículo. No obstante, a pesar de la intensidad de la imagen, no conviene restar valor a las palabras ya que, en efecto, los mensajes más poderosos y significativos combinan de forma equitativa palabra e imagen (Lester, 1996).

#### 4.2. MARCO TEMPORAL ILIMITADO

Al inicio de este artículo se alude a la abundante espontaneidad del humor conversacional como una dificultad añadida a los retos cotidianos de los intercambios comunicativos. Así, Carrasco (2005: 124) hace la siguiente afirmación: “No sabemos, en primera instancia, por qué nos reímos de un chiste<sup>12</sup>, ya que nos ha sido presentado de forma que no diera tiempo a analizarlo y su proceso de elaboración está enmascarado.” Por el contrario, la viñeta, sin dejar de recurrir a mecanismos lógicos (Di Maio, 2000 apud Attardo, 2001: 27) más o menos opacos, ofrece un amplio margen de análisis. Entonces, la viñeta como *input* –sea de la lengua materna o de segundas lenguas– presenta una plataforma ideal para el desarrollo del pensamiento analítico.

Así como la escritura es la representación gráfica de una lengua sobre un soporte, la viñeta, en que se unen parte verbal y parte icónica, es también una fijación. La falta de espontaneidad a que se alude en el punto de partida implica una forma de comunicación discontinua o asincrónica. Su discontinuidad se entiende en contraste con el humor conversacional, en el que emisor y destinatario intervienen con sincronismo en respuesta a los mensajes recién formulados. La viñeta, en cambio, es un mensaje construido con una esmerada creatividad profesional ya que, entre otras cosas, su plasmación en un soporte la hace perdurable y única. Su permanencia espacio-temporal junto a la asincronía vinculada despoja a la

---

<sup>11</sup> Mehmet Rifat propone un nuevo espécimen en la cadena evolutiva correspondiente al hombre contemporáneo. Se trata del ‘Homo Semioticus’(1996: 41), un individuo desbordado por el bombardeo incesante de información por parte de los medios de comunicación. Según el autor, el nuevo eslabón se encuentra en una búsqueda constante de significados y su vida se entiende como una odisea de lectura de los mismos.

<sup>12</sup> Chiste conversacional, se entiende.

viñeta de la naturaleza social propia del humor conversacional. De hecho, mientras en el humor coloquial el efecto perlocutivo perseguido es desatar la carcajada del interlocutor, en el humor gráfico se aspira a obtener una sonrisa o una reflexión divertida. Por otra parte, la falta de coincidencia espacio-temporal entre emisor y destinatario obliga al creador gráfico a asegurarse de proporcionar el conjunto de los elementos clave que conforman el contexto dentro área limitado del encuadre de la viñeta con el fin de garantizar la interpretación deseada. Es decir, se trata de un proceso comunicativo intencionalmente más guiado que el discurso oral.

Además, consecuencia adicional de la plasmación en soporte de la viñeta es la disposición ilimitada de tiempo para su interpretación por parte del destinatario. Frente al humor coloquial, en el que las interferencias y vacíos en la comunicación suelen ser determinantes dado el carácter efímero de la conversación, el humor gráfico puede ser revisado, reinterpretado sin que ello desencadene un conflicto comunicacional. A este fin, la doble faz de la viñeta ejerce un efecto balanza; de un lado, la cara icónica aporta inmediatez a la interpretación, de otro, la cara verbal solicita de tiempo y destreza. A este respecto, McCloud alude a los cuadros como información recibida que no precisa de aprendizaje previo ya que su mensaje se recibe de forma inmediata. Por otra parte, los libros –y por extensión toda plataforma de lenguaje– son información percibida que requiere tiempo y un conocimiento específico para ser descifrada.

Cuanto más se abstrae el dibujo de “la realidad”, mayor nivel de percepción se requiere para entenderlo, como pasa con las palabras. Cuando las palabras son más directas y vigorosas, requieren un nivel inferior de percepción y se captan más deprisa, como si fueran dibujos. (McCloud, 1993: 49)

Así, el destinatario descifra progresivamente el contenido del encuadre, siguiendo en general un orden de izquierda a derecha y de la parte superior a la inferior, en consonancia con los mecanismos de lectura textual. La linealidad espacio-temporal del dibujo es alterada únicamente por un posible redireccionamiento en el lenguaje.

## 5. ESTILO DISTINTIVO

Como cuestión aneja, cabe considerar la capacidad asociativa del destinatario para percibir al creador de humor gráfico en el mensaje. Su autoría se manifiesta a través de un estilo individual gráfico y discursivo. En cambio, el aspecto estilístico en el humor conversacional admite variaciones en los elementos circunstanciales como la entonación, las imprecisiones lingüísticas respecto al original, etc. sin llegar a un cambio en la esencia del chiste. Todo ello se explica en base a la anonimidad del chiste conversacional, no en vano denominado popular por Vigara (1994). En efecto, se trata de un producto del folclore y, como tal, carece de autor

señalado aunque sí da a conocer a múltiples intérpretes ocasionales, sobre todo en el caso del chiste conversacional oral. Al mismo tiempo, la presencia de rasgos de identidad del autor actúa como soporte en que el destinatario se apoya para reducir el coste cognitivo que representa la clasificación automática y posterior interpretación de los mensajes. De hecho, este argumento se asume en disciplinas tan estrictas en la observación del lenguaje como los estudios de procesamiento del lenguaje en el ámbito judicial (Barnett, L. L., y Cotter, T. F., 2007: 1537). De esta forma, el lector se rige por los principios de economía cognitiva en equilibrio con el máximo número posible de implicaciones contextuales asociadas a la viñeta a fin de hallar la relevancia óptima (Sperber, D. y Wilson, D, 1986) de cada mensaje multimodal.

Así pues, tomando como unidad el chiste gráfico es posible establecer analogías entre viñetas de un mismo autor. Dichas similitudes afectan a una amplia variedad de recursos: desde el tipo de mecanismos lógicos (LM) empleados, como a los blancos o focos del chiste, las estrategias narrativas, el lenguaje o las situaciones. Entonces, es posible establecer una clasificación de los recursos que guían la identificación del autor mediante una escisión en rasgos estilísticos y preferencias temáticas. El primer subconjunto cubre las LM, las estrategias narrativas y el lenguaje mientras que el segundo subgrupo contempla los blancos y las estrategias. De esta manera, se abarcan todas las fuentes de conocimiento enumeradas por la GTVH (General Theory of Verbal Humor) (Attardo, S. y Raskin, V., 1991: 132) a excepción de la oposición de marcos cognitivos.

Ya se ha discutido el alcance del estilo característico de cada autor en el humor gráfico. En cuanto a las preferencias temáticas, resulta previsible que se trata de un condicionante del éxito del mensaje humorístico. Es decir, con un énfasis en la apreciación del humor, los blancos y situaciones predilectas de cada autor atraerán a un tipo de público y causarán el rechazo de otros grupos. Sobre este aspecto, sería útil sondear los blancos y situaciones más aceptados por diversos tipos de público. Por ejemplo, cabe esperar que los denominados chistes gráficos diseñados en una situación protagonizada por un fanático de la ciencia-ficción encuentren nula acogida fuera de este público específico, como muestra FIG. 4. No obstante, este es un tema muy amplio e interesante para futuras investigaciones, pero que el presente trabajo no aspira a resolver.



FIG. 4 - PREFERENCIAS TEMÁTICAS: VIÑETA DE ALBERTO MONTT

## 6. PRESENCIA LIMITADA DE ESPONTANEIDAD

Sobre la organización del discurso y de los elementos gráficos, en el humor gráfico hay una fase de elaboración de las viñetas previa a la exposición del producto al destinatario. En contraste, en el humor conversacional esta fase o es inexistente –en el caso de la improvisación– o es mínima; producción e interpretación se funden en la comunicación con la sincronía referida en el apartado § 4.2. Por ende, mientras que las estrategias de autocorrección y reformulación se dan de forma espontánea en el humor coloquial durante el discurso, en el humor gráfico la producción del mensaje está sometida de forma previa a un proceso detenido de reflexión, composición y modificación. El conjunto de estas medidas está destinado a asegurar las condiciones óptimas de transmisión del mensaje. Por lo tanto, en principio se trata de un mensaje más nítido en cuanto a corrección expresiva que la lengua oral; esta última, por su vivacidad intrínseca está sujeta a cortes, interferencias, incorrecciones, etc.

Poniendo énfasis en las particularidades del humor gráfico frente al humor conversacional, es necesario aludir a la participación del interlocutor en la construcción del discurso humorístico en su vertiente dialógica. En la conversación cotidiana la unidad de análisis es el diálogo, pero para conformar el mismo no es necesario que todos los enunciados sean humorísticos. Así, el hablante y su interlocutor deciden alternativamente, en sus turnos de palabra, si deciden insertarse en el modo humorístico o si por el contrario optan por mantener un modo no humorístico. Se trata, entonces, de un producto colaborativo en el que, aunque uno de los interlocutores tome la iniciativa o participe de forma más activa en la conversación, no es el autor del resultado final.

Esta circunstancia, más esperable en el diálogo ordinario –humorístico o no–, se da también en otras formas del discurso humorístico que a priori son consideradas más unidireccionales, como es el caso del teatro humorístico o el monólogo humorístico. Por ejemplo, en algunas actuaciones teatrales ocurre que el sentido de la representación emerge no del locutor como autor exclusivo, sino que es el producto de un proceso colaborativo en que el receptor toma un papel activo (Goodwin, 1986: 583). En estos casos, el papel del público es crucial no solo como destinatario del producto final sino también como co-constructor<sup>13</sup> del mismo. Aun así, la participación del interlocutor en los monólogos no siempre es algo positivo. De hecho, la mayoría de las intervenciones pueden convertirse en interrupciones llevadas a cabo por la figura denominada *heckler* o espectador molesto. Habitualmente, sus acciones se limitan a acosar al locutor con preguntas o, en otras palabras, su discurso es una respuesta individual que se manifiesta a través del abucheo u otro tipo de declaraciones que implican desafiliación<sup>14</sup> (McIlvenny, 1996: 30).

En cambio, la viñeta suele presentarse en una forma acabada y completa. En ese estado, el receptor tan solo influye de forma indirecta en la creación del chiste gráfico. Es decir, repercute desde su margen de aceptación de ciertos esquemas como humorísticos; el autor tendrá en cuenta las combinaciones más exitosas a fin de obtener una gran acogida. Por otra parte, el destinatario participa además en el efecto perlocutivo perseguido. En esta línea, Carrasco (2005), basándose en las ideas de Freud (1967), recuerda que una de las finalidades perseguidas por el locutor del chiste es la de recibir a través de la risa del destinatario la novedad, de otro modo inaccesible para el creador (2005: 124). Aparte de las dos formas de colaboración aquí mencionadas, el humorista gráfico no aspira a mayor participación por parte del público.

En todo caso, cabe destacar los procesos en que, en contra de lo esperable, el dibujante busca la interacción con su público. En este tipo de mensajes, ocurre algo similar al acuerdo participativo que se produce en el monólogo humorístico cuando se permite la participación del público para moldear la obra (George Carlin apud. Carr, J. y Greeves, L., 2006). Cabría preguntarse hasta qué punto la aportación del lector puede ser comparablemente espontánea, en línea con lo aducido hasta ahora, pero desde luego se trata de un recurso actual en auge. Su interés reside en la involucración activa del público que deriva en un estímulo intelectual más

---

<sup>13</sup> En palabras de Goodwin: “an audience is both shaped by the talk it is attending and helps shape what will be made of that talk” (1986: 311).

<sup>14</sup> Bell (2002: 26-28) señala la afiliación como una de las funciones adicionales del humor –la esencial sería divertir o entretener. En este sentido, el abucheo puede considerarse un desvío de la dirección funcional del humor.

gratificante<sup>15</sup> tras el esfuerzo cognitivo invertido en la resolución de la incongruencia, bien en un mensaje más directo a través de mecanismos de personalización (Vid. FIG. 5) pero también –y esta es su peculiaridad– en la creación de la misma.



FIG. 5 –VIÑETA INTERACTIVA. OBRA DE ALBERTO MONTT

Además, en el humor conversacional es habitual la integración de referencias al interlocutor –ya sea directamente, ya sea a través de personajes que encarnan las singularidades del mismo<sup>16</sup>. Por alusiones, el interlocutor que se halla presente, puede reaccionar ante el retrato ofrecido por el locutor interviniendo en la conversación (Goodwin, 1982). Por su parte, la viñeta como plataforma no ofrece esta posibilidad, por lo que resulta ciertamente opaco averiguar si el mensaje ha resultado ofensivo para los lectores a los que se ha expuesto. En este sentido, se ponen de manifiesto una vez más las reducidas posibilidades de espontaneidad del género y sus implicaciones más inmediatas en relación con el proceso de creación-recepción.

## 7. CONCLUSIONES

En resumen, el presente estudio se ha ocupado de indagar los rasgos distintivos de la viñeta frente al humor conversacional. En concreto, ha analizado los grados de espontaneidad que admite cada uno de los

<sup>15</sup> "El término interacción sugiere, en su propia etimología, la idea de una acción mutua, recíproca. Aplicada a las relaciones humanas, esta noción obliga a considerar la comunicación como un proceso circular en el que cada mensaje, cada comportamiento de un protagonista, funciona como un estímulo sobre su destinatario y da lugar a una reacción que, a su vez, se convierte en un estímulo para el primero." (Baylon, C. y Mignot, X., 1996: 209).

<sup>16</sup> A este respecto, Villegas Uribe (2013: 36) presenta al personaje caricatográfico o protagonista de la viñeta como un referente que provoca la empatía del lector estableciendo de forma instantánea vínculos afectivos con el mismo por su función espejo.

subgéneros humorísticos evaluados –chiste gráfico y chiste conversacional. Además, como implicaciones derivadas de la escasa espontaneidad relativa de la viñeta ha destacado sus ventajas en la reflexión sobre el lenguaje y el valor del empleo de estrategias en la comunicación. Así, a través de una serie de características adscritas a la viñeta –apoyo visual, marco temporal ilimitado, estilo distintivo y presencia limitada de espontaneidad– ha fundamentado con argumentos y ejemplos la calidad explícita de este tipo de muestras en el reconocimiento del humor.

Los resultados confirman la hipótesis inicial de una capacidad restringida en la espontaneidad del humor gráfico en un análisis contrastivo con el humor conversacional. Además, este rasgo ha demostrado su papel relevante en el reconocimiento y apreciación del humor. Por ello, consideraciones como las expuestas a lo largo del artículo deberían ser tenidas en cuenta para evitar casos de humor fallido. Otro aspecto positivo fruto del presente estudio es la adición de los contextos espacio y tiempo específicos en la viñeta a la escasez de espontaneidad como condicionantes de la respuesta del destinatario. También el rasgo autoría ha demostrado una capacidad de alteración de la respuesta en el público. En efecto, el examen de la variable espontaneidad condujo la atención del trabajo hacia sus características colindantes como requisito indispensable en la valoración del conjunto. Todas ellas perfilan un esbozo de las peculiaridades del humor gráfico y su influencia la acogida por parte del destinatario.

Debido a limitaciones espaciales del medio de publicación, este trabajo no responde a la totalidad de las preguntas que el área de estudio plantea. Más bien se centra en la consecución de unos objetivos concretos formulados en la introducción y punto de partida. No obstante, ello no constituye un menoscabo sino que abre camino a futuras investigaciones. Entre ellas, una taxonomía de los diversos grados de espontaneidad esperables de cada subgénero humorístico constituiría un avance en esta línea. También resultaría útil someter a un experimento práctico la respuesta de un número de participantes a muestras de humor gráfico y conversacional de forma contrastiva o medir el peso de diversas variables sociolingüísticas en su apreciación de una serie de viñetas. De hecho, estos trabajos están en curso, producto de un interés académico en profundizar sobre la línea emprendida.

#### REFERENCIAS

ATTARDO, S. (2001): *Humorous texts: a semantic and pragmatic analysis*, Berlin: Mouton de Gruyter.

ATTARDO, S. y V. RASKIN (1991): "Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model", *Humor:*



- International Journal of Humor Research*, 4, 3-4, pp. 293-347.
- BAKHTIN, M. M. y HOLQUIST, M. (1981): *The dialogic imagination: four essays*, Austin: University of Texas Press.
- BARNETT, L. L. y COTTER, T. F. (2007): "Authorship, Audiences, and Anonymous Speech", *Notre Dame Law Review*, 82, pp. 1537-1603.
- BAYLON, C. y MIGNOT, X. (1996): *La comunicación*, Madrid: Cátedra/Signo e imagen.
- BELL, N. D. (2002): *Using and understanding humor in a second language: A case study*. Doctoral dissertation, University of Pennsylvania, Michigan: ProQuest.
- BOWER, T. G. R. (1984): *Psicología. El desarrollo en el niño*, Volumen 5, Madrid: Unigraf.
- CARBAJAL CARRERA, B. (2012): "Me parto y me mondo. Estudio pragmático-discursivo del chiste aplicado a la clase de ELE", *RedELE*, 13. Publicación electrónica: <http://www.mecd.gob.es/redele>
- CARBAJAL CARRERA, B. (2012): "Aplicaciones del enfoque funcional en la enseñanza de humor en la clase de ELE", *Voces Hispanas*, 9, pp. 11-16.
- CARBAJAL CARRERA, B. (2011): "Esbozo de las marcas identificadoras del chiste en la clase de ELE", *Interlingüística XXII - Actuales líneas de investigación en el panorama internacional de los jóvenes lingüistas*, Salamanca: LusoEspañola de ediciones, pp. 183-198.
- CARR, J. y GREEVES, L. (2006): *The naked jape: Uncovering the hidden world of jokes*, London: Michael Joseph.
- CARRASCO SANTANA, A. (2005): *El humorismo, técnica de cortesía: estudio pragmalingüístico del humorismo conversacional entre españoles desde la óptica freudiana*, Valladolid: Universitas Castellae.
- CARRELL, A. (1997): "Joke competence and humor competence", *Humor: International Journal of Humor Research* 10, 2, pp. 173-85.
- CRYSTAL, D. (1985): *A dictionary of linguistics and phonetics*, Oxford: Blackwell.
- DE SANTIAGO GUERVÓS, F.J. (2005): "Retórica, pragmática y lingüística de la comunicación", *Revista De Investigación Lingüística*, 7, pp. 177-208.
- ECO, U. (1985): "On the Contribution of Film to Semiotics", G. Mast y Cohen, M. (eds.): *Film Theory and Criticism*, New York: Oxford University Press
- FERNÁNDEZ, S. (2010): "El desarrollo de la función lúdica en el aula", *Antología de los encuentros internacionales del español como lengua extranjera*. Las Navas del Marqués: Marcoele. Publicación electrónica: <http://www.marcoele.com>
- FREUD, S. (1967): *El chiste y su relación con lo inconsciente, Obras completas*, Madrid: Biblioteca Nueva, vol. 1, pp. 825-937.
- GUTIÉRREZ ORDOÑEZ, S. (2000): *Comentario pragmático de textos de desecho*, Madrid, Arco/Libros.
- GOODMAN, N. (1969): *Languages of Art*, Oxford: Oxford University Press.
- GOODWIN, C. (1986): "Audience diversity, participation and interpretation", *Text - Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse*, 6, 3, pp. 283-316.

- GOODWIN, M. H. (1982): "Processes of dispute management among urban black children", *American Ethnologist*, 9, pp. 76-96.
- GRICE, H. P. (1975): "Logic and conversation", Cole, P. y Morgan, J. L.: *Syntax and Semantics*. New York: Academic Press, 3, pp. 41-58.
- HEMPELMANN, C. F. y SAMSON, A. C. (2008): "Cartoons: Drawn jokes?", Raskin, V.: *The Primer of Humor Research*, Berlin/New York: Mouton de Gruyter, pp. 609-640.
- HENNESSEY, B. A., y AMABILE, T. M. (2010): "Creativity", *Annual Review of Psychology*, 61, pp. 569-98.
- LESTER, P. M. ([1996] 2006): *Visual Communication Images with Messages*, Boston: Cengage Learning.
- MCILVENNY, P. (1996): "Popular Public Discourse at Speakers' Corner: Negotiating Cultural Identities in Interaction", *Discourse & Society*, 7, 1, pp. 7-37.
- MCILVENNY, P. (1996): "Heckling in Hyde Park: Verbal audience participation in popular public discourse", *Language in Society*, 25, 1.
- MCCLOUD, S. ([1993] 2009): *Entender el Cómic: El arte invisible*, Bilbao: Astiberri.
- PELLEGRINO AVENI, V. (2005): *Study Abroad and Second Language Use*, Cambridge: Cambridge University Press.
- PADILLA GARCÍA, X. A. (2006): "Claves para enseñar la ironía en la clase de ELE: de la competencia comunicativa a la competencia intercultural", *Verba*, pp. 275-303.
- RIFAT, M. (1996): *Homo-Semioticus*, Istanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- SAUSSURE, F. (1916): *Cours de linguistique générale*, Paris - Lausanne: Payot.
- SPERBER, D. y WILSON, D. (1986): *Relevance: Communication and Cognition*, Oxford: Blackwell.
- TARONE, E. (2000): "Getting serious about language play: Language play, interlanguage variation, and second language acquisition", Swierzbinska, et al. (eds.): *Social and Cognitive Factors in Second Language Acquisition: Selected Proceedings of the 1999 Second Language Research Forum*, Somerville, MA: Cascadilla Press, pp. 31-54.
- VIGARA TAUSTE, A. M. (1994): *El chiste y la comunicación lúdica: lenguaje y praxis*, Madrid: Ediciones libertarias.
- VILLEGAS URIBE, C. A. (2013): "El aporte de Ana María Vígara Tauste al nuevo paradigma de la caricatura. Semiótica, caricatografía y narrativa vital", *Espéculo*, 50, pp. 29-39.

## FUENTES

- BIS/ITEF - Banco de imágenes y sonidos del Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y Formación del Profesorado. Ministerio de Educación y Ciencia. Publicación electrónica: <http://recursostic.educacion.es/bancoimagenes/web/>, (Fecha de consulta: 05/11/2012).
- Montt - Obra de Alberto Montt. Disponible en <http://www.dosisdiarias.com/> Publicación electrónica (Fecha de consulta: 12/09/2012).