



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

El chiste : un acercamiento desde un punto de
vista pragmático

The joke: an approach from a pragmatic point
of view

Autor/es

Adrián Lizano Cólera

Director/es

Margarita Porroche Ballesteros

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
2017

Resumen

En nuestro trabajo de fin de grado nos ocupamos del tema del humor verbal desde un punto de vista comunicativo. Intentaremos explicar por qué nos hacen gracia los chistes. Para que el chiste tenga éxito son necesarios dos participantes: emisor y receptor que se incluyen dentro de un marco, generalmente, lúdico, en el que el receptor, mediante un proceso inferencial, consigue revelar la «trampa» en la que se basa el chiste. El emisor a través de varios mecanismos y recursos discursivos, oculta la trampa. Todas estas cuestiones se estudian desde un punto de vista pragmático en el que cobra especial importancia el contexto comunicativo.

Palabras clave: modelo inferencial, humor verbal, contexto, pragmática, incongruencia.

Abstract

In our final degree project, we are taking on the verbal humour theme from a communicative point of view. We are trying to explain why jokes make us laugh. We need two participants in order to find a joke successful: sender and receiver, where both are included in a framework, usually, in a playful one where the sender, through an inferential process, manages to reveal the «cheat» that makes the joke funny. The sender hides the cheat through several discursive ways and means. All of these questions are going to be studied from a pragmatic point of view where the communicative context takes meaningful importance.

Keywords: inferential model, verbal humour, context, pragmatics, incongruity

Índice

0. Introducción	1
1. El humor verbal	2
1.1 Las diferencias entre lo cómico, lo humorístico y lo gracioso	2
1.2 Tres teorías sobre el humor verbal	4
1.2.1. Teoría de la superioridad	4
1.2.2. Teoría de la descarga	5
1.2.3. Teoría de la incongruencia	6
1.3 Principales características del humor verbal	7
1.3.1. El distanciamiento	7
1.3.2. La incongruencia o disonancia cognitiva	9
1.4 ¿Para qué se utilizan los enunciados humorísticos?	9
2. El chiste	10
2.1 El chiste lingüístico: concepción y características principales	10
2.2 El chiste en el esquema comunicativo como resultado de un proceso inferencial	13
2.2.1. El emisor y el receptor	13
2.2.2. El contenido y el contexto	15
2.2.3. El código	15
2.3 La estructura del chiste y la importancia del proceso inferencial	16
2.4 El chiste visto desde las principales teorías pragmáticas	17
2.4.1. El principio de cooperación de Grice	18

2.4.2. La teoría de la pertinencia	22
2.4.3. La teoría de los actos de habla	23
2.4.4. La teoría de la cortesía	25
2.5 Mecanismos del lenguaje humorístico	26
2.5.1. Relaciones paradigmáticas en contextos sintagmáticos: cadenas sinonímicas	26
2.5.2. Relaciones sintagmáticas: «desautomatización» de frases hechas	29
2.5.3. Mecanismos retóricos	30
2.5.3.1. La comparación	31
2.5.3.2. La hipérbole	31
2.5.3.3. Oxímoron y paradoja	32
2.5.3.4. La metáfora	32
2.5.4. Mecanismos pragmáticos y argumentativos	33
2.5.4.1. Presuposiciones e implicaturas	33
2.5.4.2. Actos de habla	35
3. Conclusiones	36
4. Bibliografía	37

0. Introducción

El objetivo principal del presente trabajo es estudiar los recursos y mecanismos de los que se sirve el emisor a la hora de codificar un enunciado humorístico.

Consideramos que el humor hoy en día, en la sociedad en que vivimos, es una necesidad tan básica como el comer, el sexo o relacionarnos socialmente. A menudo utilizamos el humor como una herramienta que nos permite acceder a ciertas situaciones, experiencias o razonamientos a los que no conseguiríamos llegar de otra forma. Esto es, el humor es una forma o actitud de afrontar la vida. Como dice Vigara Tauste (2004: 94):

Como capacidad humana universal, (el humor) se experimenta como una vivencia personal o intransferible y puede, como la sensibilidad artística, mejorar con un buen entrenamiento. Nos permite además disfrutar en un grado mayor o menor, según lo desarrollado que lo tengamos, de esa «relativización» propia o ajena. Y de él depende en gran medida nuestra reacción ante los estímulos externos y ante las personas.

Para poder disfrutar del humor, habrá que empezar a reírse de uno mismo, si no nunca llegaremos a comprenderlo y a regocijarnos en él.

En el trabajo que aquí presentamos se aborda el tema del humor desde un punto de vista amplio y general. Nuestro estudio se divide en dos partes: una dedicada al humor verbal y otra en la que nos ocupamos del chiste.

En la parte dedicada al humor verbal, intentamos caracterizarla, examinamos algunas teorías que lo estudian y consideramos las diferencias entre lo cómico, lo humorístico y lo gracioso.

En la parte dedicada al chiste, lo definimos, lo analizamos teniendo en cuenta los elementos del esquema comunicativo y en relación con distintas teorías pragmáticas, consideramos la importancia que en la interpretación de los chistes tiene el proceso inferencial. Además presentamos los principales mecanismos lingüísticos, retóricos y pragmáticos en los que se basa el efecto humorístico del chiste.

En nuestro trabajo, realizaremos un estudio sobre el chiste oral. En ningún momento tendremos en cuenta aquellos chistes que aparecen en un soporte escrito o gráfico porque en estos chistes el humor se genera no solo con las palabras, sino también a través de la imagen.

Por último queremos señalar que no se ha trabajado con ningún *corpus* en concreto a la hora de realizar el trabajo, sino que los ejemplos que se aportan han sido extraídos de las diferentes páginas de Internet que se mencionan con cada ejemplo, o bien han sido tomados de la bibliografía consultada.

1. El humor verbal

1.1. Las diferencias entre lo cómico, lo humorístico y lo gracioso

El origen del concepto «humor» se remonta a la Antigüedad Clásica. El nacimiento del concepto lo encontramos en Hipócrates y en sus teorías médicas, en las que afirma que el cuerpo humano está constituido por una serie de fluidos, conocidos como los «cuatro humores», los cuales son responsables del estado de ánimo y forma de ser del individuo (Escarpit, 1962 *apud* Hidalgo e Iglesias, 2009: 425).

El concepto «humor» también fue objeto de estudio por parte de filósofos como Platón o Aristóteles, quienes afirmaron que el humor estaba relacionado con la ridiculización de defectos ajenos, sin llegar a una manipulación brusca y degradante del sujeto que es objeto del enunciado

Aristóteles, junto a otros pensadores como Cicerón o Quintiliano, también comenzó a proponer algunas clasificaciones sobre los mecanismos de humor verbal (Attardo, 1994b *apud* Hidalgo e Iglesias, 2009: 425). Puede decirse pues que es en el mundo grecolatino donde surge el germen de lo que actualmente denominamos «humor».

Actualmente, a la hora de trabajar en el ámbito humorístico verbal, vamos a encontrar una serie de problemas que dificultan su estudio, como pueden ser la existencia de distintas disciplinas y perspectivas que se centran en él como objeto de estudio (psicología, antropología, pragmática...) o las distintas denominaciones con las que se hace referencia al humor (Attardo, 1994b apud Hidalgo e Iglesias, 2009: 425).

En nuestro trabajo comenzaremos por delimitar el campo de estudio y establecer las diferencias existentes entre los términos: «humorismo», «humorista» y «comicidad que, aunque están intrínsecamente relacionados, presentan diferentes matices que nos permiten distinguir su significado. Para ello, partiremos de las ideas que aporta Ana María Vigara en sus estudios sobre el chiste (Vigara, 1994).

Dicha autora sostiene que lo «cómico» no es otra cosa que todo aquello que muestra una cierta capacidad para divertir o provocar la risa, bien exista o no una intención previa de suscitarla (Vigara, 1994: 17). Un ejemplo de algo cómico sería el momento en el que, sentados en la mesa y en disposición de cenar, se le abre el salero a un familiar y, en consecuencia, derrama toda la sal por encima de la comida. Se trata de un «accidente doméstico» con el que muy probablemente los presentes comenzarían a reír.

Y es que la «comicidad» no es algo que se posee, sino que se muestra ante los ojos de la gente, en términos de resultado de una acción. Un hecho puede presentar o no comicidad, pues todo dependerá de las circunstancias contextuales en las que tiene lugar la acción (Vigara, 1994:18).

Si hablamos ahora acerca del término «humorismo», sería muy difícil aplicar la característica de «humorístico» al acto que acabamos de describir. Y es que lo humorístico tiene que ver más con el acto discursivo que con la realización de una acción. El rasgo principal que va a caracterizar al humorismo va a ser la intencionalidad. Vigara define el término «humorismo» como «resultado de la intención de ser/resultar (más o menos) cómico».

Y es aquí donde entra la figura del «humorista», reconocida como una profesión en el mundo laboral donde cada vez está cobrando más relevancia. En la figura del humorista va a haber una intención de resultar cómico y de ser reconocido públicamente como tal. Sin embargo, dado el caso de que tuviéramos un cartero que, al venir todos días a entregar el correo, nos hiciera alguna broma o nos dijera cualquier tipo de comentario chistoso, no diríamos que esa persona es «humorista», sino más bien gracioso o divertido; esto es, diríamos que tiene «sentido del humor» (Vigara, 1994:18). Vemos pues cómo el término «humorista» tiene un uso muy delimitado en el ámbito del humor verbal.

1.2. Tres teorías sobre el humor verbal

En la actualidad, a la hora de hablar sobre el «humor», vamos a encontrar diferentes definiciones las cuales se apoyan en distintas teorías. Tres van a ser las perspectivas principales desde las que vamos a poder estudiar el humor verbal: la teoría de la superioridad, la teoría de la descarga y la teoría de la incongruencia. Aunque nosotros solo nos centraremos en esta última y explicaremos brevemente la postura que defienden las dos primeras.

1.2.1. Teoría de la superioridad

Como señala M^a Ángeles Torres Sánchez (1999:10), esta teoría defiende que «toda experiencia humorística surge como manifestación del sentimiento de superioridad del hombre hacia el hombre, e incluso hacia uno mismo en un momento determinado». Esta teoría estaba presente ya en la Antigüedad Clásica, desarrollada por Aristóteles, quien creía que el humor era producto de la contemplación de ciertos defectos físicos o mentales en segundas personas.

De esta forma se experimentaba un sentimiento de triunfo o superioridad respecto al prójimo, lo cual producía risa. Posteriormente, autores como Hobbes o Bergson (1989) han desarrollado esta teoría con la que sostienen que el humor y sus diversas manifestaciones no son más que ataques discursivos del emisor hacia un interlocutor con el que se pretende poner en relevancia la inferioridad de su persona (Attardo, 1994b *apud* Hidalgo e Iglesias, 2009: 432).

Hobbes (*vid.* Ross, 1998 *apud* Hidalgo e Iglesias, 2009: 432) defiende que la risa nace de la comparación de los defectos entre dos personas y que la persona más preparada para experimentar este tipo de humor es aquella que se ríe de sus propias carencias o imperfecciones, lo cual le sirve para recrearse con los complejos e inseguridades de esas personas que viven atormentadas por sus defectos.

En relación con esta teoría, encontraríamos también algunos subgéneros del humor como son la parodia, la sátira o la ironía, a través de los cuales se ataca a las diferentes prácticas del poder, con más o menos explicitud. Estos subgéneros sirven pues para adoptar una postura crítica frente a diversos organismos o instituciones como pueden ser el gobierno o el ejército, destacando sus debilidades o aspectos más grotescos y vergonzosos. Sin embargo, esta práctica no implica necesariamente una conciencia de superioridad o deleite de la desgracia ajena (Hidalgo e Iglesias, 2009: 433).

1.2.2. Teoría de la descarga

Esta teoría tiene como base de sus ideas la figura del creador del psicoanálisis, Sigmund Freud. Este autor entiende el humor como una forma que responde a una necesidad fisiológica de liberarse de la tensión sexual y de otros tópicos como la muerte, los cuales ejercen día a día una fuerza constante en nuestra mente. La fuerza sensorial que ejercen dichos conceptos en nuestra psique se va a traducir en una energía acumulada que solo va a ser posible liberar en forma de risa (Torres, 1994: 14).

La sociedad en la que vivimos se erige como una fuerza opresora, por la cual estamos constantemente pensando en aquello que vamos a decir o a hacer, con el fin de que la imagen de los interlocutores no resulte afectada. Sin embargo, a través del humor vamos a poder tratar temas, sentimientos o situaciones que en ciertos momentos de la vida cotidiana no nos está «permitido» mencionar. En términos conversacionales esta postura nos remite a la famosa teoría de la cortesía de Lakoff (1989) que posteriormente veremos.

La teoría de la descarga nos vendría a decir que a través del humor se pueden tratar tabúes o asuntos escabrosos sin que la imagen positiva del interlocutor se vea afectada. Sería imposible pensar que estas transgresiones sociales y morales pudieran darse en interacciones formales o discretas, dado que el emisor acabaría señalado por lo que acabara de decir (Keith-Spiegel, 1972; Defays, 1996; Ross, 1998 *apud* Hidalgo e Iglesias, 2009: 434).

1.2.3. Teoría de la incongruencia

Esta teoría se ha desarrollado principalmente a lo largo del siglo XX y desde diferentes puntos de vista. Afirma que la risa surge como resultado del contraste o desequilibrio entre lo que se enuncia y lo que se espera. Se trata pues de una ruptura de expectativas, la cual ha sido denominada con diferentes términos: «ruptura de isotopías» (Greimas, 1966), «oposición o conflicto de guiones», «marcos», «esquemas», etc. (Hidalgo e Iglesias, 2009: 435).

Desde un punto de vista pragmático, esta teoría va a ser la más importante para explicar el humor. El guión del que se parte es aplicable a la mayoría de enunciados humorísticos, entre los que se encuentra el chiste, nuestro objeto de estudio: va a ser el hablante quien con sus palabras guíe al interlocutor en la conversación, haciéndole creer una primera interpretación de su enunciado, para luego, en la recta final de su intervención, suscitar otra interpretación posible y, probablemente, muy diferente a la primera. La continuación de la primera lectura del enunciado conllevaría el fracaso de la comunicación humorística.

Por tanto, cuanto mayor sea la oposición entre los dos marcos presentados, más «violento» e ingenioso será el contraste (Hidalgo e Iglesias, 2009: 435).

Explicado de otra forma, va a ser el receptor quien, por medio de una serie de mecanismos inferenciales, interprete el enunciado del emisor como una actividad lúdica. Gracias a esta visión del receptor, la incongruencia inicial es interpretada correctamente y se constituye como la base del enunciado.

Es importante señalar que las consecuencias de esta disonancia cognitiva se pueden aplicar a cualquier nivel lingüístico, ya sea en el nivel fonético, fonológico, morfológico, semántico, sintáctico, pragmático, etc. Será en la parte más práctica de este estudio donde veremos cuáles son los diferentes mecanismos lingüísticos que se utilizan en la configuración del chiste como enunciado humorístico (Hidalgo e Iglesias, 2009: 435).

1.3. Principales características del humor verbal

1.3.1. El distanciamiento

Una de las características más relevantes a la hora de definir el humor verbal va a ser el distanciamiento. El reírse de alguien o algo, o incluso con alguien, solo va a ser posible cuando tanto emisor como receptor consigan distanciarse de aquello que se enuncia. Y es que va a ser muy difícil reírnos de algo que de una forma directa o indirecta afecte a nuestra forma de ser.

Este distanciamiento característico de todas las formas de humor verbal ha sido reconocido como un procedimiento importante muy recurrente en la crítica. Bien sea en formas agresivas como pueden ser la burla o la parodia, o bien en formas más pacíficas como la anécdota, el humor pretende acentuar los defectos e imperfecciones de la víctima del humor.

Al contemplar una acción desde una posición externa, todas las acciones pueden verse como posibles generadoras del humor, siempre y cuando exista la presencia de algo o alguien que se posiciona fuera del marco habitual en el que está (Hidalgo e Iglesias, 2009: 430). Por ejemplo, el hecho de presenciar el baile de unas mujeres en un tablado flamenco no suscita aparentemente risa en el espectador, sin embargo, si colocamos esa misma escena en el congreso de los diputados, muy probablemente el público la observará desde una posición de extrañeza, dado que es algo que se sale de la norma habitual. Esta descontextualización es un factor fundamental en la generación de risa en la interacción verbal.

En relación con el distanciamiento, característico de todas las formas de humor verbal, vamos a hablar del referente del enunciado humorístico, es decir, de aquello sobre lo que se habla. El referente del humor puede ser de dos tipos:

➔ **Identificable:** cuando el referente es algo o alguien que existe en la realidad, como un ente concreto. En numerosas ocasiones se le va a calificar con los términos de «víctima», «blanco» u «objetivo» (Norrick, 1993, Charaudeau, 2006 *apud* Hidalgo e Iglesias, 2009: 433). Se toman estos términos procedentes del ámbito bélico porque, de alguna forma, son metáforas agresivas que refuerzan nuestra concepción acerca del humor como ataque verbal.

Ej: - ¿Cómo viaja el presidente Donald Trump? - Obviamente usa el «Hair Force One» (accesible en línea en <http://www.1000chistes.com/chiste/cmo-viaja-el-presidente-donald-trump>, consultado el 24/10/2017).

➔ **No identificable:** en el caso en el que el objeto del humor es un ente abstracto, bien sea un estereotipo de persona, colectivo etc, o bien conductas, valores o posturas sociales.

Ej: Era un hombre tan egoísta, pero tan, pero tan egoísta... que no prestaba ni atención (accesible en línea en <https://www.periodicoelgancho.com/chistes/chistes-de-tan-tan-que/>, consultado el 24/10/2017).

1.3.2. La incongruencia o disonancia cognitiva

En cuanto al mecanismo en torno al cual se configura el enunciado humorístico, diremos que es la ya mencionada incongruencia o disonancia cognitiva. El éxito o fracaso del enunciado va a depender de la relación que se establezca entre esta disonancia cognitiva y el contexto, otro de los elementos clave en el humor. En la mayoría de ocasiones el receptor va a tener que recurrir a elementos contextuales a través de los cuales podrá inferir el verdadero significado que se quiere transmitir.

1.4. ¿Para qué se utilizan los enunciados humorísticos?

Cabe resaltar también los usos y finalidades de los enunciados humorísticos en la vida cotidiana. La primera finalidad de un enunciado humorístico va a ser la de concebir dicho enunciado como algo lúdico o divertido, con el fin de reforzar o estrechar lazos entre los participantes de la conversación. Sirve pues para crear un ambiente de confianza y desinhibición en el que la imagen positiva de los participantes no resulta afectada, al contrario, sale fortalecida. Esta es la cara positiva del humor, la cual la podemos encontrar tanto en situaciones personales, como pueden ser las conversaciones familiares o entre amigos, como en situaciones públicas o profesionales, bien sea en una reunión laboral, en una visita al dentista o en una llamada telefónica a tu compañía de seguros (Hidalgo e Iglesias, 2009: 443).

La instauración de un marco lúdico o recreativo en la conversación va a exigir un distanciamiento de lo serio y de todas aquellas normas impuestas por la sociedad en la que vivimos. En relación con lo que acabo de mencionar existe una segunda finalidad del humor, que es la de amortiguar o suavizar situaciones de potencial conflicto que podrían dañar nuestra imagen positiva de cara a la sociedad. Atendiendo a estas consideraciones, tendremos que tener en cuenta el concepto de «ambigüedad», que, «unida a la intención juguetona del locutor, permite que sean aceptados actos de habla que, sin él, supondrían un riesgo para el equilibrio de las imágenes de los participantes» (Hidalgo e Iglesias, 2009:444).

Siguiendo la línea recreativa propuesta, en muchas ocasiones algunos de estos enunciados se pueden considerar como una especie de pruebas de ingenio propuestas al receptor, con el fin de mantener su imagen en la conversación (Hidalgo e Iglesias, 2009:444).

Mientras tanto, en la cara negativa del humor, encontraríamos los usos verbales que se utilizan como «arma arrojadiza» contra algo o alguien. En estas situaciones los receptores no perciben la intención humorística del emisor, sino que el enunciado es visto como un ataque o agresión verbal. En estos casos se acrecienta la crueldad e insensibilidad, y, por tanto, el humor fracasa. Sin embargo, habrá chistes, parodias, burlas, sátiras, etc, con las que se saquen a la luz ciertos fallos, carencias o defectos que supongan un ataque a la imagen pública de individuos o grupos sociales, pero no se destaque su lado agresivo, sino su lado más cómico (Schegloff, 1987 *apud* Hidalgo e Iglesias, 2009: 444).

Con este último apunte doy por concluida esta primera parte del trabajo, en la cual se han expuesto de forma breve las principales características del humor verbal, así como algunos datos en referencia al origen del término y algunas teorías que trabajan con nuestro objeto de estudio. A continuación hablaremos sobre el «chiste», entendido como uno de los posibles resultados de la práctica del humor.

2. El chiste

2.1. El chiste lingüístico: concepción y características principales

A la hora de hablar sobre el chiste lingüístico, basaremos nuestro estudio en la definición que Ana María Vigara (1994) nos propone:

En el marco de una tipología general de discursos, el chiste es un subgénero humorístico y pseudoliterario, que se mueve habitualmente en el terreno de la ficción y se define por su función lúdica, su intencionalidad cómica, su brevedad, su efecto sorpresa y su “cierre” previsto (Vigara, 1994: 24).

Como ya sabemos, un buen chiste va a conllevar en la mayoría de las ocasiones un esfuerzo fisiológico, más conocido como «risa». Esta no debe confundirse con la «sonrisa» pues son conceptos diferentes. Siguiendo a Vigara (1994) trataremos ambos términos como elementos de una escala gradual. La «sonrisa» implicaría una menor interrelación con el enunciado, es decir, esta se podría producir con el fin de «quedar bien» con el interlocutor ante una comprensión inexistente del chiste o simplemente cuando este no suscita ningún tipo de efecto cómico en el receptor. En muchos de estos casos los objetivos que persigue el chiste podrían acabar con el efecto lúdico del mismo, o incluso llegar a producir resultados opuestos a los buscados. La sonrisa va a buscar pues la cohesión social, siempre y cuando exista una interacción directa y exitosa entre al menos dos miembros de la conversación (Celentano, 2017: 37). La «risa» se vendría a entender como un producto intelectual que resulta de un «fallo mecánico», es decir, la famosa «incongruencia». La risa requiere de un mayor esfuerzo fisiológico por parte del receptor que la sonrisa y se dice que tiene grandes beneficios para la salud, debido a la activación de movimientos circulatorios corporales (Vigara, 1994: 24). Ceccarelli (1988) sostiene que la risa «es el signo externo de la ridiculización de la víctima cómica, proporciona una información objetiva, definitiva, de exclusión y castigo del objeto ridiculizado».

La definición del chiste de Ana María Vigara nos permite diferenciarlo de otros subgéneros humorísticos como pueden ser el dicho espontáneo, los sucesos graciosos o festivos, el chascarrillo, burla, etc. El chiste es un texto oral o gráfico que presenta una intención comunicativa, es decir, no surge espontáneamente, como ocurre con muchos de otros subgéneros (la ocurrencia, la gracia...), dado que está configurado como un texto en la mente del interlocutor, aunque a la hora de formularlo puede adoptar diferentes formas. Es decir, el chiste como texto tiende a una fijación en el contenido, pero no en la forma. Como explica Vigara en su estudio: «el chiste no “se hace”: se cuenta» (Vigara, 1994: 24).

Breve como el chiste va a ser también la «anécdota», sin embargo esta se erige sobre el plano de la realidad y no siempre tiene como fin la búsqueda de la comicidad. Normalmente suele ser una curiosidad que sirve para aconsejar o instruir. Además en el trasfondo de la anécdota encontramos «bula», como en el chiste. Es decir, no la vamos a tomar en serio. Vamos a poder contarla sin sentir ningún tipo de vergüenza o sonrojo y, como dice Vigara, normalmente, no va a tener consecuencias (*ibid*: 26).

Quizás el subgénero humorístico que más similitudes guarda con el chiste sea el «chascarrillo». Ambos «se cuentan» y son breves, sin embargo el chascarrillo se acerca mucho más a lo que conocemos como «refrán» o «dicho popular», pues es un enunciado ingenioso que suele abordar un tema popular y útil para la vida. El chascarrillo, por tanto, no va a tener una función lúdica tan marcada como el chiste y culpa de ello la tiene la carencia de un «efecto-sorpresa», dado que si por algo se caracteriza el chascarrillo es por su explicitud (*ibid*: 27). Estos son algunos de los enunciados que Vigara (*ibid*: 27) considera como chascarrillos:

- ➔ Cuando yo tenía dinero me llamaban don Tomás, ahora que no tengo cuartos me llaman Tomás na más.
- ➔ Dichoso y afortunado el que con cuernos tropieza, pues arrastra con los pies lo que otros con la cabeza.
- ➔ Hay tantos gustos como culos, que cada uno tiene el suyo.

Como puede apreciarse, tratan temas a los que se da mucha importancia en el día a día: el dinero, el adulterio o la variedad de naturaleza o carácter del propio individuo. De los chascarrillos se puede extraer una conclusión en base a una filosofía moral.

A modo de breve resumen diremos que las cuatro condiciones básicas para considerar un enunciado como «chiste» son la brevedad, la autosuficiencia semántica, la fijación en su reproducción y su función exclusivamente lúdica. A su vez, van a ser importantes el canal que se utilice, el contexto en el que se inscriba y las estrategias discursivas generadoras de la ambigüedad (*ibid*: 40).

Vamos a entender pues el chiste, en su sentido más amplio, no solo como creación o juego de palabras, sino como algo que abarca otras manifestaciones cómicas como las ocurrencias o dichos ingeniosos, pues al fin y al cabo son generadoras del humor dentro de la interacción verbal. Todos estos enunciados, antes de ser analizados como elementos gramaticales, deberían analizarse como elementos pragmáticos integrados en el proceso de comunicación y contexto comunicativo (*ibid*: 39). Es decir, el chiste no solo va a hacer gracia por su organización y contenido lingüístico, sino que, en muchas ocasiones, el humor se va a generar por el marco contextual en el que se genera el enunciado. Se produce pues un proceso inferencial a través del cual el chiste va a cobrar sentido y se va a reconocer su intención lúdica.

2.2. El chiste en el esquema comunicativo como resultado de un proceso inferencial

En este apartado ofreceremos una visión global de cómo se encuadra el chiste dentro del esquema comunicativo. Como hemos dicho anteriormente, más que en términos gramaticales, el chiste lingüístico se va a evaluar desde un punto de vista pragmático. No importa si su forma presenta una estructura ordenada y sus elementos son correctos o incorrectos; lo que verdaderamente importa es si el resultado es exitoso, o por el contrario, fracasa. Es decir, si hace reír o no.

Para enfocar y dar forma a estas ideas, partiremos de la existencia en la comunicación de un proceso inferencial, esto es, de la capacidad por parte del receptor de extraer sus propias hipótesis acerca del enunciado lingüístico, con el fin de garantizar el éxito del chiste.

2.2.1. El emisor y el receptor

El emisor y el receptor de la conversación en la que tiene lugar el chiste van a ser fundamentales. Estamos hablando del emisor, la persona que codifica y configura el chiste, y del receptor, quien se encarga de inferir el sentido del mismo a través de una serie de mecanismos. En nuestro caso, el hablante desea producir un enunciado humorístico, esto es, un chiste. Las finalidades pueden ser varias, como ya se ha visto anteriormente: función lúdica, crítica..., que a su vez pueden utilizarse dentro del marco comunicativo para rellenar silencios o facilitar el cambio de tema.

A la hora de producir el enunciado humorístico, el hablante va a utilizar una serie de indicadores que hacen que el receptor se percate de la intención del interlocutor. Attardo (2003) distingue dos tipos de indicadores:

- ➔ **Metacomunicativos:** son aquellos con los que el hablante hace explícita su intención, a través de una serie de enunciados del tipo: «esto es una broma», «voy a contar un chiste», «no lo digo en serio»...

➔ **Paracomunicativos:** se trata de elementos como pueden ser la entonación o algunos movimientos o gestos faciales que, aunque en sí mismos no transmiten la intención del emisor, pueden ayudar a comprenderla. Sin embargo no hay un consenso acerca de cómo es el tipo de entonación o movimientos gestuales que se emplean en cada tipo de enunciado humorístico, puesto que varían dependiendo del subgénero que se esté utilizando, ya sea el chiste, la anécdota, la burla, etc. No obstante, la ralentización a la hora de pronunciar y el mayor cuidado de la articulación son considerados elementos prosódicos relevantes en cualquier enunciado humorístico.

Resultan también llamativas algunas expresiones prototípicas de los chistes, las cuales se encuentran más o menos prefijadas dentro del ámbito humorístico y que ayudan a situar al receptor dentro de la dimensión del chiste. Me refiero a expresiones del tipo: «Esto que va uno...», «¿Qué le dice...?», «¡Mamá, mamá!», «Estaban un español, un inglés...». Cuando el receptor escucha el comienzo de dicho enunciado, inmediatamente capta la intención lúdica del emisor y se prepara para llevar a cabo un proceso inferencial. Se va a exigir pues que tanto emisor como receptor se sitúen dentro de esa dimensión lúdica para que el chiste tenga éxito.

Por tanto, «podemos decir que los hablantes anuncian efectivamente su intención humorística mediante recursos multimodales, que abarcan marcas no verbales, prosódicas, pragmáticas y lingüísticas» (Hidalgo e Iglesias, 2009: 441).

En el polo opuesto de la conversación vamos a encontrar la figura del receptor. Este va a ser el encargado de sacar a la luz la incongruencia en la que está basado el chiste. A la hora de hablar sobre dicho participante de la conversación, van a ser de relativa importancia aspectos como el tema, valores o ideas que se tratan en el chiste, pues depende de cómo calen en dicho sujeto, el chiste triunfará o fracasará. El emisor va a tener que compartir una serie de conocimientos o creencias con el receptor, a fin de que el chiste vaya por el buen camino.

2.2.2. El contenido y el contexto

En la sociedad en que vivimos, hablar de determinados temas o ideas está mal visto y pueden no considerarse apropiados para ser motivo de risas. Si el destinatario del chiste forma parte de un grupo o subgrupo que está siendo objeto de humor, puede no compartir el sentido del enunciado o incluso, en el caso extremo, puede sentirse ofendido. En este caso, el chiste, y, por tanto, su función lúdica, no habrían alcanzado el objetivo previsto. Por esto el emisor va a tener que prestar atención tanto al receptor directo del chiste, como a los posibles receptores ratificadores que puedan encontrarse cerca de la escena en la que se emite el enunciado humorístico. Esto explica el porqué un mismo chiste puede ser considerado gracioso por una persona y ofensivo por otra (Hidalgo e Iglesias, 2009: 437).

2.2.3. El código

El chiste lingüístico va a estar reproducido en un código lingüístico concreto, esto es, en un idioma, que, de manera casi necesaria, deben compartir emisor y receptor. En caso contrario, muy probablemente, se produciría una interferencia en la comunicación que llevaría al enunciado al fracaso. Como apunte importante en referencia al código, sería conveniente destacar la idea de que va a haber chistes que resultan adecuados para traducir a otros idiomas. Estos son los chistes que están fuertemente ligados al contexto extralingüístico:

Ejemplo: - Cariño, estás preciosa. - Dime algo que no sepa. - Aparcar (accesible en línea en <http://www.1000chistes.com/chiste/dime-algo-que-no-sepa>, consultado el 25/10/2017).

En este caso vemos cómo el contenido del chiste hace referencia a un saber extendido en la cultura occidental sobre el hecho de que las mujeres tienen menos destrezas a la hora de conducir, o, en este caso, aparcar el coche. Daría igual que el chiste lo contáramos en Inglaterra, Alemania o España. En el lado opuesto, tenemos los chistes cuya base del humor reside en la utilización de una serie de recursos lingüísticos relacionados con la ambigüedad, ya sea semántica, sintáctica, morfológica, etc.

Ejemplo: - Esta tarde me he comprado unas Nike en una tienda del centro - ¿Air Max? - Air muchax max (accesible en línea en <https://www.periodicoelgancho.com/chiste-me-he-comprado-unas-nike-en-la-tienda-de-deportes-de-el-centro/>, consultado el 25/10/2017).

En el chiste anterior la incongruencia reside en el hecho de que el emisor malinterpreta la pregunta del receptor, debido a la similitud morfológica y sintáctica del término «Air Max» con la pregunta «¿Hay más?». Este ejemplo solo tendría efectividad si se utiliza el código del español, puesto que, si lo traducimos a otro idioma, el chiste pierde toda la ingeniosidad.

No dedicaremos un apartado al canal mediante el que pueden transmitirse los chistes, puesto que, en el presente trabajo, nos ocupamos del chiste que se produce en el canal oral.

2.3. La estructura del chiste y la importancia del proceso inferencial

La estructura del chiste ha sido objeto de estudio por parte de autores como Greimas (1966) o Attardo (1994a). Greimas proponía la teoría de las isotopías en el nivel propiamente lingüístico del chiste:

El autor señala que los chistes tienen dos partes esenciales, cada una de las cuales cumple una función concreta: la narración, que presenta la primera isotopía, y el diálogo, que la rompe. El elemento crucial en los chistes que posibilita la colisión de isotopías es lo que Greimas denomina *el término conector* [...], que al mismo tiempo disfraza la oposición. La identidad, o la simple similitud, de una representación fonológica, puede cumplir la función de término conector, como ocurre en los «puns» o en los juegos de palabras (Torres, 1999:35).

Los estudios que se han llevado a cabo siguiendo la teoría de Greimas han demostrado que ese elemento disyuntor o generador de la incongruencia aparece siempre en la posición de rema, esto es, en la parte final del chiste. El rema va a ser aquella información que se presenta como nueva y, en el caso del chiste, todo aquello que vaya en una posición posterior al rema será prescindible a la hora de analizar el enunciado (Torres, 1999: 35).

Attardo (1994a) va a retomar la teoría de Greimas (1966), pero le dará un enfoque pragmático. Apunta que debe haber dos momentos en la desambiguación del chiste lingüístico:

En la primera parte del proceso, se establece una primera isotopía o sentido (S1), hasta que el receptor se encuentra con un elemento que causa el paso del primer sentido al segundo (S2), contrario al primero. El paso de S1 a S2 debe ser «inesperado», por un lado, e «inmediato» por otro, para no suponer un gasto mental extra (Attardo, 1994a *apud* Torres, 1999: 39).

Dadas dos isotopías o sentidos dentro del enunciado, la última va a ser la que rompa las expectativas entre lo que se creía y la realidad. Ambas isotopías van a guardar un mínimo de relación y se van a presentar en el mismo ámbito del contexto lingüístico. Va a ser el receptor quien disponga en su mente de varias interpretaciones posibles acerca del enunciado y dote de un sentido a aquello que se le acaba de contar. Dependiendo, pues, del sentido que se le dé, se generará humor o no.

Para que se produzca exitosamente el chiste, tanto emisor como receptor van a tener que compartir un saber contextual, tanto en el nivel lingüístico como extralingüístico. De esta forma ambos participantes deben conocer las circunstancias espacio-temporales que se crean en el momento de hablar. El conjunto de signos que conforman el enunciado van a estar interrelacionados tanto con elementos del propio discurso que se hayan producido antes o vayan a producirse después, como con elementos ajenos al discurso, ya sean elementos físicos presentes en la comunicación o el conocimiento enciclopédico o saber general que ambos interlocutores comparten en el momento de hablar (aspectos históricos, naturales, culturales...).

El compartir esta serie de conocimientos en el momento de la producción del enunciado lingüístico va a hacer que aumenten las posibilidades de éxito del chiste.

2.4. El chiste visto desde las principales teorías pragmáticas

En este apartado se ofrecerá una visión acerca del humor verbal visto desde las principales teorías que engloba la pragmática. Y es que esta se va a encargar de estudiar aquellos principios que regulan el uso del lenguaje en la comunicación, tanto por parte del hablante, como por parte del destinatario en su esfuerzo por interpretar los enunciados (Escandell, 1996: 13).

Esfuerzo en el que los factores extralingüísticos que intervienen en la comunicación se erigen como elementos clave en la determinación del éxito comunicativo.

A continuación se expondrá un análisis del humor verbal, y más concretamente del chiste lúdico, a partir de las principales teorías pragmáticas, como son el Principio de cooperación de Grice (1989) y sus máximas, la Teoría de la Relevancia de Sperber y Wilson (1986), la Teoría de los actos de habla de Searle (1969) y la Teoría de la cortesía de Lakoff (1989).

2.4.1. El principio de cooperación de Grice

La teoría del Principio de cooperación de Grice va a centrar su atención en aquellos fundamentos que sirven para regular la interpretación de los enunciados en un acto comunicativo, es decir, trata de identificar cuáles son aquellos mecanismos que organizan y dan forma al intercambio y son los responsables de otorgar a los enunciados un «significado adicional».

El principio general en el que se engloba la teoría de Grice vendría a decir algo así: «Haga que su contribución a la conversación sea, en cada momento, la requerida por el propósito o la dirección del intercambio comunicativo en el que está usted involucrado» (Escandell, 1966: 78). Se trata pues de un principio descriptivo, no prescriptivo, puesto que viene a ser una condición básica para que la conversación resulte exitosa y no llegue a algo absurdo. Por ejemplo, cuando alguien pierde algún bien personal en algún establecimiento público y regresa a este para recuperarlo, buscamos la cooperación de la persona con la que estamos tratando. Esperamos que esa persona nos responda y trate de ayudarnos, bien diciendo dónde está nuestra pertenencia, o bien colaborando con nosotros en su búsqueda. En ningún momento podemos pensar que esa persona no nos va a responder o nos va a engañar acerca de la localización del objeto.

Lo que buscamos en todo momento es cooperación, la cual sirve para proporcionar al interlocutor una serie de informaciones que han de ser veraces y útiles. El principio de cooperación se desarrolla en otras normas de menor rango, a las que Grice denomina «máximas conversacionales». Muchos autores sugieren que el humor surge de la violación de estas máximas durante la conversación. El más representativo es Attardo (1990 y 1994b *apud* Torres, 1999: 70) quien analiza enunciados humorísticos como violaciones de las máximas conversacionales.

En el intercambio comunicativo va a ser el oyente quien otorgue una interpretación a los enunciados del hablante. Si solo existe un sentido atribuible al enunciado recibido y este respeta las máximas conversacionales, el oyente va a inferir el pensamiento e intención que el hablante desea comunicar.

Sin embargo, normalmente los enunciados no contienen solo una posible interpretación, sino que el interlocutor va a tener que elegir una de las posibles interpretaciones que se le presentan, generalmente la que más se ajusta al contexto comunicativo. Una vez que el oyente ha valorado la información de acuerdo al principio de cooperación y las máximas conversacionales, ha de inferir el sentido completo del enunciado y para ello recurrirá a la información implícita que se deriva del mismo (Torres, 1999: 69). Lo esperable pues, en una situación humorística comunicativa, es que el oyente interprete dicho enunciado como un elemento lúdico.

A continuación se van a presentar las máximas conversacionales con las que trabaja Grice (*vid.* Escandell, 1966: 79):

➔ **Máxima de cantidad:** esta se relaciona con la cantidad de información que debe darse. El enunciado deberá ser todo lo informativo que la situación requiera, pero sin serlo más de lo necesario. En el chiste que presentamos a continuación, la respuesta que da el interlocutor no termina de dar la información necesaria, la cual se completa tras la segunda pregunta del emisor: - *Oye, y qué tal el gimnasio – Pues me estoy poniendo en forma - ¿Ah sí? - Sí, en forma de bola. No voy* (accesible en línea en <http://chistes.yavendras.com/oye-y-que-tal-el.htm>, consultado 25/11/2017). La comicidad se deriva de la transgresión de la máxima de cantidad.

➔ **Máxima de cualidad:** «intente que su contribución sea verdadera», esto es, no diga algo que crea falso o de lo que no tenga las suficientes pruebas. Presentamos un chiste que atenta contra esta máxima: - *Como usted bien sabrá, mi sargento, los Templarios fueron una orden militar-religiosa fundada en 1119 por Jugs de Pains* (Gómez, 2002: 90). La incongruencia en este caso se encuentra al final del enunciado, cuando el interlocutor, de una forma intencionada o no, atribuye la fundación de los Templarios a Jugs de Pains, cuando en realidad es Hugo de Payns.

➔ **Máxima de relación:** se apoya en el enunciado «diga cosas relevantes», pues se espera que los participantes hablen sobre aquello de lo que se está tratando. Esta máxima va a guardar relación con la teoría de la pertinencia de Sperber y Wilson que posteriormente veremos.

El siguiente chiste se basa en la violación de la máxima de relación: [*Dos alumnos en un examen de lengua*] A1: «Hecatombe» , ¿es con hache? A2: Yo pongo «correos» por si cuela (*Ibid*: 92). Aparentemente la respuesta de A2 no presenta relación con la de A1, pero el oyente puede apoyarse en una implicatura para entender el chiste: «el funcionamiento de Correos es un caos, lo más parecido a una hecatombe».

➔ **Máxima de modalidad:** se relaciona con la manera en que contamos las cosas y comprende la supermáxima: «sea claro», la cual se complementa con la idea de que hay que evitar la oscuridad en la expresión, esto es, la ambigüedad, así como que se debe ser breve y ordenado. Muchos chistes se basan en la ambigüedad: - *Cariño, creo que estás obsesionado con el fútbol y me haces falta* - ¿Falta? ¿¿Qué falta?? ¡¡SI NO TE HE TOCADO!! (accesible en línea en <https://www.periodicoelgancho.com/chiste-carino-estas-obsesionado-con-el-futbol-y-me-haces-fatal/>, consultado el 17/11/2017). En este caso se trata de una ambigüedad léxica donde el receptor interpreta el término «falta» como un vocablo de la jerga futbolística, en vez de como una locución adverbial que significaría «ser preciso para alguien», según la RAE.

Estas máximas no van a ser de obligado cumplimiento y su incumplimiento va a conllevar ciertos efectos de sentido o ciertas «sanciones sociales» (Escandell, 1966: 80). Grice, a su vez, va a proponer una serie de incumplimientos de las máximas:

1. *Violación encubierta*, con la cual el hablante corre el riesgo de que se le atribuya a su enunciado un carácter engañoso y pueda inducir a error a los participantes.
2. *Supresión abierta* de las máximas y del principio de cooperación, con la cual el interlocutor se niega a colaborar por no poder hacerlo en la forma requerida, esto es, en un sentido literal. De esta manera el diálogo se rompe y la conversación llega a su fin. Por ejemplo, cuando se da el caso de que el hablante dice: «No puedo decir nada más».
3. *Conflicto o colisión*, que se da cuando el hablante debe elegir entre el cumplimiento de una u otra máxima, menoscabando otras. Por ejemplo, cuando el interlocutor no puede dar toda la información debido a que no se tienen las suficientes pruebas necesarias para garantizar la veracidad del enunciado.

4. *Incumplimiento o violación abierta*: se produce cuando el hablante, a pesar de que parece que cumple el principio de cooperación, desprecia alguna de las máximas de una manera intencionada y para intentar dar un sentido a lo dicho. Los oyentes suelen inclinarse a pensar que se quería decir algo diferente a lo que en verdad se dijo (Escandell, 1966: 81).

Es frecuente que en los enunciados se violen varias máximas conversacionales. Esto se va a resolver a través de las implicaturas que el receptor va a realizar durante el acto comunicativo. Veamos a continuación un ejemplo en el cual se produce un incumplimiento de máxima conversacional:

A: ¿Tienes Wifi? B: Sí, claro. A: ¿Y cual es la clave? A: Tener dinero y pagarlo (accesible en línea en <https://www.periodicoelgancho.com/chiste-tienes-wifi/>, consultado el 3/11/2017).

En este caso, el sujeto A realiza una pregunta a un sujeto B, sin embargo, más que una pregunta, es una petición encubierta, con el fin de que el interlocutor no se sienta incómodo. La intención que realmente tiene A, al realizar la pregunta, es la de conseguir la clave de wifi. La respuesta por parte del sujeto B va a ser un claro ejemplo de incumplimiento de la máxima de cantidad. El sujeto A esperaba una respuesta acompañada de la clave de wifi, sin embargo, el interlocutor tan solo le confirma que tiene wifi, sin ofrecérsela. Es por esta razón por la cual el sujeto A debe ser mucho más explícito, de modo que se ve en el compromiso de hacer la pregunta de un modo directo dado que la petición en estilo indirecto no ha dado sus frutos.

A continuación se va a producir otro incumplimiento, el de la máxima de relación. El sujeto B interpreta la palabra «clave» en una acepción que no se corresponde con la que usa el hablante; en vez de deducir que lo que le está pidiendo el sujeto A es la contraseña, es decir, un conjunto de signos, el interlocutor lo interpreta en un sentido mucho más amplio, es decir, como algo que resulta decisivo para la realización de una acción. Es aquí donde surgirá el humor verbal, a raíz de la confrontación de dos isotopías, esto es, de lo esperado y del resultado, pues este dista mucho de las expectativas del sujeto A.

2.4.2. La teoría de la pertinencia

La teoría de la pertinencia de Sperber y Wilson (1986), también conocida como teoría de la relevancia, se apoya en el principio de que «siempre que hablamos buscamos ser relevantes». Esto conlleva un esfuerzo recíproco en el acto comunicativo entre hablante y oyente, pues el primero va a ser quien codifique el mensaje y haga su intención explícita o implícita y el receptor quien trate de descodificar el mensaje e implicaturas por medio de un proceso inferencial.

Es por esto por lo que dicha teoría guarda relación con la ya vista de Grice, pues siempre que hablamos nos molestamos en intentar entender lo que se nos está diciendo, es decir, cooperamos. Todo esto nos lleva a un beneficio como es el de ganar un conocimiento que nos sirva para modificar y mejorar nuestra representación del mundo (Torres, 1999: 81).

Según la información que se nos dé, podemos establecer una clasificación con tres tipos:

1. Información nueva, pero sin conexión con el conocimiento que ya tenemos y por tanto es mucho más difícil derivar implicaturas.
2. Información conocida, que no modifica nada de lo que ya conocemos. Se dice que es «irrelevante».
3. Información que se relaciona con nuestro conocimiento enciclopédico sobre el mundo y conlleva una serie de procesos cognitivos que llevan a un reforzamiento de lo sabido (Escandell, 1966: 117).

El procesamiento informativo que se lleva a cabo durante el acto comunicativo se va a realizar siempre en un contexto determinado, formado por el conjunto de hipótesis de las que el sujeto dispone para completar el sentido del enunciado que se le acaba de decir. Si el oyente no selecciona el contexto que el hablante espera, la comunicación fracasará. El oyente debe captar cuál es la verdadera intención del hablante. Por esta razón los enunciados humorísticos no deben interpretarse en un sentido literal, sino que se debe hacer una interpretación que difiera de las expectativas iniciales. El hablante va a ser guiado por la búsqueda de la pertinencia y, en su camino, se dará cuenta de que la verdadera intención del interlocutor es la de colocar la situación dentro de un marco lúdico (Torres, 1999: 82):

Al tender hacia la relevancia, el hablante tiene que establecer algunos supuestos sobre las capacidades cognitivas y los recursos contextuales del oyente, y esto se verá reflejado en la forma en que se comunica, y, en particular, en qué decide hacer explícito y qué decide dejar implícito (Torres, 1999: 84).

En los enunciados humorísticos, el oyente ha de realizar generalmente un mayor esfuerzo por entender las implicaturas dado que los chistes no suelen aparecer con un significado literal. Por esta razón, la recompensa que resulta de la interpretación va a ser normalmente mayor que cuando el mensaje aparece en un lenguaje literal.

La relevancia en este tipo de enunciados, según Sperber y Wilson (1986), se encontraría en lo que denominan «efectos poéticos», o lo que viene a ser lo mismo, las llamadas «figuras retóricas», tales como la metáfora, la hipérbole o la paradoja (Torres, 1999: 85).

2.4.3. La teoría de los actos de habla

Searle, siguiendo los principios de Austin, propone una teoría que surge como reacción a la idea de que el lenguaje solo sirve para transmitir información. Viene a decir que, aunque utilicemos una oración declarativa, interrogativa, etc, la intención del interlocutor puede ser una muy distinta (Torres, 1999: 57). Por ejemplo, cuando nos encontramos en un transporte público y deseamos bajar del mismo en la siguiente parada, pero alguien nos obstruye el paso, solemos preguntar: «¿Va a bajar?». En realidad, no nos importa si esa persona se baja o no en la siguiente parada. Lo que realmente queremos decir es algo así como: «Perdone, ¿puede apartarse?». Sin embargo, con este enunciado seríamos mucho más directos y la imagen pública podría verse afectada.

Austin (1962) va a proponer distinguir tres tipos de actos de habla, aunque más bien deberían considerarse como tres fases necesarias en la realización de cualquier acto de habla (Torres, 1999: 57):

- *Acto locutivo*: se corresponde con aquello que el hablante pronuncia a la hora de realizar un acto comunicativo.
- *Acto perlocutivo*: hace referencia a los efectos o consecuencias que sirven para acompañar a la elocución.
- *Acto ilocutivo*: consiste en dotar de una determinada fuerza a lo mencionado anteriormente, lo que se conoce como «actitud del hablante», tanto en su relación con lo ya dicho como con el interlocutor.

En muchos enunciados, el efecto humorístico va a provenir de la ambigüedad que se genera en algunos de estos niveles. La actitud que pueda expresar un enunciado concreto va a ser malinterpretada en numerosas ocasiones (Torres, 1999: 64). Veamos un ejemplo:

A: ¡Camarero, camarero! Hay una mosca en mi sopa.

B: No se preocupe señor, no beberá mucho (accesible en línea en <http://www.blogodisea.com/camarero.html>, consultado el 25/10/2017).

El cliente se dirige al camarero con una intención en forma de queja, debido a la mosca que ha aparecido en su plato, sin embargo, el camarero, lejos de pedir disculpas y proponer una solución a este incidente, transforma la queja en algo con un valor positivo.

Pero también se crea ambigüedad en el nivel locutivo como vemos a continuación:

A: ¡Almirante, quince carabelas aproximándose!

B: ¿Una flota?

A: No, flotan las quince (accesible en línea en <http://chistesd.com/almirante-quince-carabelas-aproximandose/>, consultado el 25/10/2017).

La respuesta de A a la pregunta de B escapa a la verdadera intención del almirante, quien quería comprobar si los barcos tenían un destino común, es decir, ellos. Sin embargo, el sujeto A realiza una interpretación errónea del enunciado, debido a las varias acepciones que posee la palabra *flota*, tomando una que no se ajusta a las expectativas del almirante. En este caso la confusión en el nivel locutivo viene producida por una ambigüedad léxica.

Vemos pues como uno de los motores generadores de humor puede explicarse mediante la teoría de los actos de habla de Searle, debido a la indeterminación y confusión que se genera en los niveles locutivo e ilocutivo de la comunicación.

2.4.4. La teoría de la cortesía

Por último hablaremos de la teoría de la cortesía, la cual deja de lado los principios de la interpretación de enunciados, para centrarse en la faceta social. Partiendo del principio de cooperación de Grice, puede decirse que una de las principales tareas del acto comunicativo es conseguir la colaboración del interlocutor (Escandell, 1966: 135). Tanto cuando el beneficiario somos nosotros, por ejemplo cuando vamos por la calle y pedimos fuego a alguien que vemos fumando, o cuando el beneficiario es el interlocutor. Esto sería propio de casos en los que damos consejos, advertimos sobre algo, invitamos a alguien a hacer algo, etc.

La sociedad en la que vivimos está formada por un conjunto de reglas o normas sociales. Lo que se ajusta a estas va a ser aquello que llamamos «cortés» y todo aquello que vaya en contra será lo «descortés». Este conjunto de normas depende de cada tipo de sociedad en la que estemos, puesto que lo que es cortés en un lugar, puede no serlo en otro (Escandell, 1966: 136).

A la hora de establecer una conversación siguiendo las normas sociales que se ajustan a la teoría de la cortesía, el hablante debe tener en cuenta las llamadas «propiedades macrosociales», esto es, aspectos como la edad, el sexo, la posición familiar u otros como el rango que ocupa en un determinado ámbito, título, posición social, etc, así como la propia actuación individual (Escandell, 1966: 137). De no respetarlas, el hablante podría resultar descortés para el interlocutor. Puede decirse pues que la cortesía es una estrategia conversacional que sirve para mantener las buenas relaciones (Escandell, 1966: 139).

A su vez, la teoría de la cortesía va a entrar en conflicto en numerosas ocasiones con el principio de cooperación de Grice y las máximas conversacionales. Normalmente, cuando tenemos que dar una mala noticia, no somos directos; sino que incumplimos algunas de las máximas con el fin de mitigar las posibles consecuencias de lo que decimos en el receptor. Veamos un ejemplo:

a) Lamento decirle que los resultados no han sido tan buenos como nosotros esperábamos... Realmente, la situación en la que se encuentra no es ni de lejos lo óptima que creíamos. Algunos factores externos han hecho que todo avanzara mucho más rápido y nos ha pillado un poco de imprevisto. Le comunico que haremos todo lo posible que esté en nuestras manos, aunque debemos estar preparados para lo peor...

b) Tiene un cáncer terminal.

Ambos enunciados van a poder utilizarse en el mismo contexto y con el mismo objetivo, que es el de comunicar al paciente que le queda poco de vida. En el enunciado b), el hablante es claro y directo, se ajusta al principio de cooperación y no incumple ninguna máxima conversacional. Sin embargo, en el enunciado a), el interlocutor se dirige al destinatario incumpliendo la máxima de cantidad, puesto que da más información de la necesaria y la de manera, puesto que no es claro ni breve... En estos casos, como bien dice Escandell (1966: 140), «la cortesía se considera como un principio superior, que explica y hace legítima la transgresión de las máximas».

Si aplicamos todo lo visto a los enunciados humorísticos, veremos cómo, a la hora de contar un chiste, anécdota etc, siempre solemos tener en cuenta los aspectos mencionados anteriormente, como el sexo, la raza, la condición social etc, con el fin de que el interlocutor no vea dañada su imagen pública. Todo el mundo quiere mantener esta a salvo, pero los enunciados humorísticos, entre otros, pueden poner en peligro dicha imagen.

2.5. Mecanismos del lenguaje humorístico

El humor que se genera en los chistes lingüísticos u otras formas humorísticas viene motivado por la transgresión de mecanismos comunicativos que se produce de una forma consciente y deliberada por parte del emisor. Como resultado de esto tiene lugar una sensación de alteración y extrañamiento en el receptor que en ocasiones lleva a la risa, al rechazo o a la indiferencia.

Juan Gómez (2002: 75) sostiene que «la transgresión de las reglas básicas de la gramática y la semántica produce una serie de recursos humorísticos [...] que llegan a cuestionar el funcionamiento mismo del sistema lingüístico». A continuación se ofrecen una serie de recursos y mecanismos prototípicos en la configuración del chiste lingüístico.

2.5.1 Relaciones paradigmáticas en contextos sintagmáticos: cadenas sinonímicas

Antes de comenzar a explicar en qué consiste la conexión entre el humor y las relaciones paradigmáticas y sintagmáticas, conviene definir cada una de ellas. Las relaciones sintagmáticas son aquellas que se establecen dentro de una secuencia. Por ejemplo, el signo lingüístico y tienen la capacidad de establecer lazos con otros elementos de la misma secuencia.

Por otra parte, las relaciones paradigmáticas son aquellas que relacionan un signo con otros de su misma categoría, clase o grupo en un mismo contexto sintagmático. Veamos un ejemplo:

- Ej: Mi padre tiene un BMW rojo.

En este ejemplo vemos como el término «BMW» establece una relación sintagmática con el adjetivo «rojo», el cual aporta una cualidad física del mismo. A su vez, «BMW» se relaciona con otros signos lingüísticos no presentes en la secuencia, como son las diferentes marcas de coche que engloba su paradigma: Audi, Opel, Seat, Renault, etc.

Dentro del ámbito humorístico, la explotación de las relaciones paradigmáticas conlleva en numerosas ocasiones la aparición de un humor al que se le denomina «absurdo». Consiste en la utilización de una frase, eslogan, título, etc, que incorpora «elementos propios de las relaciones sintagmáticas», como bien dice Gómez (*ibid*: 76).

La ausencia de expectativas por parte del oyente es la razón principal de la eficacia de este mecanismo pragmático. El humor radica en la mezcla de cadenas sinonímicas o antonímicas en las que una misma palabra polisémica puede ser colocada teóricamente, pero nunca a la vez, en un mismo contexto sintagmático: en un primer momento se va a mencionar dicha palabra con un determinado significado y posteriormente se vuelve a evocar esa palabra pero dentro de otra cadena sinonímica donde las relaciones paradigmáticas que establece con los elementos son diferentes (*ibid*: 76):

- Ej: - Hijo : Mamá, el abuelo está malo.

- Madre: Pues apártalo hijo y cómete las patatas (Vigara, 1994: 109).

En este ejemplo vemos como el término «malo» presenta varios significados que hacen que se genere cierta confusión en la interpretación del chiste. Cuando el niño le dice a su madre que el abuelo está malo, se activa una implicatura fuerte que vendría a decir que el abuelo se encuentra enfermo. Sin embargo, va a ser la madre la que rompa dicha lectura y nos enseñe la verdadera implicatura que se extrae del enunciado, la débil y que no es otra que la de que el abuelo está muerto y se lo están comiendo. En este caso el uso de la cadena sinonímica del adjetivo «malo» nos lleva a un humor absurdo y macabro.

Presentamos un nuevo ejemplo:

- Llega uno, va y dice: - Doctor, se me juntan las letras
- ¿Y qué quieres, que las pague yo todas? (Gómez, 2002: 77).

En este caso el término que genera ambigüedad semántica es «letras», dado que el paciente acude al doctor por un problema de lectura de grafías; sin embargo, el doctor interpreta la explicación de este como si de un problema económico se tratara.

Otro tipo de relaciones entre signos que generan humor son las que Vigara Tauste denomina como «desglose morfosemántico», a través de las cuales se puede llegar a descubrir diferentes matices de significado en un palabra, dejando al significante fuera de su contexto habitual. Presentamos algunos ejemplos significativos que basan el humor que se genera en el canal auditivo:

1. Ampichas / ampollas
2. Conchita / con Tarzán
3. Consuelo / con techo

En el ejemplo número uno se coge una palabra del vocabulario habitual como es «ampollas», se toma la parte de la palabra que hace referencia al órgano sexual masculino, guardando la sílaba inicial «am», a la que se añade un sinónimo vulgar de «polla» como es «picha». En el ejemplo número dos, el humor se genera gracias a la preposición «con» partiendo del nombre propio de «Conchita». Si separamos dicha palabra por la preposición obtenemos el segmento «chita» que hace referencia a la chimpancé que acompañaba a Tarzán en sus aventuras, de ahí que en el sintagma posterior aparezca la figura de Tarzán.

El mismo procedimiento se ha utilizado en el ejemplo número tres, en el que se parte del nombre propio de «Consuelo» y a través de este se establece una relación de oposición en torno a la preposición «con». Dentro del eje semántico de partes de una casa, el opuesto a «suelo» sería «techo», de ahí la chispa que produce dicha relación.

A continuación, reproducimos un chiste basado en el «desglose morfosemántico» al que acabamos de referirnos:

➔ A: ¿Está Agustín? B: No, la verdad es que estoy incomodín (accesible en línea en <https://www.periodicoelgancho.com/chiste-hola-esta-agustin/>, consultado el 10/11/2017).

En este caso el humor se genera a partir de la interpretación errónea del nombre propio de «Agustín». Deducimos pues que se trata de una llamada telefónica en la que el receptor, o bien no conoce a nadie con dicho nombre, o está tomando el pelo a su interlocutor, pues en vez de responder a la pregunta de una forma directa con un «sí» o un «no», se toma el término al que se alude como una locución adverbial en forma de diminutivo, de ahí que se responda con el opuesto de «a gusto» en su forma diminutiva también: «incomodín».

Como vemos, a través de este mecanismo se puede llegar a generar humor dentro de la conversación, sin embargo se trata de un humor algo absurdo, vago y carente de lucidez.

2.5.2. Relaciones sintagmáticas: «desautomatización» de frases hechas

A la hora de explicar este apartado va a ser necesario aclarar en qué consiste un «modismo» o unidad fraseológica. Partiendo de la definición de la RAE, diremos que un modismo es una «expresión fija, privativa de una lengua, cuyo significado no se deduce de las palabras que la forman», como ocurre en el caso de la expresión «a *troche* y *moche*». Ambos términos por separado no gozan de un significado reconocido en la sociedad, aunque antiguamente se utilizaran en ciertos contextos cotidianos. Sin embargo, como unidad, dicha expresión viene a significar el hacer una cosa en abundancia, sin orden, medida u objetivos.

Pues bien, a partir de este tipo de expresiones, va a haber dos formas de generar humor:

1. Fijación: mediante este recurso se va a ver afectada sobre todo la parte gramatical dado que se va a sustituir un término del modismo por un sinónimo o antónimo (Gómez, 2002: 79). Veamos el siguiente ejemplo:

- ◆ Modismo original: *la ocasión la pintan calva*.
- ◆ Modismo resultante: *la ocasión la pintan con guedejas* (Cervantes, Quijote).

En el modismo resultante puede apreciarse cómo se ha sustituido la cualidad que hacía referencia al núcleo del complemento directo por una expresión que significa todo lo contrario, partiendo del rasgo \pm pelo.

2. Valor idiomático: este recurso está mucho más ligado a la semántica, es decir, al significado. Va a jugar con el significado idiomático de una locución, aunque, en la mayoría de las ocasiones, la expresión suele admitir una doble interpretación: el significado literal y el idiomático (*ibid*: 79):

◆ Ej: *Aznar, de bigotes*: o bien puede aludir al rasgo físico de dejarse crecer pelo entre los labios y la nariz, o bien aludir a una expresión cuyo significado es el de dar a entender que algo destaca por excelente o bueno.

◆ Ej: *A Almunia, se le cae el pelo*: o bien puede hacer referencia literalmente a la consecuencia directa de la alopecia, o bien al significado de la expresión que viene a ser un reproche a modo de castigo por haber hecho algo mal.

En ambos casos se puede apreciar cómo el humor procede de una relación casi metonímica entre la expresión y el referente, la parte por el todo. El bigote y Aznar, el pelo y Almunia.

2.5.3 Mecanismos retóricos

Este tipo de recursos es muy frecuente en la literatura debido a que suelen captar la atención del receptor y resultan muy originales. Muchos de estos mecanismos van a utilizarse también en la elaboración de chistes lingüísticos. A continuación presento algunos de los mecanismos retóricos más utilizados:

2.5.3.1 La comparación

Como su propio nombre indica, consiste en comparar dos términos, reales o imaginarios, a través de un rasgo o cualidad que comparten en cierta medida. Según Gómez (*Ibid*: 80) esta cualidad «tendrá más efecto cuanto más novedosa, hiperbólica y grotesca sea». La mayoría de estos productos humorísticos están relacionados con cualidades sociales negativas como puede verse a continuación.

- ➔ Eres más simple que el vocabulario del correccaminos
- ➔ Tienes más peligro que MacGyver en una ferretería
- ➔ Trabajas menos que el sastre de Tarzán
- ➔ Eres más despistado que la defensa del Jaén (accesibles en línea en

<http://www.antoniburgos.com/galeria/varios/comparaciones.html>, consultado el 09/11/2017).

Este tipo de construcciones van a exigir tanto al emisor como al receptor cierto conocimiento enciclopédico y cultural acerca del mundo extralingüístico. Por ejemplo, en el primero de los casos expuestos arriba, nuestro interlocutor deberá saber que el célebre correccaminos de los dibujos animados solo emitía el sonido «mec mec», o que Mac Gyver era un «manitas» y se las ingeniaba con lo poco que tenía a su alcance para fabricar un artilugio que le sacara de apuros.

2.5.3.2 La hipérbole

A través de este mecanismo se usa una exageración, la cual es vista como algo imposible, pero con un trasfondo de verdad. Se utiliza este recurso en la mayoría de chistes que comienzan por: «era tan...».

- ➔ Era tan pequeña, tan pequeña, que no le cabía la menor duda
- ➔ Era tan viejo, tan viejo, que lo seguían los buitres
- ➔ Era una señora tan gorda, tan gorda, que se hizo un vestido de flores y se acabó la primavera (accesibles en línea en <http://www.humor.almaweb.es/tantan.html>, consultado el 09/11/2017).

En los tres casos, todo aquello que aparece a partir de la segunda coma es falso, pero de alguna forma sirve para generar humor, dado que el oyente no se espera un final como ese.

2.5.3.3. Oxímoron y paradoja

Ambos recursos consisten en la utilización de palabras o expresiones que son contradictorias. Veamos el siguiente ejemplo:

➔ Dice un ciego: ¡Veo sombras!, dice un sordo: ¡Oigo pasos!, dice un cojo: ¡Sea quién sea lo echamos a patadas! (accesible en línea en <http://www.webdechistes.com/chiste/dice-un-ciego-veo-sombras-dice-un-sordo-oigo-4830/>, consultado el 10/11/2017).

En cada uno de los enunciados que emite cada interlocutor puede apreciarse la contradicción de la que estamos hablando; en este caso referente a la condición física de cada uno: el ciego puede ver, el sordo oír y el cojo pegar patadas.

2.5.3.4. La metáfora

Partiendo de la definición de metáfora que da la RAE, diremos que una metáfora consiste en la «traslación del sentido recto de una voz a otro figurado, en virtud de una comparación».

Como figura retórica destacada en el ámbito literario, su función va a ser la de resultar original y captar la atención del oyente, al igual que ocurre en el chiste. Esta misma función es la que desempeña en el chiste:

El anciano de 90 años llega al médico para su chequeo de rutina. El doctor le pregunta: - ¿Cómo se siente? - ¡Nunca estuve mejor! Mi novia tiene 18 años, ahora está embarazada y vamos a tener un hijo. El doctor piensa por un momento y dice: - Permítame contarle una historia: - Un cazador que nunca se perdía la temporada de caza, salió un día tan apurado de su hogar, que se confundió, tomando el paraguas en vez del rifle. Cuando llegó al bosque, se le apareció un gran oso. El cazador levantó el paraguas, le apuntó al oso y disparó. ¿A qué no sabe qué pasó? - No sé, respondió el anciano. Pues el oso cayó muerto frente a él. - ¡Imposible! - exclama el anciano, alguien más debe haber disparado. - ¡Pues claro hombre, a ese punto quería llegar! (accesible en línea en <http://www.elinodoro.com/chistes.php?cat=2&ultimoresultado=20>, consultado el 12/11/2017).

La historia que le cuenta el doctor al anciano representa una claro ejemplo de metáfora: el protagonista de la historia, el cazador, vendría a ser el anciano y el paraguas que porta haría alusión a su miembro viril. Mientras tanto el oso al que se enfrenta sería la novia de 18 años. El acto de disparar y matar al oso equivaldría al acto sexual y al hecho de dejar embarazada a la joven mujer, sin embargo, esto no lo ha podido hacer el anciano, dada su edad. Por lo tanto, el disparo que acaba con el oso, esto es, el hecho de dejar embarazada a la muchacha, no puede ser responsabilidad del anciano, sino del cazador al que no ve: el amante de la muchacha.

2.5.4. Mecanismos pragmáticos y argumentativos

En este apartado hablaré sobre los principales recursos pragmáticos y argumentativos que existen a la hora de producir un enunciado humorístico: las presuposiciones e implicaturas, los diferentes actos de habla en la comunicación y los principios de cooperación y máximas conversacionales, tratados ya anteriormente.

2.5.4.1. Presuposiciones e implicaturas

Las presuposiciones e implicaturas van a guardar una fuerte relación entre el enunciado y los participantes en la comunicación. Un presupuesto o presuposición va a ser responsabilidad del emisor del enunciado mientras que los sobreentendidos o implicaturas van a ser responsabilidad del receptor. A la interpretación de las presuposiciones llegamos a través del código de la lengua, en nuestro caso el español, mientras que obtenemos las implicaturas a través del proceso inferencial. Esto es, las presuposiciones son constantes en cualquier interpretación, sin embargo, las implicaturas son de naturaleza pragmática (Gutiérrez, 1996: 32).

Hecha ya está pequeña introducción para poder entender mejor ambos fenómenos, ofreceremos una visión del chiste lingüístico relacionada con las presuposiciones e implicaturas conversacionales. Diferenciamos tres tipos de chistes en cuya explicación podemos recurrir a los fenómenos a los que nos referimos en el presente apartado:

- Chistes que ponen en duda, transgreden o niegan presuposiciones que abordan temas que conforman nuestro conocimiento del mundo: *Esto van dos en una moto y se cae del medio porque tenía la puerta abierta* (Gómez, 20002: 83).

- Chistes en los que un interlocutor B pregunta el contenido semántico de una parte del enunciado previo del interlocutor A, presuponiendo que no conoce el significado «intencional o pragmático» que posee dicha expresión, aunque sí conoce el significado «convencional». El interlocutor A va a responder explicando, no el significado intencional o pragmático, sino el convencional (literal) (*Ibid*: 83).

-A: Dígale al comandante que hemos de aterrizar lo antes posible. Hay que llevar a esa mujer a un hospital.

-B: ¿A un hospital? ¿Qué es, doctor? [= ¿Qué es lo que ocurre, doctor?]

-A: Un gran edificio lleno de enfermos y a veces no hay camas (*Ibid*: 83).

Este ejemplo humorístico, extraído por Gómez (*ibid*: 83) de la película *Aterriza como puedas*, pone de manifiesto lo explicado anteriormente. El interlocutor B repite la última parte del discurso emitida por el interlocutor A. Posteriormente pregunta acerca de qué se trata, sin embargo el interlocutor interpreta literalmente el enunciado y le responde con lo que para él es un hospital.

- Chistes indirectos: se trata de enunciados humorísticos donde la gracia y lo ingenioso reside en la implicatura convencional (literal) y no en el contenido lingüístico enunciado de forma directa (*ibid*: 84):

- A: ¿En su casa rezan antes de comer?

- B: ¡Oh no! Mamá cocina muy bien (*ibid*: 85).

Existen dos tipos de implicaturas: las fuertes, que son aquellas deducciones que se extraen del enunciado y que se corresponden con aquello que se espera el oyente, y las débiles, que son todas aquellas que provocan la ruptura de expectativas del interlocutor. En el ejemplo anterior, el humor reside en el hecho de que el interlocutor B no activa la implicatura fuerte que sería algo así como: «¿Son dados a mantener las costumbres religiosas en su casa?», sino una implicatura débil, descabellada y algo ridícula: «¿Rezan antes de comer para que la comida no sea espantosa?». La activación de dicha implicatura choca tanto con las expectativas del interlocutor A en el ámbito lingüístico como con las de los oyentes del enunciado (*ibid*: 84).

2.5.4.2. Actos de habla

Existen chistes que se basan en entender un acto de habla «directo» como «indirecto», o bien en confundir la fuerza ilocutiva real del enunciado, esto es, confundir implicaturas fuertes y débiles. El ser humano tiende a ser indirecto cuando se comunica. Pongamos un ejemplo de una situación que todos hemos vivido alguna vez: te encuentras en un lugar público y alguien se dirige a ti en los siguientes términos: «Perdone, ¿tiene hora?». A lo que nosotros respondemos afirmativamente y acto seguido le decimos qué hora es. Esa persona que se ha dirigido a nosotros no esperaba como respuesta un «sí» o un «no» a secas, sino que, dentro de sus expectativas, estaba que nosotros le dijéramos la hora. Su enunciado formalmente responde a la estructura de una oración interrogativa, sin embargo no pregunta, sino que lo que está haciendo es realizar una petición.

Hay muchas muestras de humor en las que se confunde la fuerza ilocutiva de los enunciados, como ocurre en el siguiente ejemplo:

- A: [A la entrada de una recepción oficial, el criado se acerca y se ofrece para quitarle el abrigo al señor teniente] ¿Su abrigo, señor?
- B: Sí, es mío, y tengo un recibo para demostrarlo (*ibid*: 88).

En este caso, el interlocutor B, confunde la verdadera fuerza real ilocutiva del enunciado, que es un ofrecimiento en forma de pregunta cortés. Piensa que se trata de una pregunta que busca la confirmación sobre quién es el poseedor del abrigo.

En muchas otras ocasiones el humor surge cuando el receptor lingüístico del chiste no interpreta como tal un comentario crítico o reprobador, considera como directo un acto de habla indirecto o confunde su fuerza ilocutiva:

- Señor: Señorita, mire aquí: puedo escribir mi nombre con el dedo sobre el polvo de esta mesa.
- Criada: Ya lo veo, y le admiro por tener tanta cultura (adaptado de Marín Arrese, 1998:70).

El señor se dirige a la criada en un tono de reproche por no haber limpiado la mesa y esta, lejos de entender dicho comentario como un «ataque» hacia su profesionalidad, lo interpreta de una forma totalmente diferente.

3. Conclusiones

A nuestro juicio, el tema del humor verbal debe estudiarse desde un punto de vista comunicativo. En este sentido, la pragmática nos proporciona las teorías y conceptos necesarios para explicar los recursos y mecanismos utilizados en los chistes para producir el efecto humorístico que los caracteriza.

La opinión más generalizada entre los estudiosos es que los enunciados humorísticos surgen como violación o transgresión de las máximas conversacionales y también de las ambigüedades que se generan en el ámbito locutivo e ilocutivo.

De acuerdo con la teoría de la incongruencia sobre el humor, la risa surge como resultado del contraste o desequilibrio entre lo que se enuncia y lo que se espera. Se trata pues de una ruptura de expectativas o «disonancia cognitiva»: el hablante, al contar un chiste, guía al interlocutor, haciéndole creer una primera interpretación de su enunciado, para, luego, en la recta final de su intervención, suscitar otra interpretación posible y muy diferente de la más previsible.

En la explicación de los mecanismos que están detrás del chiste son importantes todos los elementos del esquema comunicativo (enunciado, emisor, receptor, canal, código y contexto), pero muy especialmente el emisor y el receptor. El emisor pone de manifiesto su intención humorística mediante recursos multimodales, que abarcan marcas no verbales, prosódicas, pragmáticas y lingüísticas. El receptor tendrá que sacar a la luz la incongruencia en la que se basa el chiste. Para conseguir este objetivo, dispone en su mente de varias interpretaciones posibles y debe dotar de sentido a aquello que se le acaba de contar.

Para que se produzca exitosamente la interacción verbal, que es el chiste, tanto emisor como receptor van a tener que compartir un saber contextual, tanto en el nivel lingüístico como en el extralingüístico. El humor que se genera en los chistes viene motivado, en una gran medida, por la transgresión de mecanismos comunicativos que se produce de una forma consciente y deliberada por parte del emisor. La explotación de las relaciones sintagmáticas y paradigmáticas que se producen en la lengua, el recurso a la ambigüedad, al «desglose morfosemántico», a la desautomatización de frases hechas y al uso de figuras retóricas como la comparación, la hipérbole, el oxímoron, la paradoja o la metáfora son algunos de los mecanismos en los que se basan los chistes.

Y no podemos olvidar que la transgresión de los mecanismos comunicativos que da lugar al chiste puede ser gramatical o semántica, pero, como ya hemos señalado, también pragmática: muchos chistes se basan en juegos que tienen como base la desviación en la interpretación de presuposiciones, implicaturas o actos de habla.

El chiste es, sin duda, un género textual importante en nuestras vidas. El estudio que aquí presentamos es solo una primera aproximación al tema en la que esperamos profundizar porque nunca falta un amigo que nos cuente un chiste en el que poder pensar desde un punto de vista lingüístico.

4. Bibliografía

- ATTARDO, S. (1994a): «Intertextuality and the Analysis of Joke-cycles», *First Symposium of the Linguistic*, New York, Ithaca, pp. 23-37.
- ATTARDO, S. (1994b): *Linguistic Theories of Humour*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- ATTARDO, S. (2003): «Introduction: The pragmatics of humour», *Journal of Pragmatics*, 35, pp. 1287-1294.
- BERGSON, H. (1989 [1900]): *Le rire. Essai sur la signification du comique*, París, P.U.F.
- CECCARELLI, F. (1988): *Sorriso e riso. Saggio di antropologia biosociale*, Turín.
- CELENTANO, M.^a S. (2017): «Sonrisas y risas. Lo cómico en la Antigüedad griega y latina: una perspectiva histórica» en *De violencia, juicios y risas. Temas clásicos y contemporáneos de la retórica*, edición Mariano Dagatti, Asociación Argentina de Retórica, Buenos Aires, pp. 36-69.
- CHARAUDEAU, P. (2006): «Des catégories pour l'humour?», *Questions de communication*, 10, pp. 12-54.
- DEFAYS, J-M. (1966): *Le comique*, París, Seuil.
- ESCANDELL, V. (1996): *Introducción a la pragmática*, Anthropos, Barcelona.
- ESCARPIT, R. (1962): *El humor*, Buenos Aires, EUDEBA.
- GÓMEZ, J. (2002): «Mecanismos del lenguaje humorístico (con especial atención al nivel pragmático)» en *Oralia: Análisis del discurso oral*, Universidad Autónoma de Madrid, vol.5, 2002, pp. 75-101.
- GREIMAS, A. J. (1966): *Semantique structurale. Recherche de méthode*. París, P.U.F.
- GRICE, P. (1989): *Studies in the way of words*, Cambridge, Mass: Harvard University Press.

- GUTIÉRREZ, S. (1996): *Presentación de la Pragmática: lección inaugural del curso 1996-1997*, Universidad de León, León.
- HIDALGO, R. e IGLESIAS, S. (2009): «Humor e ironía: una relación compleja» en *Dime cómo ironizas y te diré quién eres: una aproximación pragmática a la ironía*, coord. Leonor Ruíz-Gurillo, Universidad Complutense de Madrid, pp. 423-455.
- KEITH-SPIEGEL, P. (1972): «Early Conceptions of Humor: Varieties and Issues», en Goldstein, J. H. y P. E. McGhee (Eds): *The psychology of humor. Theoretical Perspectives and Empirical Issue*, New York-London, Academic Press, pp. 4-39.
- LAKOFF, R. (1989) , «The limits of politeness: therapeutic and courtroom discourse», en *Multilingua*, n.º 8, pp. 101-130.
- MARÍN ARRASE, J. I. (1998): «What's so funny?: Cognitive and Pragmatic Aspects of Humour», en I. Guillén Galve e I. Vázquez Orto (eds.), *Perspectivas pragmáticas en lingüística aplicada*, Zaragoza, ANUBAR Ediciones, pp. 67-73.
- NORRICK, N.R., (1993): *Conversational joking. Humour in everyday talk*, Bloomington, Indiana University Press.
- PENAS, M.^a A. (2014): «Dialogicidad en contextos cruzados. Conciencia metapragmática y significado procedimental en el humor gráfico de Quino», en *Oralia: Análisis del discurso oral*, Universidad Autónoma de Madrid, n.º 17, pp. 317-346.
- ROSS, A. (1998), *The language of humour*, Londres, Routledge.
- SCHEGLOFF, E.A. (1987): «Some sources of mindunderstanding in talk-in-interaction», en *Linguistics*, 25, pp. 201-218.
- SEARLE, J.R. (1969): *Actos de habla*, Madrid: Cátedra, 1980.
- SPERBER, D. y WILSON, D. (1986): *La relevancia*, Madrid: Visor, 1992.
- TORRES, M.^a Á. (1999): *Estudio pragmático del humor verbal*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- VIGARA, A. M.^a (1994): *El chiste y la comunicación lúdica: lenguaje y praxis*, Ediciones Libertarias, Madrid, 1994.
- VIGARA, A. M.^a (2004): «Podréis quitarme todo, menos el miedo...! El humor y su(s) sentido(s) en el acto de la comunicación». En *Exit*, N.º 13, pp. 94-108.
- WILK, J. (1999-2000): «Semántica del humor. Condiciones semánticas de crear y disimular la trampa en los chistes lingüísticos», en *Contextos*, Instituto de Estudios Románicos, Universidad de Silesia, Polonia, n.º 33-36, pp. 209-221.