

ALGUNOS ALCANCES DE LA PERSPECTIVA MULTIMODAL  
PARA EL ESTUDIO DE LO CÓMICO Y LO HUMORÍSTICO

*Cristian Palacios*

**RESUMEN.** El siguiente trabajo se propone explorar los alcances de la perspectiva de análisis multimodal para los discursos cómicos y humorísticos. Nuestra hipótesis principal es que ambos tipos de discurso, si bien se encuentran enmarcados dentro de aquello que hemos denominado “lo irrisorio”, se construyen de manera muy diversa. En este caso intentaremos demostrar cómo esta construcción responde no sólo a aspectos lingüístico-visuales sino también a otros modos semióticos muy poco estudiados, como la tipografía, el diseño y el color. Asimismo, buscaremos demostrar que lo cómico y lo humorístico responden tanto a configuraciones pre-existentes, aquello que tradicionalmente ha sido tomado como irrisorio; como a lo que es construido como tal por el discurso mismo a través de por ejemplo, el recurso de la incongruencia.

*Palabras clave:* humor, cómico, multimodalidad, análisis del discurso.

**ABSTRACT.** The aim of this article is to explore the limits of the multimodal perspective for the study of humor and comical discourses. Our main hypothesis is that even though both types of discourses fall within what we refer to “the laughable”, they are constructed in very different ways. We try to demonstrate how this construction is based not only in the linguistic and visual aspects but also in other semiotic modes such as typography, color and composition. Furthermore, we try to show how comical and humor are created both with pre-existing configurations – that which we traditionally recognize as laughable- and with the new ones created by the speech itself through, for example, the incongruity.

*Keywords:* humor, comical, multimodality, discourse analysis.

**RESUMO.** O objetivo do presente trabalho é explorar o alcance da perspectiva multimodal para o estudo dos discursos cômicos e humorísticos. Nossa hipótese principal é que os dois tipos de discurso, que podem ser enquadrados no que chamamos o irrisório, são construídos de forma muito diferente. Tentamos demonstrar como esta construção é baseada não só nos aspectos linguísticos e visuais, mas também em outros modos semióticos como cor, tipografia e composição. Além disso, procuramos mostrar como o cômico e o humor são criados tanto com formas pré-existentes, o que tradicionalmente reconhecemos como risível, e com pelo próprio discurso através, por exemplo, da incongruência.

*Palavras-chave:* humor, cômico, multimodalidade, análise do discurso.



*Signo y Señal*, número 23, junio de 2013, pp. 257-278

Facultad de Filosofía y Letras (UBA)

<http://revistas.filo.uba.ar/index.php/sys/index>

ISSN 2314-2189

**1. INTRODUCCIÓN.** El objetivo del siguiente trabajo es explorar alguna de las posibilidades que ofrece la perspectiva multimodal para el análisis de los Discursos Cómicos y Humorísticos. Llamamos así a cierto tipo de discursos de circulación bastante corriente en las sociedades contemporáneas que están orientados a hacer reír y que son identificados como tales por los hablantes de una sociedad. Al referirnos a los Discursos Cómicos y Humorísticos como tipos discursivos, los diferenciamos del uso accidental y parcial de lo cómico y lo humorístico en otros discursos diferentes: por ejemplo, de un discurso político donde se haga empleo de la ironía para atacar al adversario o de una broma hecha al pasar en una clase de medicina. Si bien estos últimos también apelan a la risa, ésta no constituye en absoluto su fin principal. El sarcasmo, la anfibología o el *gag* verbal son otros tantos recursos de los que cualquier hablante puede valerse en un discurso cuyo trasfondo es el comunicar algo “en serio”. Pero aunque se encuentran forzosamente relacionados, el humor o lo cómico no se agotan en ellos. Un discurso irrisorio puede serlo, sin necesidad de apelar a dichos recursos.

Nuestros modelos de análisis serán por lo tanto aquellos discursos que impliquen la práctica “profesional” de la risa o cuando menos su utilización en un marco convencionalmente dispuesto para tal fin: por ejemplo, alguien que se dispone a contar un chiste en una fiesta, aunque no sea un humorista profesional, emplea algunos marcadores específicos —cambio de postura corporal, tono de la voz, gestos— que nos indican que lo que sigue ha de entenderse como perteneciente al campo de lo irrisorio, que no debe interpretarse de manera seria<sup>1</sup>. En la mayor parte de los géneros

1 La discusión de fondo que implica esta afirmación es la pertinencia —propuesta por Victor Raskin (1985)— de los discursos irrisorios a una modalidad de la comunicación *non bona fide*, donde los principios de cooperación de Grice no tendrían validez. Véase al respecto Attardo 2011, 138-139; Attardo 1994, 271-277; Raskin 1985, 100-104. El punto central de la discusión es que los chistes no sólo desobedecen las máximas de Grice sino que explícitamente las rompen. Dado que los análisis de Attardo y Raskin se limitan por lo general a textos breves, tales como chistes y juegos de palabras, su extrapolación a discursos más extensos como una historieta cómica o una novela humorística, resulta por lo menos compleja. Por otro lado, dado que su intención pasa por elaborar una Teoría General del Humor Verbal (*general theory of verbal humor* o GTVH) no toman en cuenta o pasan por alto la diferencia entre una producción específicamente humorística o cómica y su uso accidental o con fines persuasivos en un discurso cuyo carácter general es serio. Lo que nos interesa por el momento es que los Discursos Cómicos y Humorísticos se separan, cuando menos en su intención perlocucionaria, de otro tipo de discursos: lo que buscan es generar el efecto irrisorio, lo cual no siempre implica generar risa (Attardo 1994, 11-13; Olbrechts-Tyteca 1974, 14-15; Kerbrat-Orecchioni 1981). Para una diferenciación más que interesante entre humor y risa, véase Attardo 1994, 10-11. Sobre lo irrisorio, véase la nota siguiente.

pertenecientes al campo de lo cómico pueden encontrarse estas marcas. Sin embargo, su ausencia también puede indicar una mayor afinidad entre locutor y destinatario. El hablante presupone que el espectador “ya sabe” o “puede llegar a saber” que lo que sigue no ha de tomarse en serio.

Nótese que hemos diferenciado desde el comienzo los términos “cómico” y “humorístico”. Esta diferenciación es central a nuestro análisis sobre el modo en que funciona este tipo de discursos. La discusión sobre la legitimidad o no de la distinción “cómico-humorístico” tiene una larga historia en los estudios sobre el humor (véase por ejemplo, Steimberg 2001 o Attardo 1994); con enérgicos argumentos a favor y en contra. En nuestro caso, por razones que explicaremos en la primera parte, nos inclinamos por considerar ambos tipos discursivos como opuestos y complementarios dentro del campo más general de lo que llamaremos “lo irrisorio”<sup>2</sup>.

Lo que intentaremos demostrar aquí es que la perspectiva multimodal puede ser muy útil para el análisis de los discursos irrisorios en tanto nos permitiría dar cuenta de cómo los distintos modos semióticos interactúan estratégicamente para lograr el efecto deseado. Lo que ha sido largamente señalado con respecto a la interacción lingüístico-visual (por ejemplo en las historietas de humor o en los chistes gráficos), no ha encontrado su parte correspondiente en otros modos, como por ejemplo, la tipografía, el color, el tono de la voz, el diseño, el gesto. En este trabajo, intentaremos probar cómo el efecto irrisorio puede ser construido también —y muchas veces solamente— en virtud de estos últimos. Aquí nos ocuparemos específicamente de la tipografía, del color y del diseño.

2 Al anteponer el artículo neutro al adjetivo de “todo lo que mueve a risa y burla”, pero además “lo insignificante por pequeño” (DRAE), querríamos dar cuenta de un vasto dominio que incluye el humor y lo cómico, la burla, la sátira, la parodia, el pastiche, el chiste en todas sus manifestaciones, el humor negro, el absurdo, la mueca, la ironía, en definitiva, todo aquello que se asocia al campo de la risa; pero también, en cierta medida, el discurso melancólico (Klibansky, Panofsky y Saxl 1991). Por lo tanto, la única utilidad teórica de un término que abarcaría cosas tan disímiles, sería justamente la de postular un punto de encuentro, algo que les es común: aquello que Cicerón llama “el dominio de lo risible”. Somos conscientes del matiz peyorativo que arrastra la palabra “irrisorio”. De allí que otros teóricos prefieran hablar de “lo risible” o “lo reidero” (por ejemplo, Traversa 2009). En nuestro caso, este matiz nos es útil, dado que el concepto no se limita a describir aquello que hace reír, sino también algunos discursos cuya reacción inmediata podría no ser la risa. Lo que caracterizará lo irrisorio, en definitiva, es el desvío de uno o varios de sus modos semióticos, respecto de lo que es considerado serio. Sólo si ese desvío es postulado como intencional —de allí la importancia de las marcas que así lo indican— puede percibirse su condición irrisoria.

Adoptar la estrategia de análisis multimodal implica considerar la comunicación como un paisaje semiótico complejo, en el cual el lenguaje tiene diferentes *status* en diferentes contextos. Lo que antes era llamado extra-lingüístico y se consideraba por lo tanto un residuo en el análisis puede ahora ser considerado de una importancia semejante o quizás mayor a la del sistema lingüístico, según cuál sea el contexto. En la perspectiva multimodal cada uno de los sistemas semióticos utilizados para representar y comunicar posee una carga o potencial comunicativo, denominado *affordance*, que corresponde a lo que es posible significar en cada modalidad semiótica (Kress y van Leeuwen 2001).

La aproximación tradicional monomodal de la comunicación presupone una correspondencia semántica entre los diferentes sistemas semióticos. Las investigaciones dentro de la perspectiva aquí adoptada, por el contrario, indican que los potenciales de cada modalidad semiótica no sólo son incomparables entre sí, sino que tomar el sistema lingüístico como paradigma de los otros sistemas semióticos constituye un error metodológico de base<sup>3</sup>. La traducción o transposición entre los significados de un sistema modal a otro no es en absoluto transparente.

No se hablará, por lo tanto, de reglas y códigos, sino de prácticas y recursos, ya que estos elementos no son fijos y estables, sino histórica y socialmente determinados. En este sentido, presupondremos que lo que es *no serio* en un momento preciso de una comunidad precisa, puede no serlo en otro momento. Esta distinción, como demostraremos, alcanza a todos los modos semióticos. Una tipografía, un color o un tipo específico de ordenamiento de los elementos en el espacio pueden, por sí mismos, no ser serios y ser, por lo tanto, irrisorios, independientemente del contenido lingüístico o visual del momento considerado.

En la primera parte de este trabajo nos ocuparemos, entonces, brevemente de la dificultad de definir el humor o lo cómico. Para ello propondremos acuñar el concepto de “lo irrisorio”, que abarcaría ambas dimensiones, tras lo cual sostendremos la pertinencia de la disyunción estable-

3 Al respecto, Jakobson, luego de dejar sentado que si bien “Saussure debe haber pensado que en semiología los signos arbitrarios iban a ocupar un lugar fundamental [...] sería inútil buscar en las notas de sus estudiantes la afirmación que da el texto de Bally-Sechehaye”, es decir que “los signos que son enteramente arbitrarios actualizan el ideal del proceso semiológico mejor que otros signos”; llama la atención sobre “el egocentrismo de los lingüistas que insisten en excluir de la esfera de la semiología los signos que están organizados de una manera diferente que los de la lengua”, lo cual reduce “la semiología a un simple sinónimo de la lingüística” (Jakobson 1988, 22-23).

cida entre cómico y humorístico. Para decirlo rápidamente, mientras que los discursos que pueden ser descriptos como cómicos, plantean una incongruencia que se resuelve en el señalamiento de lo que sería congruente (Attardo 1994, 2011) (dicho de otro modo, rompen una regla o norma establecida, dando la norma por supuesta y consabida), los discursos humorísticos, según nuestro particular punto de vista, no resuelven esta incongruencia nunca.

A partir de estas consideraciones teóricas previas nos ocuparemos de demostrar de qué forma “lo irrisorio” puede manifestarse en el interior de diferentes modos semióticos y cómo éstos interactúan para producir un texto cuyo fin perlocucionario es producir un efecto cómico o humorístico. Nos concentraremos específicamente en tres modos que rara vez han sido considerados —por lo menos en occidente— desde el punto de vista de los estudios sobre el humor: la tipografía, el color y el diseño.

Finalmente, intentaremos extraer algunas conclusiones que podrían ser útiles para futuras investigaciones sobre los Discursos Cómicos y Humorísticos.

**2. SERIO O NO SERIO (¿ES ESA LA CUESTIÓN?).** Uno de los aspectos más problemáticos en torno a las investigaciones sobre los fenómenos que atañen a la risa lo constituye la indeterminación léxica que parece ser característica del campo. Esta indeterminación se encuentra motivada por la interdisciplinariedad en la que ahondan todas aquellas aproximaciones, discursivas o no, que intentan dar cuenta de las particularidades del humor o lo cómico. Estos dos términos, por ejemplo, constituyen un capítulo aparte. Extensos tratados se abren a favor o en contra de tal disyunción, sin considerar la diferenciación entre el uso cotidiano de dichas nociones y su empleo con fines científicos. Tanto para el gran público como para muchos profesionales de la risa, la distinción no tiene el menor sentido. Así, se habla de “humor político”, de “humorismo”, de “humor gráfico” o de “humor absurdo” cuando según nuestro punto de vista sólo se podría hablar propiamente de “humor” en el último caso<sup>4</sup>.

4 Algo similar ocurre con el empleo del término “parodia”. Se dice frecuentemente que las historietas de Fontanarrosa o que las novelas y relatos de Arturo Cancela son paródicos, pero en el primer autor no se puede hablar de parodia estrictamente sino en sus primeras historietas y en el segundo no creemos que haya ningún ejemplo de parodia propiamente dicha.

Lo que importa en primer lugar es acuñar un término susceptible de agrupar los distintos fenómenos y aún otros que les aparecen asociados, bajo un denominador común. Bajo tal fin, hablaremos de lo irrisorio. Por irrisorio entendemos aquello que comparten en común géneros tan diversos como el chiste, la broma, el albur, la chanza, la parodia, pero también el discurso melancólico, la ironía, la injuria<sup>5</sup>. No elegimos hablar de “lo reidero”, “lo risible” o sencillamente “la risa”, porque irrisorio no es meramente “lo que que hace reír”, ni se reconoce tan sólo por sus efectos, sino un modo particular de decir (o de actuar o de dibujar).

Como hemos aclarado más arriba en nota al pie (ver nota 2), lo que caracterizaría a los discursos así llamados sería su desvío intencional de aquello que es considerado serio en un determinado contexto social. Así lo entiende William Hazlitt —crítico de Shakespeare y autor de unas *Lectures of the comic writers*— a quien Raskin (1985) cita al comienzo de su trabajo: “To understand or define the ludicrous, we must first know what the serious is” (Hazlitt 1907, 6)<sup>6</sup>. A pesar de lo obvio de la afirmación, muy pocos de entre aquellos investigadores que se han ocupado de la risa, parecen haberla tenido en cuenta.

“Serio”, dice el Diccionario de la Real Academia Española, es lo que es “real, verdadero y sincero, sin engaño o burla, doblez o disimulo”, aquello que garantiza todo aquél que asegura hablar “en serio” en una conversación. Serio es, entonces, lo que excluye la ambigüedad, la polisemia, el equívoco, lo que otorga cierta estabilidad al sentido. La distinción

5 Esta agrupación no es arbitraria. Seguimos así una antiquísima tradición discursiva que parte del problema XXX del Pseudo-Aristóteles y llega hasta la actualidad, hasta trabajos como el de Jonathan Pollock, donde se afirma que “todo intento por comprender el fenómeno del humor debe tomar en consideración el de la melancolía” (Pollock 2002, 10). Si esta última es, al decir de Hugo, “la dicha de estar triste”, el otro podría quizás entenderse como “la pena que asoma tras toda dicha”. Aunque tales consideraciones parecen lejanas, no se podrían comprender de otro modo películas como *The Darjeeling Limited* (2007) de Wes Anderson o *A serious man* (2009) de los hermanos Cohen, entre otros filmes y textos humorísticos actuales, que no siendo en absoluto serios, tampoco pueden sencillamente clasificarse como cómicos sin más.

6 A continuación afirma: “Now the serious is the habitual stress which the mind lays upon the expectation of a given order of events, following one another with a certain regularity and weight of interest attached to them. When this stress is increased beyond its usual pitch of intensity, so as to overstrain the feelings by the violent opposition of good to bad, or of objects to our desires, it becomes the pathetic or tragical. The ludicrous, or comic, is the unexpected loosening or relaxing this stress below its usual pitch of intensity, by such an abrupt transposition of the order of our ideas, as taking the mind unawares, throws it off its guard, startles it into a lively sense of pleasure, and leaves no time nor inclination for painful reflections” (Hazlitt 1907, 6). De ello se deduce que “[t]he essence of the laughable then is the incongruous” (ver, al respecto, la nota siguiente).

*serio/no serio*<sup>7</sup> pretende brindar una interpretación global de los fenómenos que atañen a la risa. Es un hecho que los hablantes organizan el modo en que utilizan los recursos semióticos en torno a este doble eje. Cuando se pregunta a una persona “¿estás hablando en serio?” o cuando se estima que un vestido es “poco serio” o se dice de una situación determinada “esto no me puede estar pasando en serio”; a lo que se alude es al incumplimiento de ciertas reglas que regulan lo que el hablante o el usuario pueden ponerse o decir en un momento o lugar determinado.

El estatus de seriedad de algo es, por supuesto, absolutamente dinámico. Cambia con el contexto, con el período histórico, con la comunidad en la que el hablante o productor de un texto se desenvuelve. Si, como afirma van Leeuwen (2005, 48): “Social semiotics works not only with an inventory of past, present and possible future semiotic resources, but also with an inventory of different types of rules, taken up in different ways in different contexts”, la ruptura deliberada de tales reglas, apoyada además por ciertas marcas que son tradicionalmente reconocidas como irrisorias (que están en la historia de lo que es y no es irrisorio), sería lo que caracterizaría a todo discurso de tal índole.

¿Por qué habríamos de considerar el chiste de Mafalda de la figura 1 como irrisorio? ¿Qué hay en él, más allá del personaje, que pueda provocarnos, no ya la risa, pero sí la consideración humorística sobre el acontecimiento al que se alude (golpe militar del 29 de junio de 1966)? Es aquí cuando la perspectiva multimodal cobra fundamental importancia. No es necesario conocer previamente al personaje o a su autor. La tipografía, el tipo de encuadre, el estilo del dibujo y el color (es decir la ausencia de color en este caso, la abundancia del blanco que es característica de las tiras de humor gráfico), nos sitúan ya en el campo de lo que puede resultar gracioso.

7 La distinción serio/no serio, descansa, en última medida en lo que Attardo (1994) y Raskin (1985) denominan “teorías de la incongruencia”, de larga data en las teorías psicológicas y filosóficas del humor. Una definición típica es la siguiente: “The notion of congruity and incongruity refer to the relationships between components of an object, event, idea, social expectation, and so forth. When the arrangement of the constituent elements of an event is incompatible with the normal or expected pattern, the event is perceived as incongruous” (McGhee’s 1979, 6-7; citado en Attardo 2011, 136).



Figura 1: Mafalda y el golpe militar del 29 de junio de 1966.

En lo que resta del trabajo nos ocuparemos de analizar cómo la distinción serio/no serio puede verificarse en diferentes modos semióticos. Aún queda por revisar la distinción entre cómico y humorístico a la que hemos aludido más arriba.

Si damos por sentado que la comunicación irrisoria es un modo distinto de la comunicación seria, donde algunos principios que regulan esta última son voluntariamente suspendidos —como por ejemplo, los principios de cooperación de Grice (CP) (ver nota 1)—, queda por preguntarse qué sucede entonces con el componente comunicacional de tales discursos. Es posible encontrar una discusión al respecto en Attardo (1994, 271-292; 2011, 138-139), quien parte de la distinción de Raskin (1985) según el cual un chiste no solamente desobedece los CP sino que los viola explícitamente durante su transcurso:

*When the joke teller introduces a first script he/she deliberately misleads the hearer into believing that that script is central to the processing of the text, only to reveal again deliberately at the end of the text that the script was in fact incompatible with the one introduced by the script-switch trigger/disjunctive (Attardo 2011, 139).*

Esto implica que el componente comunicacional de la broma debe encontrarse implícito:

*Jokes communicate on the basis of the presuppositions that the text may have independently of its humorous nature, on the basis of metamesages (of the kind, "I think that it is an appropriate situation to be facetious"), or on the basis of the suppression of the incongruity (Attardo 2011, 139).*

Una discusión similar se plantea en Eco (1986), quien además afirma que si lo cómico viola los CP o cualquier otra regla, es sólo porque el hablante la tiene interiorizada hasta tal punto que la considera inviolable:

*Lo cómico [a diferencia de la tragedia] no tiene necesidad de reiterar la regla porque está seguro de que es conocida, aceptada e indiscutida y de que aún lo será más después de que la licencia cómica haya permitido —dentro de un determinado espacio y por máscara interpuesta— jugar a violarla (Eco 1986, 375).*

En el transcurso de nuestras investigaciones hemos intentado ir un poco más allá: lo cómico no sólo no resulta liberador con respecto al presupuesto que parece desmentir, sino que incluso puede llegar a crearlo en un hablante que lo desconoce. Parafraseando el antiguo precepto de la Comedia del Arte, *castigat ridendo mores*, podríamos suponer que también *ridendo creat mores*.

Ahora bien, Eco reconoce una instancia dentro de lo cómico que juega de manera diferente con las reglas. Una categoría que, aparentando reconocerlas, las pone en cuestión. Se trata del humorismo. En el humor “la descripción de la regla debería aparecer como una *instancia*, aunque oculta, de la *enunciación*” (Eco 1986, 376). Sorprendentemente —o no— la definición del humorismo de Eco se acerca a la de Freud: “El humor no es resignado, es opositor; no sólo significa el triunfo del yo, sino también el del principio del placer, capaz de afirmarse aquí a pesar de lo desfavorable de las circunstancias reales” (Freud 1991, 158-159).

Según Freud el humor consiste, al revés que lo cómico, en el reconocimiento de una catástrofe (anímica, cognoscitiva, intelectual, física) que afecta al Yo, frente a la cual éste no se doblega. Freud hace entrar al humor dentro de

*la gran serie de aquellos métodos que la vida anímica de los seres humanos ha desplegado a fin de sustraerse de la compulsión del padecimiento, una serie que se inicia con la neurosis y culmina en el delirio, y en la que se incluyen la embriaguez, el abandono de sí, el éxtasis (Freud 1991, 159).*

Pero a diferencia de los otros, el humor lo hace sin resignar “el terreno de la salud anímica”.

Dos consideraciones pueden hacerse al respecto: en primer lugar, la posición diametralmente opuesta que le cabe al humor con respecto a lo cómico. En este último el sujeto aparece como victorioso frente a una regla de la cual se mofa, pero es tan sólo apariencia. En el fondo, como señala Eco, siempre se vuelve a la observancia. Lo incongruente de lo cómico, acaba por apuntalar la anormalidad, de la cual el cómico se separa (pero tan sólo por un momento). En el humor, el sujeto se muestra derrotado, pero una vez más, es sólo apariencia. La posición humorística le

asegura cierta grandeza que lo preserva de la derrota. No necesita, por lo tanto, restaurar un cierto “orden del mundo”. Al revés que en lo cómico, más bien hace notar que la incongruencia es la norma.

La segunda consideración cabe tan sólo a lo que hemos llamado la práctica “profesional” del humor. Si en su uso cotidiano el humor nos resguarda de las pequeñas catástrofes del día a día —cometemos una torpeza y la hacemos notoria riéndonos de ella—, en este otro uso, se podría decir que, al revés, lo que se hace es explicitar la catástrofe, recreándola. Un buen ejemplo de ello lo constituyen las páginas de humor gráfico de Quino, a menudo vehículo de reflexiones cínicas sobre la condición del ciudadano de clase media. En un conocido chiste, por ejemplo, se ve un tablero de ajedrez, donde las piezas blancas representan obreros, amas de casa, trabajadores, mientras que las piezas negras, únicamente tres, representan hombres de negocio, sosteniendo cada uno un signo monetario. En el texto que acompaña al dibujo se lee: “Problema: juegan las negras y dan jaque mate cuando se les da la gana”. Por diversas razones que implican entre otras cosas a la historia del género y del autor, podemos afirmar que el enunciador se identifica con aquellos personajes representados por las piezas blancas, sometidos al arbitrario jaque mate de las entidades financieras. Es de esperar que sus potenciales lectores así lo hagan también. En la vida cotidiana, las catástrofes, por así decirlo, nos salen al encuentro. Lo que los humoristas hacen, al revés, es señalarlas haciéndolas explícitas.

En otros casos, como en el dibujo de Steinberg de la figura 2, lo que se juega es otro tipo de “catástrofe”, de índole más bien intelectual, que implica la imposibilidad de resolver en términos representacionales habituales aquello que se está viendo (del mismo modo que en los grabados de Escher). No podemos congeniar del todo la parte inferior con la parte superior de la imagen. Pero tampoco podemos resolver la incongruencia cargando las tintas sobre algún significado potencialmente agresivo de la imagen. Lo que la imagen tiene de incongruente no se resuelve por ningún medio.



Figura 2: Incongruencia.

Siendo entonces que el color, la voz, o cualquier otro medio semiótico, pueden adquirir un significado específico en un contexto social específico será nuestra hipótesis que podría establecerse entre ellos una distinción básica entre lo que es serio y lo que no lo es, de manera que el hablante o el productor de un texto podrían optar en función del género por determinado color o determinada tensión en la voz, de forma que en la interacción con otros modos semióticos el texto producido pueda ser considerado cómico o humorístico.

Lo que es necesario tener en cuenta desde la perspectiva multimodal, es que dado que los recursos a los que el hablante echa mano para producir su discurso tienen una historia, algunos modos persistirán serios y otros serán percibidos como irrisorios en distintos momentos. Un caso concreto de esta situación se da en la moda: un vestido o un peinado que en una época era considerado correcto o adecuado, puede causar gracia algunos años más tarde. Y así como la música de una película romántica pasa posteriormente a identificarse, por contaminación, como “romántica”, la música de una película cómica será percibida asimismo como “cómica”.

**3. LO CÓMICO Y EL HUMOR DESDE UNA PERSPECTIVA MULTIMODAL.** Tomando como punto de partida la distinción básica entre lo serio y lo no serio, sería posible entonces ir más allá de los análisis tradicionales, monomodales, sobre los textos irrisorios, en los cuales el efecto estaba concentrado exclusivamente en los modos lingüístico y visual, por un lado, y en la efectividad del recurso, por otro. Es posible argumentar que la distinción

serio/no serio puede distinguirse en otros modos semióticos y no tan sólo en el lingüístico y visual.

A continuación nos ocuparemos exclusivamente de la tipografía, el color y la composición, pero lo que ha de decirse aquí sobre estos, creemos que podría también aplicarse a otros modos como la voz, el gesto, el movimiento o incluso la arquitectura de un edificio.

Debemos hacer énfasis en el hecho de que no nos proponemos establecer un inventario de recursos que serían irrisorios siempre, independientemente del contexto, sino simplemente resaltar el hecho de que una tipografía determinada en un determinado contexto social, o un uso particular del color o de la composición de la imagen, pueden dar por resultado un texto cómico o humorístico, más allá del tema o contenido representacional de ese texto. No hay “contenidos” que sean cómicos o humorísticos de por sí. Muchas veces no es lo lingüístico y ni siquiera lo visual lo que determina el significado humorístico de un texto. En los siguientes puntos nos ocuparemos de demostrarlo.

**3.1. TIPOS GRÁFICOS.** Hasta hace no más que unas décadas, el campo de la composición tipográfica descansaba fundamentalmente en la tradición del libro impreso, aun cuando se viera en la necesidad de lidiar con otros medios. Los límites entre tipografía, caligrafía e ilustración, se encontraban claramente demarcados. Así, según el autor del *Thames and Hudson manual of typography*: “When rope is coiled to form the word ‘Ship Ahoy’, or branches writhe into ‘Our Trees’ [...] that is illustration, not calligraphy” (citado en van Leeuwen 2005, 27). La tipografía no era considerada un medio semiótico en sí mismo: “lettering may help to express a feeling or a mood that is in harmony with the meaning of the words”, pero por lo general “lettering and calligraphy are abstract arts [...] What moves us is something formal, and, in the last resort, inexplicable” (citados en van Leeuwen 2005, 28).

En el campo del comic y el humor gráfico, la tipografía estuvo desde el comienzo vinculada a la compleja relación entre dibujo y escritura, dado que, por lo general, era el ilustrador el que ponía las letras (lo cual las diferenciaba de los tipos impresos del medio soporte de la historieta). De allí que tradicionalmente se asociara a la historieta un tipo gráfico algo desprolijo, de líneas finas y desproporcionadas que se cruzaban unas a otras. Estos tipos son vinculados hoy en día al campo de lo no serio. Lo podemos observar en los siguientes ejemplos:

Es inútil, somos un  
símbolo: Civilización y  
barbarie

Figura 3: Tipo gráfico de historietas.

¡POR DIOS!  
¡CANTA MÁS  
DESPACIO!

Figura 4: Otro tipo gráfico de historietas.

Aquí no hay incongruencia alguna. Lo que nos hace ingresar en el registro cómico es que es este tipo de escritura el que se emparenta con dicho registro, lo cual predispone adecuadamente al auditorio para el que se va a emitir el chiste. El tipo gráfico nos está indicando que hay chiste previamente a cualquier contenido lingüístico o visual de ese chiste. Incluso es posible reconocer a los autores de los ejemplos citados. Pero aun sin reconocerlos, y aun sin entender el chiste, podemos saber con qué tipo de comunicación estamos lidiando.

Los ejemplos que siguen van en el sentido contrario. Lo que provoca el efecto cómico es, al revés, el contraste entre tipografías y el mensaje lingüístico que éstas expresan. Aquí sí hay incongruencia:



Figura 5: Contraste en tipografía y mensaje.

Podría argumentarse que el efecto se encuentra apoyado por el diseño que refuerza el reconocimiento de la marca y hace por lo tanto más evidente la incongruencia entre lo que dice y lo que debería decir, o en términos de la teoría general del humor verbal, la conjunción de dos isotopías diferentes.



Figura 6: Otro contraste.

En ambos casos se trata de superponer un contexto institucional “serio” —reconocidas marcas multinacionales, lo cual implica, desde un punto de vista político, la inscripción en cierta autoridad— a las que se les hace decir algo que socava o invierte las relaciones de poder. En el primer caso, la superposición de “Coca Cola” y “Caca”, reforzada por el imperativo, que sugiere la presencia de un enunciador falso: es Coca-Cola quien nos ordena “comer caca”; en el segundo caso, la introducción del mensaje de legalización de la marihuana en la escenografía del *packaging* de una droga legal como es el tabaco —pero cuyos efectos han sido probados como más nocivos que los de la marihuana u otras drogas prohibidas— sugieren la inscripción de estos textos en la categoría de lo cómico como denuncia de un estado insatisfactorio de las cosas.

Menos gracioso pero igualmente irrisorio es el ejemplo de la figura 7, que invierte los anteriores: aquí el campo semántico pregnante es el de la droga (a la que no se hace alusión por sus efectos psicotrópicos o estimulantes, sino por sus consecuencias más funestas, la nariz sangrante, los dedos en la boca sugiriendo deseo). Es la tipografía, sin embargo, ya no tanto por su alusión directa a la marca, sino más bien por contraste, la que produce la incongruencia de la imagen. Una interpretación en términos de denuncia podría bien ser posible, pero creemos que en última instancia lo que prevalece es la incongruencia. En este sentido, desde el punto de vista de su diseño, las figuras 5 y 6 serían cómicas (dado que invierten los términos de la ley, burlándose de la autoridad citada, pero reconocen la ley en última instancia), mientras que la figura 7 sería humo-

rística (puesto que no apela finalmente al resguardo institucional que provee el diseño en los ejemplos anteriores y puesto que a su manera se burla de la muerte, catástrofe por excelencia de los sujetos).



Figura 7: Incongruencia.

Existe, por lo tanto, una cierta memoria discursiva tipográfica que permite asociaciones, entre cierto tipo de fuentes y las historietas y chistes de humor gráfico u otras asociaciones como las de marcas y empresas que, según cuál sea el contexto, pueden generar el efecto jocoso. Por otro lado, la ruptura de ciertas reglas implícitas sobre los tipos gráficos provocan cierto efecto irrisorio, entendido como no serio, que pueden orientar en ese sentido la lectura interpretativa de un texto.

**3.2. COLOR.** Si bien Kress, Leite-García y van Leeuwen (2000) asumen que todos los sistemas semióticos comportan las tres metafunciones, interpersonal, ideativa y textual, algunos modos parecen soportar mejor que otros esta tripartición. En el caso del color, podemos asumir que, al igual que en las tipografías, existen por una parte ciertas asociaciones que remiten a significaciones anteriores, de manera que el uso de ciertos colores adquiera de inmediato un sentido orientado hacia lo irrisorio y, por otro lado, que la utilización de ciertos colores en ciertos contextos puede percibirse como incongruente y por lo tanto dar lugar al extrañamiento propio de lo cómico.

Cualquier cuadro de Roy Lichtenstein podría comprobar fácilmente la primer afirmación; una obra como *Torquoise Marilyn* de Andy Warhol, la segunda. Salvo que en ambos casos no se trata de obras cómicas o humorísticas, porque el tratamiento del color aparece asociado a lo *pop* que es

el mismo campo semántico en que dichas obras se inscriben, no hay, por lo tanto incongruencia cómica o humorística. Un ejemplo como el de la figura 8 resulta quizás más adecuado: está claro que aquí sí están alternando simultáneamente dos campos semánticos: se supone que el tapizado de los asientos y las puertas de un automóvil han de llevar colores más o menos moderados y dentro de una misma gama; aquí, por el contrario, no sólo se trata de diferentes gamas, sino que los colores se presentan en un tono muy vivo. Es decir, lo que hace que podamos caracterizar este interior automovilístico como divertido, es no sólo el contraste con lo que se supone ha de encontrarse en un interior automovilístico, sino también el tono y los colores elegidos.



Figura 8: Incongruencia.

Según Kress y van Leeuwen (2002, 345), “colour is a semiotic resource like others: regular, with signs that are motivated in their constitution by the interests of the makers of the signs, and not at all arbitrary or anarchic”, y agregan:

*What makes a mode mode-like is its availability as a resource for making signs in a social-cultural group. What makes a grammar grammarlike is that it has characteristics that can be contravened. In other words, a group's sense of the regularities of the resource allows it to recognize when these regularities have (not) been met. In older-fashioned terms, we can say that we know that there is a grammar when we can recognize an ungrammatical use of the resource (Krees y van Leeuwen 2002, 346).*

La pregunta que a nosotros nos interesa aquí es cómo los hablantes reconocemos que un determinado uso de un recurso no es “agramatical” sino “gracioso”. La respuesta depende exclusivamente del género en el interior del cual se desliza ese uso indebido: los hablantes reconocemos

que ese error se ha cometido intencionalmente y con un propósito determinado.

Los colores utilizados en algunos chistes de Mordillo, por ejemplo, resultan ciertamente más adecuados que otros para la composición de imágenes cómicas o humorísticas. Sin embargo, por paradójico que parezca, lo que en el mundo contemporáneo resulta más indicativo de que se está en el terreno de lo irrisorio no es la presencia de determinados colores sino su ausencia. Lo que ha caracterizado el estilo de los humoristas en el siglo XX es su tendencia a resolver el dibujo con muy pocas líneas, lo cual deja al blanco de la página una presencia muy fuerte en la viñeta. Las figuras 1 y 2 (particularmente en la 2) son bien indicativas de esta tendencia, que contrasta con el camino que ha seguido la historieta seria. En efecto, según su casi homónimo:

*Steinberg, especialmente, inaugura procedimientos que definen al humorista gráfico como alguien que juega, que no dice, que no sabe. Enunciativamente, en sus dibujos se produjo la caída del autor ideal, omnisciente como un narrador naturalista, de una caricatura diferente de la de Daumier: la caricatura política de partido del siglo XIX y social de comienzos de XX. Los dispositivos de esta nueva enunciación no realista, y más humorística que satírica, fundaron nuevas tradiciones en distintas regiones culturales y alimentaron en la argentina el elaborado humor tonto de Oski y parcialmente del de Landrú (Steimberg 2001, 113).*

A esta lista podríamos sumar a Copi y Fontanarrosa. Este último, en particular ha hecho de la experimentación con el blanco de la página uno de sus rasgos más característicos, transformando la línea de demarcación de la viñeta en parte complementaria del dibujo interior (de modo que no podría decirse que hay un “adentro” o un “afuera”). En un campo completamente opuesto, es justamente la abundancia del negro (de modo que la fórmula parecería ser más bien blanco sobre fondo negro que viceversa) lo que ha caracterizado el carácter opresivo y serio de las historietas de Alberto Breccia, Juan Giménez o de trabajos como los de Horacio Altuna y Carlos Trillo en *Fierro*, especialmente *Ficcionario* y *El último recreo*<sup>8</sup>.

8 El caso de Alberto Breccia, sin embargo, es especial. Si bien la abundancia del negro en algunas de sus obras como *El Eternauta* de 1969, *Richard Long* o su adaptación de *El corazón delator* de Edgar Allan Poe, responden al análisis que hemos desarrollado, otros ejemplos como *Buscavidas*, con guiones de Carlos Trillo, van en una línea completamente opuesta. *Buscavidas* marca quizás el ingreso del Breccia ya maduro de los años setenta, en el terreno de la historieta humorística. Aquí el adjetivo se encuentra bien utilizado, porque *Buscavidas* nos presenta el caso paradigmático del humor más negro que se pueda concebir. Historietas posteriores como *Drácula*, *Dracul*, *Vlad*, *Bah!* o su adaptación de *Han-* //274

**3.3. COMPOSICIÓN.** Utilizamos la palabra *composición* como una forma de diferenciarla del “diseño” que implica la orientación de todos los modos semióticos estratégicamente dispuestos en un texto multimodal y su inscripción en un género. La composición, en este caso, tal y como es analizada por van Leeuwen, se refiere exclusivamente a la manera en que los elementos visuales de un texto son dispuestos en el espacio: “Composition is about arranging elements —people, things, abstract shapes, etc.— in or on a semiotic space —for example, a page, a screen, a canvas, a shelf, a square, a city—” (van Leeuwen 2005, 198). De idéntica forma que con la tipografía y el color, creemos que puede determinarse una manera no sería de componer los elementos sobre la página. La ruptura de ciertas reglas implícitas, como por ejemplo el equilibrio en el espacio, las leyes de fondo y forma o el privilegio de ciertos elementos por sobre otros, de manera que lo que se supone más importante no se coloca en el centro o viceversa; pueden provocar el efecto deseado.

La composición de lo que tradicionalmente se reconoce como el primer cómic de la historia, la serie *Hogan’s Alley* de Outcault, que aparecía en las páginas dominicales del *New York World* de Pulitzer (y luego en las del *New York Journal* de Hearst), cuyo personaje The Yellow Kid, un niño de rasgos orientales en cuya camiseta podían leerse sus “pensamientos”, presentaba ya una composición muy particular de las escenas. Como puede observarse en la figura 9, los distintos elementos son dispuestos en la hoja de manera “caótica”, todo sucede simultáneamente y aunque las líneas parecen confluír hacia el hombre que cae en el centro, no es esta caída necesariamente lo más importante en la imagen. De idéntico modo, no se podría decidir en qué sentido orientar la navegación en el dibujo: el ojo bien puede detenerse en el carro de la perrera que se incendia en el fondo, en el niño que cae de la terraza o en el chico amarillo que señala hacia la enardecida multitud.

//273 sel y Gretel, siguen el camino de lo irrisorio incorporando el color.

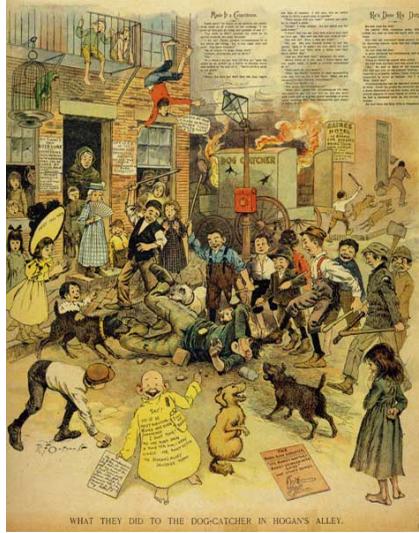


Figura 9: De la serie *Hogan's Alley*.

Una composición similar es la que utilizaba ya William Hogarth en sus dibujos satíricos, como por ejemplo *Gin Lane* (1751) o yendo aún más lejos, pintores flamencos como Bruegel (en particular *Juego de Niños*, 1560) o Bosch (por ejemplo en *El Jardín de las Delicias*, ca.1480-1490), y es la que utilizan autores cómicos como Enrique Ventura y Miguel Ángel Nieto en el ejemplo de la figura 10.



Figura 10: Composición "caótica".

Pero no sólo lo caótico puede provocar el efecto irrisorio. Por ejemplo, en muchos chistes de Mordillo lo que lo produce es, al revés, la regulari-

dad en la disposición de los elementos, una regularidad que es incongruente con el motivo retratado (no sería incongruente si se tratara, por ejemplo, de una figura geométrica)<sup>9</sup>. En estos dos últimos casos, aunque depende del modo visual (y aunque se apoya en el color, como hemos visto), el efecto irrisorio ha sido constituido casi exclusivamente en virtud de la composición. Al igual que en los modos semióticos analizados en los dos puntos anteriores, entonces, podemos verificar que existe un cierto modo de agrupar los elementos en el espacio que descansa en una tradición que lo hace pertenecer al dominio de lo risible (figuras 9 y 10), y por otro lado, que puede buscarse una manera de componer la imagen de forma que resulte incongruente, extraña a la mirada, y que, al estar inscripta en un determinado contexto, pueda dar lugar a la risa.

**4. A MODO DE CONCLUSIONES.** A partir de los ejemplos citados, creemos haber demostrado que la construcción del efecto irrisorio de un texto cómico o humorístico no descansa exclusivamente en lo lingüístico y lo visual, únicos modos semióticos que los investigadores habitualmente tienen en cuenta para el análisis de este tipo de discursos. Muy por el contrario, nos parece que aún en el caso más elemental de los chistes verbales, su mecanismo no puede ser adecuadamente comprendido sin prestar atención al ritmo, al tono de la voz o los gestos que se ponen en funcionamiento cuando se los cuenta.

Aunque en este trabajo nos hemos limitado al campo del humor gráfico, creemos que es posible encontrar en modos no visuales los mismos patrones que en el color, la tipografía y el diseño hemos observado. Así, el ritmo y la tonalidad con que se ejecuta una música, la forma en que nos vestimos, la iluminación de un parque de diversiones o el modo en que disponemos los muebles en una habitación pueden ser catalogados como no serios y despertar en los destinatarios la sospecha de que allí se está diciendo algo más que lo que se dice. La sospecha, no siempre tranquili-

9 Tenemos aquí una muestra de lo que Bergson conjeturaba con respecto a lo cómico: si sólo lo humano se presta a la risa, esta surgiría, según él, cuando advertimos que lo humano se automatiza: "Dondequiera que hay repetición, dondequiera que hay semejanza completa, vislumbramos enseguida lo mecánico funcionando tras lo vivo" (Bergson 1991, 34). Esta definición no se choca con la que aquí hemos propuesto. Pues en efecto, ¿qué más incongruente con el orden habitual de las cosas que la repetición continua y automática de lo mismo?

zadora, de que alguien, al otro lado, quiere que veamos lo habitual bajo una órbita completamente nueva.

## BIBLIOGRAFÍA

- Attardo, Salvatore. 1994. *Linguistic theories of humor*. Nueva York: Mouton de Gruyter.
- . 2011. "Humor". En *Discursive pragmatics*, editado por Jan Zienkowsky, Jan-Ola Östman y Jef Verschueren. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Bergson, Henry. 1991. *La risa: Ensayo sobre el significado de lo cómico*. Buenos Aires: Losada.
- Eco, Umberto. 1986. "Lo cómico y la regla". En *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.
- Freud, Sigmund. 1990 [1905]. *El chiste y su relación con lo inconsciente*. En *Obras completas*, tomo VIII. Buenos Aires: Amorrortu.
- . 1991 [1927]. "El humor". En *Obras completas*, tomo XXI. Buenos Aires: Amorrortu.
- Hazlitt, William. 1907. "On wit and humour". En *Lectures on the English comic writers*. Londres: Oxford University Press.
- Jakobson, Roman. 1988. "Ojeada al desarrollo de la semiología". En *El marco del lenguaje*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine. 1981. "Les usages comiques de l'analogie". *Folia Linguistica* 15 (1-2): 163-183.
- Klibansky, Raymond, Erwin Panofsky y Fritz Saxl. 2006. *Saturno y la melancolía*. Madrid: Alianza.
- Kress, Gunther y Theo van Leeuwen. 2001. *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. Londres: Arnold.
- . 2002. "Colour as a semiotic mode: notes for a grammar of colour". *Visual Communication* 1.3.
- Kress, Gunther, Regina Leite-García y Theo van Leeuwen. 2000. "Semiótica discursiva". En *El discurso como estructura y proceso*, editado por Teun A. van Dijk. Barcelona: Gedisa.
- Olbrechts-Tyteca, Lucie. 1974. *Le comique du discours*. Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles.
- Palacios, Cristian. 2010. "La única realidad es la realidad: La proyección de la historia en los monólogos de Tato Bores". En *Memorias del Bicentenario: Discursos e ideologías*, editado por Graciana Vázquez Villanueva. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.
- Pollock, Jonathan. 2002. *¿Qué es el humor?* Buenos Aires: Paidós.
- Raskin, Victor. 1985. *Semantic mechanisms of humor*. Dordrecht: D. Reidel Publishing Company.
- Steimberg, Oscar. 2001. "Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico". *Signo & Señal* 12: 99-117.
- Traversa, Oscar. 2009. "Notas acerca de lo reidero en las tapas de las revistas". *Figuraciones* 5 (agosto). Fecha de consulta, 30 de julio de 2012.  
<http://www.revistafiguraciones.com.ar/numeroactual/articulo.php?ida=110&idn=5&arch=1#texto>
- van Leeuwen, Theo. 2005. *Introducing social semiotics*. Nueva York y Londres: Routledge.

**Cristian Eduardo Palacios**

Conicet / Instituto de Lingüística,  
Facultad de Filosofía y Letras (UBA)

[atenalplaneta@gmail.com](mailto:atenalplaneta@gmail.com)

Trabajo recibido el 30 de julio de 2012 y aprobado el 1º de octubre de 2012.