

## SEMÁNTICA DEL HUMOR. CONDICIONES SEMÁNTICAS DE CREAR Y DISIMULAR LA TRAMPA EN LOS CHISTES LINGÜÍSTICOS\*

JOANNA WILK-RACIESKA  
Instituto de Estudios Románicos  
Universidad de Silesia  
Katowice-Polonia

El estudio que queremos presentar intenta reformular, en términos de la sintaxis semántica (St. Karolak, 1991), “las condiciones de la elegancia” formuladas por A. Awdiejew (1995) y basadas en “la semántica del humor” de V. Raskin (1986). En nuestra opinión, dichas condiciones se asientan en las reglas semántico-sintácticas universales que no pueden romperse. La trampa semántica no consiste, pues, en «romper», sino en «esconder» el funcionamiento de una regla semántico-sintáctica. Sólo una parte de los chistes “lingüísticos” se basa en la idea de contraste lógico, considerada por Awdiejew como una de las condiciones más importantes. Son diferentes las reglas semántico-sintácticas que sirven para preparar y disimular la trampa semántica.

Palabras clave: semántica del humor, reglas semántico-sintácticas universales, trampa semántica, contraste.

The present work pretends to reformulate “conditions for the elegance of linguistic jokes” proposed by A. Awdiejew (1995) and based on V. Raskin’s “semantic mechanisms of humor” (1986). For this proposal we’ll adopt the semantic theory know as semantic grammar or semantic syntaxe (St. Karolak, 1991). The aim is to prove that these conditions are founded in universal semantic-syntactic rules which can’t be broken. Thus, the semantic trap doesn’t consist in breaking, but in hiding of working of these universal rules. Only one part of linguistic jokes is based on the idea of the contrast which is considered by Raskin as one of the most important conditions for the elegance of linguistic jokes. There are many different universal semantic-syntactic rules which can be used for preparing and hiding the semantic trap.

Key-words: conditions for the elegance of linguistic jokes, semantic mechanisms of humor, universal semantic-syntactic rules, semantic trap, contrast.

---

\*Texto ampliado de la comunicación: “Semántica del humor condiciones de elegancia y recepción de los chistes lingüísticos”, *XXVII Simposio de SEL*, Palma de Mallorca, Diciembre 1997.



Fig. 1

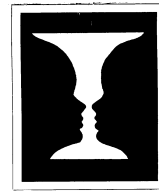


Fig. 2

Los dos dibujos arriba presentados son perfectamente conocidos en el mundo entero. Ilustran, de modo más espectacular y más claro, los errores de percepción visual inevitables.

En la primera ilustración (Fig. 1) podemos ver o bien dos personas en una puerta en forma de arco, o bien un cráneo humano. Ambas interpretaciones son correctas, pero no podemos percibir las a la vez.

El siguiente dibujo (Fig. 2) es también ambivalente: a primera vista vemos aquí, o bien una copa, o bien dos perfiles de caras humanas.

Estas imágenes diferentes aparecen alternativamente y no somos capaces de elegir una sola de ellas.

Así vemos que, aunque el cerebro humano dispone de un sistema muy complicado para interpretar la información transmitida a través de los ojos, nuestra percepción del mundo exterior no es perfecta y, a veces, puede inducir a error.

La percepción consiste en resolver problemas. Pero, por regla general, nosotros no somos conscientes de que estamos resolviendo algún problema y de que el resultado de este procedimiento es siempre una sola entre las interpretaciones posibles. Por este motivo, la interpretación elegida no es necesariamente la más justa o la más apropiada, puesto que toda nuestra percepción del mundo exterior y la posibilidad de comunicarnos entre

nosotros depende del tipo de información que recibimos, de nuestro propio conocimiento y de otros factores muy variados.

Especialmente en cuanto a la comunicación el riesgo de elegir la información no apropiada se dobla, puesto que la recepción del mensaje depende también del tipo de conocimiento que posee nuestro interlocutor y del tipo y cantidad de información que éste quiere transmitirnos.

El mensaje lingüístico está, pues, más expuesto al fracaso de recepción. Por este motivo, la lengua se defiende fijando unas reglas semánticas universales que todos nosotros utilizamos inconscientemente y detectamos en los enunciados de nuestros interlocutores, sin ser conscientes de este hecho.

Estas reglas o principios aseguran la base mínima de la recepción e intelección. Son los principios de la congruencia semántica.

Como dice Wittgenstein, el lenguaje no es un todo homogéneo, cerrado. Consiste en varios juegos lingüísticos que se mezclan entre sí y funcionan en condiciones diferentes. Una proposición comunica algo solamente cuando esté colocada en un juego lingüístico.

Por otro lado, según Wittgenstein no podemos pensar cosas que no tengan sentido (Tesis 4 de su *Tractato...*). El pensamiento, la idea es, pues, una proposición con significado. En la nueva teoría de Wittgenstein esta idea del significado no parece haber cambiado. Sólo ha cambiado el criterio que ya no es dogmático, formal, sino que el significado se verifica con el uso.

Pero el nuevo mundo del lenguaje y del significado creado, entre otros, por Wittgenstein y continuado por los cognitivistas necesita, más que nunca, un soporte independiente que asegure el éxito comunicativo<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Adoptamos la división de los principios de coherencia semántica según Charolles (1978) y algunos ejemplos que ilustran las reglas o su infracción se han tomado de "Ecrire en français" de:

1/ el principio de la progresión de información:

*La hora es la hora.* (tautología)

2/ el principio de la continuidad o de repetición :

*El escucha la música que reluce de sus zapatos.* (Breton y Eluard - anomalía en la combinatoria semántica)

3/ el principio de la no contradicción:

*Cuando ya no hay nada, todavía hay algo.*

Los hablantes de una lengua natural infringen muy a menudo los principios de la congruencia semántica. Utilizando tanto su conocimiento como su lenguaje floja y negligentemente crean unos textos llenos de generalizaciones o especificaciones exageradas, de las contradicciones lógicas, tautologías y otras anomalías que impiden o, por lo menos oscurecen, la comprensión del texto. Lo saben muy bien los traductores de los textos ante todo especializados, pero también así llamados „textos literarios”.

Sin embargo, la infracción de las reglas semánticas de coherencia puede ser también intencionada y pensada de antemano. Sirve entonces a los objetivos poéticos, la utilizan los periodistas y los publicistas.

Según V.Raskin (1986) la introducción de la así llamada *paradoja semántica* es una condición básica en los chistes semánticos.

V.Raskin se propone crear una teoría del humor formulada en términos puramente semánticos, y basada en las condiciones lingüísticas necesarias y suficientes para que un texto sea cómico.

Para formular su teoría V.Raskin se sirve del método de los *scripts* (= estructuras o redes de representación semántica).

Así, pues, un texto es compatible en su totalidad o en una parte con dos *scripts* diferentes contrastados de un modo especial: “*John y Mary habían vivido tranquilamente durante 20 años... Después se conocieron.*”

El contraste sirve como clave que permite al receptor reinterpretar el texto, es decir, analizar los *scripts* opuestos y resolver la trampa semántica. Esto significa que “la interpretación semántica de un texto que responde a dos *scripts* entre los cuales uno está oculto, ocasiona que el texto se perciba como un chiste” (Raskin 1986: 118).

Por otra parte, el contraste de dos *scripts* no puede ser una sola condición necesaria y suficiente para que un texto sea percibido como un chiste aunque las paradojas semánticas siempre son interesantes si no cómicas. No se puede olvidar, sin embargo, que lo que es cómico para una persona no

---

4/ el principio de la corrección semántico-referencial (menos evidentemente ligado a factores lingüísticos, pero sí más al. Universo de la referencia):

*Ya me lo imaginaba - dijo el Gato, y otra vez desapareció.* (proposición aceptada y correcta en el mundo de *Alicia en el país de las maravillas*).

tiene porqué ser necesariamente cómico para otra. Así, pues, las condiciones extratextuales también desempeñan un papel muy importante, a saber, aseguran la eficacia del proceso y de su resultado.

Una vez divididas las condiciones del humor entre las que sirven para provocarlo y las que aseguran la eficacia del proceso, vamos a concentrarnos en las primeras, es decir, en las condiciones puramente semánticas.

Como ya hemos señalado anteriormente, el *contraste* o la *paradoja* es considerado una condición semántica básica, aunque no suficiente para un chiste lingüístico.

Sin embargo, para hacer reír a nuestro interlocutor no basta con que simplemente contrastemos dos *scripts* diferentes: diciendo p.ej.: *Rodolfo ha matado a su viuda*, sólo cometemos un error semántico que puede provocar la risa de nuestro interlocutor, pero será la risa de cumplido y no de reconocimiento.

Crear un chiste lingüístico es efectuar una operación semántica bastante complicada y delicada. Las condiciones de esta operación han sido formuladas o, más bien, recogidas por A.Awdiejew (1995) bajo el nombre de *condiciones semánticas de elegancia*.

Basándose en la condición del contraste de dos *scripts*, Awdiejew distingue 2 grupos de dichas condiciones:

A- una condición introductoria cuya tarea básica es disimular la trampa semántica que va a seguir;

B- condiciones que llevan la trampa semántica, entre las cuales distinguimos: una condición de contraste máximo, otra condición de clave de reinterpretación y otra de multiplicación de significados contrastivos.

Sin embargo, el análisis de los chistes lingüísticos bajo el aspecto de sus posibilidades cómicas efectuado según el método presentado, no parece estar completo sin haber analizado y definido la noción de contraste, es decir la noción fundamental de toda esta teoría.

Por regla general, entendemos por *contraste* o *paradoja* la idea opuesta a la común, lo que significa que el contraste debería basarse en la *contradicción*, cualquiera que sea la definición de esta. Claro está, que en el caso de los chistes puramente lingüísticos sólo la idea de *contrastos semánticos* o de *paradojas semánticas* puede entrar en juego.

Se trataría, pues de las paradojas que “se apoyan en la *coexistencia o cohabitación de dos contradictorios o contrarios*” (S.Gutiérrez, 1997: 21)

Sin embargo, si fuera así, todos los chistes lingüísticos se construirían en la base de la infracción del *principio de no contradicción*, hecho que implica, que el proceso de construir la trampa semántica y, (¡lo, que es más importante!) la clave de reinterpretación deberían ser iguales para todos los chistes.

¿Cuántos chistes pueden construirse según el mismo esquema sin dejar de ser cómicos?

Dicho lo visto, nos parece lógico analizar bien la base de los chistes lingüísticos. En nuestra opinión tal análisis revelará el hecho de que la paradoja propiamente dicha no es el único motivo, ni la única base de los chistes lingüísticos, sino que las reglas semántico-sintácticas del lenguaje nos ofrecen numerosas posibilidades.

Además, tal análisis nos parece necesario, puesto que las definiciones de paradoja lingüística comunmente utilizadas no son, por regla general, bastante precisas para explicar, de modo convincente, las relaciones semántico-sintácticas que permiten romper con los principios de la coherencia textual sin que el texto deje de ser comprensible, adquiriendo además un efecto cómico y no ridículo.

Por ejemplo, según el Diccionario de Términos Filológicos (Lázaro Carreter) la *paradoja* es “unión de dos ideas en apariencia irreconciliables”, y, según el Diccionario Enciclopédico Parramón: “... de hechos aparentemente contradictorios”.

Es precisamente la palabra “aparentemente” que, al aparecer en las definiciones en cuestión, abre el paso a un análisis más profundo y contempla la necesidad de efectuarlo.

Tan sólo después de haber definido la base adecuada de un chiste lingüístico, podemos aplicarle a tal chiste el análisis según las *condiciones semánticas de elegancia*.

En este momento tenemos que poner de relieve que aceptamos y adoptamos la idea de V.Raskin según la cual el texto de cualquier chiste lingüístico responde en su totalidad o en una parte a dos scripts diferentes. Lo que no podemos aceptar es el hecho de que las condiciones de que un chiste sea cómico estén íntimamente ligadas a la paradoja semántica, es decir, a la idea de contradicción.

Entendemos por *script* una estructura o red de relaciones semánticas que abre cada palabra, hecho que significa que cada palabra o término lingüístico semánticamente pleno abre asociaciones parecidas en la mente del hablante y de su interlocutor. Aunque puede también ocurrir una situación como la siguiente:

En una tienda de ordenadores:

dependiente: ¡Esto es un ángel, no una impresora!

cliente: Usted no me entiende. Yo no necesito un angel. Necesito una impresora

Dicho lo visto es lógico que en el caso de cualquier enunciado o texto basado en la infracción aparente de los principios de cohesión, no se trate de las estructuras cognitivas exclusivamente prototípicas - si bajo este término entendemos las relaciones básicas implicadas por el sentido "central" del concepto. Para nuestros objetivos adoptemos pues, una definición según la cual este término abrigue todas las relaciones, tanto prototípicas, como periféricas, implicadas por un concepto dado.

Definido de este modo, el concepto por ej. "elefante", nos permite perfilar, tanto su sentido central: "el mayor de los animales terrestres actuales", como, en un contexto adecuado - el periférico: "una persona torpe de inteligencia, de mano o en el andar". Por este motivo podemos decir en el polaco: *Estaba como un elefante en una tienda de porcelana*. De igual modo se explica el dicho español: *Estaba como una mona en un garaje*.

Es, pues, evidente que la preparación de la trampa semántica que es una de las condiciones del éxito de un chiste lingüístico hace indispensable la elaboración de tal estructura semántico-sintáctica, que ofrecería tanto la posibilidad de dos lecturas diferentes, como la clave de reinterpretación.

El primer paso será, pues, disimular lo más posible la trampa semántica. El proceso de disimulación consiste en actualizar el término constituyente de la estructura (o perfilar su sentido), de modo que la lectura o el *script* prototípico sólo sea posible.

El paso siguiente es ofrecer la clave de reinterpretación<sup>2</sup>.

La clave de reinterpretación propuesta al interlocutor en la segunda proposición le invita a negar el presupuesto dicho recurriendo al análisis lógico de la primera proposición, donde se ha aprovechado la imprecisión de los usos de la conjunción “y” en el lenguaje ordinario.

Una vez comprendida la clave, el interlocutor tiene que reinterpretar el sentido transmitido a través de la primera proposición y unirle al sentido transmitido por la segunda: *John había vivido tranquilamente durante 20 años y Mary había vivido tranquilamente durante 20 años. Después se conocieron.*

Así se resuelve la trampa y los enunciados aparentemente incompatibles terminan transmitiendo un sentido perfectamente coherente.

El juego de presupuestos, o, más bien, de negar los presupuestos “manifiestos” que son resultado de la posibilidad de expresar nuestros comunicados bajo diferentes formas lingüísticas, a veces bastante negligentes, abre también paso al proceso contrario, es decir cuando el hablante, sin haberlo intentado ofrece al interlocutor una trampa semántica y él mismo cae en ella:

---

<sup>2</sup> Hay que repetir que en este momento el hablante tiene que contar con la competencia de su interlocutor. Sin embargo, este riesgo es solamente un poco mayor que el riesgo comunicativo normal y ha sido tomado en consideración por Jackendoff en su definición de la estructura cognitiva, según la que: *la información lingüística y extralingüística forman juntas un conjunto de principios limitado que constituyen la estructura conceptual.*



En un autobús:

- Hace dos años que voy en este autobús
- ¡No me digas! . Y ¿donde subiste?

En el mismo principio se basan también muchas máximas: *El matrimonio es resultado del amor, como ... el vinagre del vino.*

Otro esquema semántico-sintáctico frecuentemente adoptado para disimular la trampa semántica es aprovechar las estructuras condensadas.

La estructura condensada, ya por definición, presenta una pérdida de información notable y, en consecuencia, falta de autonomía.

Por ser así, el uso de elipsis puede, teóricamente, señalar una trampa semántica. Sin embargo, este no es el caso del texto siguiente: *Todo el mundo quiere nuestro bien. . ¡No dejéis que os lo quiten!*” (S.J.Lec, tomado de Awdiejew)

El uso convencional del primer enunciado permite, o, más bien, impone interpretar la elipsis *nuestro bien* como: “Todo el mundo quiere que estemos bien”. Por otro lado ninguna de las reglas semántico-sintácticas nos impide interpretarlo como: “Todos quieren tener nuestro bien”(según Puzynina). Y esta es la lectura “sacada a la luz” por la clave ofrecida en el segundo enunciado: *¡No dejéis que os lo quiten!*

El hecho que tal procedimiento comunicativo resulta natural, puede corroborarse por la posibilidad de elaborar el texto análogo: *Todos quieren nuestro mal. ¡Qué se lo lleven!*.

Es interesante comprobar que, aunque el uso de elipsis es una manera reconocida en la comunicación cómica, las construcciones condensadas basadas en la coreferencia de los sujetos, no suelen ofrecer más que un solo script. Comparemos: “*Todos quieren nuestro gato / nuestra casa*”, se interpreta exclusivamente como: “*Todos quieren tener nuestro gato/ nuestra casa.*”. Y no: “... *que lo la tengamos nosotros*”

Así, pues, en el caso de las construcciones condensadas basadas en la coreferencia, la posibilidad de dos interpretaciones parece ser una propiedad de los términos que representan los conceptos axiológicos.

No obstante, el análisis y la corroboración de esta hipótesis exceden los límites de nuestro estudio.

Aquí sólo hay que subrayar que todos los chistes lingüísticos presentados hasta ahora aprovechan como base para elaborar una trampa semántica el contraste aparente, superficial. Una vez reconocida la clave y reinterpretado el sentido transmitido a través de significaciones aparentemente incompatibles, el texto queda perfectamente coherente.

Este tipo de chistes son chistes “buenos” (según Awdiejew), inteligentes, puesto que exigen una operación mental, despiertan las reflexiones intelectuales simplemente porque nos hacen buscar la coherencia.

Esto se comprueba por la existencia de otros “chistes” o, más bien, impactos cómicos cuya idea es romper intencionalmente con otro principio de coherencia —el principio de repetición: *Los dos autobuses iban en la misma dirección. Y el tercero también giró a la derecha.* En este tipo de “juegos” no hay clave porque no hay nada que abrir. El efecto cómico es corto y muy superficial.

Otro grupo de chistes son los que se sirven de un impacto no manifiesto. Este grupo comprende los chistes de estructura más compleja.

Pertenecen aquí los chistes basados en el recurso a la función prototípica del objeto<sup>3</sup>:

Dos broches están paseando por el campo.  
 - Tengo frío - dice uno de ellos.  
 - Pues abróchate - le contesta el otro

Otro tipo de chistes son los basados en las posibilidades que abre la combinatoria semántica, donde la tarea de la clave es indicar otra posibilidad combinatoria del mismo predicado (1) o bien bloquear y, en efecto rechazar el presupuesto de la primera proposición (2):

---

<sup>3</sup> Entendemos por función prototípica la propiedad básica que es la información sobre su destino o función que los nombres contienen en su sentido, como p.ej. el nombre *piel* contiene en su sentido la información sobre la función tomada como una situación estática: *cubrir el cuerpo de x* (véase también: Banyś 1998 y Wilk-Racieska 1998c)

ej. 1:

*Winnie the Pooh dice:*

*Sabes, yo también he intentado cambiar de camisa, pero he cambiado de ... intención.*

ej. 2:

*Invítame a comer. Te lo devuelvo. (Awdiejew)*

donde: *Invítame* presupone: *págalo tú.*

El bloqueo de las relaciones semánticas prototípicas que permite, o, más bien, impone una estructura de relaciones más periférica, es un medio muy útil en la construcción de las metáforas: “El gandul es un cadáver con apetito” donde el bloqueo es clave para perfilar otro conjunto de propiedades.

El último tipo de chistes que merece la pena mencionar aquí, son los chistes basados en el rechazo de la implicatura. Estos chistes son bastante arriesgados por ser muy delicada la naturaleza de la misma implicatura y porque se apoyan ante todo en la consciencia del interlocutor. El interlocutor puede simplemente no reconocer el supuesto y no admitir la tesis que le parece transmitir por vía de implicatura. (En tal caso todo el chiste fracasa)

Un niño pequeño entra en la farmacia y pregunta al dependiente:

-¿Es usted el que vende el aceite de hígado de bacalao?

- Sí, soy yo.

-¡Cabron! (Awdiejew)

Visto todo lo presentado hasta ahora, la elaboración de una trampa semántica no se apoya en el contraste máximo de los sentidos expuestos - si por el contraste entendemos la contradicción. En consecuencia, tampoco sirve la condición *de multiplicar los sentidos contradictorios*” (propuesta por Decker, Buttram: 1990, Awdiejew: 1992).

Un chiste lingüístico, igual que cualquier otro texto inteligible se basa en la congruencia textual respetando todos sus principios.

La diferencia entre un chiste lingüístico y un texto “normal” estriba en que en un chiste la congruencia está por definición disimulada (= la condición de elaborar y disimular la trampa semántica). Así, el llamado contraste siempre es aparente, es un modo que invita al interlocutor a investigar en la estructura semántica profunda, a buscar la relación coherente. Este contraste es la clave de reinterpretación y la condición que asegura la congruencia escondida. Según Fodor y Bever los enunciados pueden transmitir los pensamientos sólo porque los interlocutores saben traducirlos en el lenguaje en que pensamos.

En nuestra opinión, esto significa que simplemente conocen las reglas que gobiernan el lenguaje y la comunicación. Los chistes buenos, los intelectuales son los que nos hacen reír por la satisfacción que supone el haber resuelto una verdadera enigma<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Claro está que aquí sólo hemos analizado los tipos más populares de chistes lingüísticos basados en la idea del contraste aparente. Aún nos queda por analizar otro grupo numeroso de chistes, es decir los chistes basados en la idea de semejanza ampliamente comprendida, como por ej. El siguiente: -*¿Cómo se llama una persona que no tiene el ojo izquierdo, la oreja izquierda, la mano izquierda y la pierna izquierda? Se llama: all right.*”

### BIBLIOGRAFÍA

- Awdiejew, A., (1998) “Nieśmieszne aforyzmy (Refleksje nad semantyką humoru Viktora Raskina)”, en: *Język a kultura* T8, Wrocław
- Banyś, W. (en prensa) “Approche classique et approche cognitive de la description lexicographique. Analyse d’une entrée du dictionnaire”, en *Neophilologica* 13, Uniwersytet Śląski, Katowice.
- Charolles, M. (1978) “Introduction au problème de la cohérence des textes” en: *Langue française* 38, pp.7-43
- Deckers, L. y Buttram, H. (1990) “Humor as a response to incongruities within or between schemats”, en *Humor* 3-1, pp.53-64
- Gutiérrez Ordóñez, S. (1997) *Comentario pragmático de textos polifónicos* Colección Comentario de Textos, Arco Libros S.L., Madrid
- Raskin, V. (1985) *Semantic Mechanisms of Humor*, Dordrecht: Reidel
- Wilk-Racieska, J. (en prensa) “La doble vida del adjetivo” en: *Neophilologica* 13, Uniwersytet Śląski, Katowice
- Wilk-Racieska, J. (en prensa) “La metáfora sin enigma?” *Neophilologica* 13, Uniwersytet Śląski, Katowice
- Wilk-Racieska, J. (en prensa) “Significación de las palabras. ¿El sistema o la convencionalidad?” en: *Actas del Congreso Internacional de Semántica*, Universidad de La Laguna.