

***Ethos* cómico y *ethos* humorístico**

Cristian Palacios

Conicet - Instituto de Lingüística (UBA)

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

Deudora de la retórica clásica, la categoría de *ethos* discursivo, en tanto imagen de sí que el enunciador construye en su discurso, ha ocupado desde los años ochenta un lugar cada vez más importante. En este trabajo nos proponemos confrontar la operatividad de dicha categoría en relación con nuestra investigación sobre los fenómenos que conciernen a la risa, dentro de los cuales nos hemos ocupado de diferenciar los discursos cómicos y humorísticos. Es nuestra hipótesis que, aunque contruidos sobre la base de lo irrisorio, es decir, de aquello que deliberadamente se diferencia de lo que se considera serio, la imagen de enunciador que estos dos tipos discursivos construyen es completamente opuesta. Mientras que el *ethos* cómico hace ostensible su superioridad frente a aquello de lo que se ríe, el *ethos* humorístico se prohíbe tomarse a sí mismo en serio con lo cual cuestiona incluso su inscripción como sujeto en aquello que enuncia. Paradójicamente, esta configuración le permite al sujeto humorístico erigirse triunfador frente a una realidad que él mismo exhibe como catastrófica; de allí que podamos afirmar, junto con Freud, que el humor no es resignado, es opositor. En nuestro caso, intentaremos no sólo poner a prueba nuestras consideraciones particulares sobre el *ethos*, sino que además nos ocuparemos de indagar el alcance de dicha categoría en discursos no verbales, como el humor gráfico o las historietas cómicas y humorísticas.

La influencia de la obra de Freud sobre materia de chistes en la posterior bibliografía que se ha ocupado del tema es enorme y no puede exagerarse. Sin embargo resulta singular el poco esfuerzo que hacen tanto sus adeptos como sus detractores de otras disciplinas, en extrapolar cada una de sus afirmaciones a un terreno no exclusivamente psicoanalítico. Por otro lado, como afirma Salvatore Attardo, cuya teoría sobre el humor goza de gran notoriedad en el campo anglosajón, resulta peculiar que no se tenga en cuenta al menos que desde la publicación de *El chiste y su relación con lo inconsciente* ha transcurrido ya más de un siglo. No es que ese texto no tenga aún vigencia, sino que su vigencia no puede desconocer los avances que durante ese tiempo se han realizado sobre aquellos fenómenos que se relacionan con el campo de la risa (Attardo 1994: 58-59).

Una de las aproximaciones de Freud en las que me he interesado especialmente es aquella división que él hace entre el chiste, lo cómico y el humor (Freud 1991: 161; 1990: 226). En mi caso he decidido realizar mi propia transposición al ámbito discursivo, sosteniendo que en el humor se pone en juego una actitud que atañe casi exclusivamente al sujeto que enuncia, una pose singular por la cual éste, reconociendo la adversidad del todo inabarcable que lo rodea, se sobrepone a las circunstancias a través de un rasgo de ingenio. En lo cómico se produce el juego inverso. Freud dirá que en el humor el yo “rehúsa sentir las afrentas que le ocasiona la realidad; rehúsa dejarse constreñir al sufrimiento, se empecina en que los traumas del mundo exterior no pueden tocarlo, y aun muestra que sólo son para él ocasiones de ganancia de placer” (Freud

1991: 158). Mientras que en lo cómico, ese yo se muestra más bien servil a esa realidad, dejándose conducir por ella, denunciando a quien no la acata o la soporta. Para nuestros propósitos, sin embargo, no diremos que el humor es una especie de lo cómico, sino que ambos forman parte de operaciones discursivas muy complejas, que casi nunca atañen exclusivamente a lo verbal, opuestamente complementarias dentro de un dominio mayor que yo he llamado el de lo irrisorio.

Dejando de lado por el momento la cuestión de lo irrisorio, queda claro que la primera operación de trasposición de las teorías freudianas sobre el humor al ámbito de nuestra disciplina radica en la extrapolación de aquello que aquél afirma sobre lo individual y en el terreno de la lengua, al campo de un discurso que puede ser una imagen, una revista, un film, e incluso una obra completa, como se da en el caso de Fontanarrosa, y que muchas veces puede corresponder a un conglomerado de individuos a los que sin embargo cabe atribuirles una cierta imagen autoral.

Este problema fue abordado en nuestro país de manera ejemplar por Oscar Steimberg en un artículo de la revista *Signo & Señal* (2001: 99-117) y más adelante por Oscar Traversa en algunos trabajos de *Figuraciones* (2005, 2009), por ejemplo en torno al dispositivo Tapa de Revista. La cuestión es que, si creemos a Freud, para que el humor propiamente dicho ocurra en una tapa de revista, habrá que, según Traversa, atribuirle a esa publicación una cierta imagen autoral susceptible de padecer como trauma aquello de lo que la tapa ríe. Si el placer del humor deriva del ahorro de afectividad –allí donde esperamos encontrar el llanto o el patetismo, encontramos una distancia desdeñosa– entonces es necesario atribuir a la publicación o al autor de la caricatura en cuestión una imagen que debería mostrar su indignación o su cólera, pero que en cambio exhibe sin pudor su propia falta. Con lo cual, entramos de lleno en el problema del *ethos*.

Antes, sin embargo, me gustaría mencionar una extrapolación más que se hace necesaria al trasladar la categoría de humor freudiana a un ámbito que traspasa lo meramente individual. Esto es: que la falta que ese discurso exhibe bien puede ser de una índole no necesariamente afectiva. La muerte es sin duda la gran catástrofe de los sujetos, de allí que el humor negro aparezca como el caso paradigmático del humor. Pero al entrar en el terreno general de los discursos, es necesario considerar otro tipo de “traumas”. Me refiero a los que se derivan del campo de lo cognoscitivo, de la comunicación o del sentido. En el humor absurdo, por ejemplo, lo que se evidencia como catástrofe es la falibilidad de toda lógica, la imposibilidad del lenguaje de dar cuenta de la realidad. Esto, que debería aparecer como parte de un discurso apocalíptico (a lo Cioran), es en cambio motivo de risa. Este tipo particular de humorismo hunde sus raíces en la tradición popular de las *nursery rhymes*, del *nonsense* y del *limerick* o en castellano de algunos acertijos, trabalenguas y adivinanzas; cuyos exponentes literarios van de Edward Lear y Lewis Carroll, pasando por Jarry, Ionesco, Pinter y Arrabal; incluidos Kafka y Beckett. En estos últimos casos, sin embargo, la recepción de sus textos superpuesta al tratamiento que se ha hecho de sus biografías, nos impiden la distancia afectiva necesaria para que sean considerados humorísticos; sin que sus obras sean más o menos pesimistas que muchas viñetas de Quino. Volvemos a toparnos con el problema del *ethos* pero esta vez ya no desde el punto de vista de la producción, sino desde el reconocimiento. La imagen que el autor construye de sí, implícita o explícitamente, consciente o inconscientemente, no sólo se expone al éxito o al fracaso de un auditorio dispuesto a negarla o ratificarla; sino que es también producto de otras construcciones críticas o acríicas que forman parte de su constitución. Por eso nos resulta particularmente pertinente la distinción que establece Maingueneau (2009) entre los tres diferentes modos de la función autoral. Volveremos en seguida sobre ello.

Mientras tanto, quedan todavía dos observaciones que hacer sobre los discursos irrisorios en base a lo que hemos dicho precedentemente. En primer lugar, la necesidad de tener en cuenta el desfasaje entre las instancias de producción y reconocimiento. Nunca como en lo irrisorio es tan evidente que lo que se dice no es necesariamente lo que se escucha. De allí la importancia que se le da en el chiste a la cuestión del entendimiento. Entender o no entender los chistes que circulan en un grupo social más o menos reducido es un verdadero partaguas que puede marcar la exclusión o la inclusión de dicho grupo. Lo mismo sucede con algunos modos de la ironía cuya sutileza llega a veces a tales extremos que nos hace realmente difícil su reconocimiento.<sup>1</sup>

Resulta muy arduo hacer reír, por bueno que sea el humorista, a un auditorio mal predispuesto. Lo contrario también puede ser frecuente. Los cómicos reconocidos necesitan muy poco para hacer que su público estalle en carcajadas. Y no se ha reparado todavía lo suficiente en el hecho de que cuando alguien se dispone a contar un chiste resulta de mala educación no reírse. Llegados a este punto, es necesario admitir además que cualquier discurso, por serio que sea, puede resultarnos irrisorio. Algunos programas actuales de televisión, por ejemplo, superponen risas enlatadas a discursos políticos serios, forzándonos a encontrarles la gracia. Está claro que la risa puede ser la reacción a múltiples procesos psicológicos –entre los que se encuentran estados de angustia, neurosis o locura– que no nos interesan aquí y que es necesario diferenciar de lo irrisorio propiamente dicho. La expresión “encontrarle la gracia”, sin embargo, parece tener fundamento en la posibilidad que tienen los receptores de quitarle la seriedad a cualquier discurso, por grave o solemne que resulte (y más gracioso resultará cuanto más solemne sea).

En definitiva, lo irrisorio parece ser una dimensión susceptible de aparecer en cualquier discurso. Lo cómico y lo humorístico son modos particulares de decir, de dibujar o de actuar; pero también aparatos de lectura que nos permiten tanto reconocer que lo que se dice no debe ser tomado en serio, como investir un discurso determinado de la gracia que en un comienzo no tenía. He creído encontrar en la noción de dispositivo una forma de explicar la aparente estabilidad que a menudo se verifica en el pasaje de una instancia a otra (es decir, por lo general, si el cómico es bueno, el público se ríe o por lo menos reconoce el chiste). De esta forma, podemos comprender mejor el funcionamiento de lo cómico y lo humorístico, ya no como asociados a determinados temas y contenidos o a determinados procedimientos retóricos y marcas discursivas,

---

<sup>1</sup> No me refiero aquí a lo que pueda parecer o no gracioso a un determinado colectivo de individuos, sino al problema precedente de saber si se está o no ante un discurso que intenta serlo. Hay una broma de circulación común entre adolescentes que implica contar un relato que parece un chiste, cuyo remate no tiene ningún sentido:

Dos elefantes se están bañando. Uno le dice al otro:

–¿Me pasás la toalla?

Y el otro responde:

–No, radio.

El chiste, como se ve, no sólo no tiene gracia, sino que es un “cazabobos”. Se cuenta por lo general en un círculo de cómplices y víctimas. El efecto buscado es que la víctima se quede en blanco, sintiéndose inferior a aquellos que aparentan haber entendido el chiste, quienes reforzarán la broma repitiendo varias veces el relato. Una segunda posibilidad, todavía más graciosa, es que la víctima ría. En este se le pedirá que explique de qué se está riendo forzándolo a admitir que no ha entendido el chiste. Con lo cual la vergüenza resulta doble.

sino como un sistema modal complejo que ordena o desordena los diferentes sentidos de un texto cualquiera; y en el cual, en una época determinada y en una comunidad discursiva determinada, ciertas marcas, temas y procedimientos funcionarán como más adecuados que otros para los fines que se persiguen.

La segunda observación se refiere a la idea freudiana del humor como un recurso original para ganar el placer “frente a una situación en que de acuerdo con nuestros hábitos estamos tentados a desprender un afecto penoso” (Freud 1990: 216). La pregunta que podríamos hacernos ahora es si cuando menos en la instancia “profesional” del humorismo la proposición de Freud no podría invertirse, de modo de pensar que el humor surge allí donde el sujeto de enunciación señala la falta que en cualquier otro contexto habría de percibirse como trauma. Así, se da el caso de numerosos humoristas cuyas temáticas extrapoladas al discurso serio podrían parecer pesimistas e incluso siniestras. Ya hemos señalado que dicha falta no tiene por qué ser necesariamente afectiva. En el terreno del humor gráfico, los trabajos de Saul Steinberg, por ejemplo, pusieron en evidencia, por así decirlo, las falacias de la representación naturalista provocando enunciativamente la caída del autor ideal, omnisciente, inaugurando, en palabras de Steinberg “procedimientos que definen al humorista gráfico como alguien que juega, que no dice, que no sabe” (2001: 113). Abre entonces el camino que en Argentina irían a seguir, con dispares resultados, Oski, Landru, Fontanarrosa o Copi.

He aquí una vez más la diferencia entre lo cómico y el humor: mientras que el primero refuerza la imagen de un enunciador fuerte, lo suficientemente seguro de sí mismo como para denunciar todo lo que la sociedad actual tiene de corrupción o vicio; el humorista se pone a sí mismo en cuestión admitiendo su propia carencia.

Es claro que la dimensión del *ethos* en tanto imagen de sí que el enunciador crea en su discurso resulta fundamental a la hora de considerar un texto cómico o humorístico. Un texto puede estar producido de tal manera que nos sorprenda haciéndonos reír, pero lo más frecuente es que el lector o espectador sepa de antemano que lo que viene ha de ser gracioso. Eso permite, además, formas más refinadas de la risa. En este sentido, la imagen que el enunciador produce en su discurso es crucial para que el efecto sea posible.<sup>2</sup>

Yo he señalado en algunos otros trabajos que Tato Bores construía su discurso mostrándose como aquél que podía hablar –a toda velocidad– allí donde la interdicción era la norma. Al comenzar la democracia, sin embargo, la ilusión de que todo puede ser dicho hace tambalear esta imagen y surge una nueva: la de aquél que, a la manera socrática, debe velar por el funcionamiento de las instituciones, castigando con el arma de la risa a aquellos que la amenazan. Esa misma imagen construye la revista *Barcelona* en estos tiempos. Este tipo de enunciadores hacen de la risa una cuestión moral. Una moral que además se comparte con el “ciudadano medio”. Se trata de un *ethos* de identificación y su trasfondo es el sentido común, al que por lo general se invoca. Estamos en el terreno de lo cómico, por lo tanto.

---

<sup>2</sup> He hablado de efectos y he señalado que el auditorio está por lo general predispuesto a reírse si sabe que lo que sigue es cómico o humorístico. Estas expresiones, sin embargo, pueden conducir al error de considerar que la risa es el único efecto posible en los discursos irrisorios. Muy por el contrario, sostengo que lo irrisorio no descansa tan sólo en un discurso cuya consecuencia sea una sonora carcajada. De lo que se trata es de entender que el sentido de esta clase de productos, en la mayor parte de los casos, no se completa si no se tiene conocimiento de las instrucciones con las que han de leerse. Es el caso de la injuria, por ejemplo, que sólo provoca risa si uno no es quien la padece.

Creo que sería posible encontrar cierta regularidad en las diferentes imágenes que los enunciadores cómicos y humorísticos construyen de sí mismos, ya sea parándose frente a un escenario, ya sea desde la tapa de una revista o el chiste de la página final de un diario. Estos diferentes *ethé* irrisorios podrían ser nombrados siguiendo la tradición circense de occidente que distingue varias clases de payasos cuya configuración, si bien cristaliza en el siglo diecinueve, hunde sus raíces en la comedia latina, con el *mimus albus* (antepasado de nuestro carablanca) y el *centunculus* (que se corresponde aproximadamente, aunque no exactamente, con nuestro agosto).

El payaso agosto es el que por lo general quiebra las reglas, el travieso, el perverso o el loco. Es aquél al que se le permite todo dado que está más allá de las convenciones sociales. No hace de su ejercicio una cuestión moral, ni mucho menos. En su versión cómica el agosto se burla de los débiles con cierta crueldad que encuentra la aprobación de sus seguidores. Pero el agosto puede también ser humorístico. Pienso en las diferencias entre Alberto Olmedo y Miguel del Sel. Ambos caracterizan perfectamente al agosto, pero el primero sería humorístico y el segundo sin ninguna duda cómico.

El carablanca es en cierta manera su anverso. Es aquél que intenta guardar las apariencias. Tato Bores era sin duda un carablanca. El carablanca se erige en guardián de la ley, casi siempre con resultados desastrosos. Augusto y carablanca suelen formar parejas cómicas. En la contraposición entre ambos se suele señalar que el carablanca representa al mundo adulto y su partenaire al de los niños.

En la taxonomía del payaso clásico aparece un tercer tipo que nunca falta en los números tradicionales. El dueño del circo. Es el papel que parece representar Marcelo Tinelli. Un poco como el agosto, pero imbuido de un poder que éste no tiene, el dueño del circo hace que los demás actúen por él y para él. A diferencia de los dos anteriores, el dueño del circo no se toma nada demasiado en serio. Salvo quizás su poder, pero dado que raras veces se le cuestiona, podemos estar seguros de que no lo veremos tambalear o caerse. El capocómico rara vez es objeto de las bromas. Digita las bromas como un director de orquesta.

En el trío que forman los tres chiflados o los hermanos Marx, al agosto (Curly o Chico) y el carablanca (Moe o Groucho) se suma un tercero a menudo bastante desconcertante: Harpo o Larry. Aquí el circo tradicional no se pone demasiado de acuerdo. Charlie Rivel le llama en su biografía contra-agosto. Digamos de él que está, como se dice, más allá del bien y el mal. Su aparente imbecilidad es en realidad su fuerza. Es un excéntrico, en todos los posibles sentidos de esa palabra. De este tercer personaje, nunca quedan claras sus intenciones. Un buen ejemplo lo constituye sin duda Copi.

Otro posible *ethos* irrisorio es el del juglar. Éste, como el carablanca, hace de la risa una cuestión moral. Pero atención, porque el juglar, a diferencia del primero, tiene una lengua viperina que no escatima insultos para con aquél al que pone en el lugar del amo. Darío Fo nos ha dado en “El Nacimiento del Juglar”, uno de los monólogos que integran su *Misterio Bufo*, una descripción extraordinaria del papel que éste se asigna a sí mismo:

arréglatelas para que esa vejiga hinchada que es el amo la puedas pinchar con la lengua, para que salga el suero y el agua podrida. Tienes que aplastar a estos amos y curas y todos los que les rodean: notarios, abogados, etc. No por tu bien, ni por tu tierra, sino por aquellos como tú que no tienen tierra, no poseen nada y sólo pueden sufrir y no tienen dignidad que reclamar

le dice Jesucristo al villano al que ha de dotar con el poder de la palabra. Es la imagen que adopta la revista *Barcelona* en Argentina o *El Jueves* en España. El juglar, a diferencia del carablanca, es implacable y se coloca a sí mismo, a menudo, en la órbita del mal.

Otro ejemplo argentino, y actual, lo constituye Gustavo Sala, que se ha hecho famoso por una tira “sobre el holocausto”. Utilizo las comillas deliberadamente buscando distanciarme, porque ése fue el tratamiento que se le dio en los medios. Pongo fuertemente en duda, sin embargo, que esa tira sea, como se ha dicho, “sobre el holocausto”. Más bien me gustaría creer que lo implacable, en el humor de Sala, es la realidad. Y por eso se trataría de un *ethos* propiamente humorístico. El juglar suele ser cómico, puesto que se coloca en un nivel de superioridad frente a aquello de lo que se burla, y sus pretensiones, en última instancia, son las de decir algo en serio. En Sala, sin embargo, no queda claro qué es lo serio que se escondería atrás. Un poco como Harpo, nos desconcierta. Sus tiras hiperbolizan de tal modo la violencia, que no pareciera que nada pueda quedar en pie al final.

Creo que Fontanarrosa entra en esta última categoría de *ethos*. En *Boogie el aceitoso*, en las primeras historietas de Inodoro Pereyra o en algunos de sus cuentos y novelas, construye la imagen de quien no tiene pelos en la lengua, como suele decirse. Con la salvedad de que a medida que pasan los años, su permanencia en un medio como Clarín disminuye la virulencia de sus chistes y del discurso humorístico se pasa progresivamente al cómico.

Esta clasificación que he ensayado aquí no tiene más pretensión que esa: la de ser un ensayo y no quiere ni con mucho ser exhaustiva. Me gustaría pensar, sin embargo, que muchos de los posibles cómicos o humoristas que conocemos, sean gráficos, literarios o televisivos, se encuentran en alguna de estas imágenes.

Finalmente, quisiera retomar las tres dimensiones posibles de lo que implica ser un autor que destaca Maingueneau en un trabajo bastante reciente (Maingueneau 2009); para aplicarla a los discursos irrisorios. La primera dimensión –dice él– es la más evidente: la que llama *auteur-répondant*, el autor en sentido lato. Aquél que “responde” por un texto y que no coincide, nos dice Maingueneau, ni con el enunciador, ni con el productor en carne y hueso. Esta categoría no se aplica tan sólo a la esfera estética, pues se puede ser autor de una carta o de una proclama. La segunda dimensión es la que Maingueneau llama *l’auteur-acteur*, es aquél del que hablamos cuando nos referimos al artista, al creador, al poeta, al humorista, al escritor. Está definido por una serie de actividades, tiene una carrera, etc.

Finalmente quizás la categoría más interesante es la de autor en tanto que correlato de una obra, garante de la misma. Lo que Maingueneau llama el *auteur-auctor*. Hemos hablado de los *ethos* de Diego Capusotto o de Tato Bores, pero ninguno de ellos es autor en alguno de los otros sentidos mencionados. Si podemos hablar de los programas de Tato o Capusotto, es porque sus nombres estabilizan un complejo heterogéneo en el que confluyen muchos autores-responsables y muchos autores-actores, muchos productores de carne y hueso y algunos enunciadores particulares que podemos identificar en cada emisión de cada programa (en otro trabajo hemos demostrado como en la temporada titulada “La Argentina de Tato” el enunciador es la comunidad televisiva, por ejemplo).

En Fontanarrosa se da el caso de que confluyen, bajo ese mismo nombre, todos estos diferentes sentidos de lo que puede llegar a ser un autor. Resulta interesante sin embargo, ver que, tal y como señala Maingueneau, la imagen del autor-auctor, en tanto

que garante de una obra, puede ser modificada cuando el productor ya ha muerto o es incapaz de intervenir. En realidad, podríamos decir, rara vez un productor de carne y hueso tiene absoluto control sobre la imagen que proyecta o sobre el sentido que se le da a su obra. En Fontanarrosa, por ejemplo, hemos visto como en los últimos años de su vida y tras su muerte se ha privilegiado cada vez más al escritor por sobre el historietista, resaltando su “popularidad”, otorgándole el raro privilegio de ser aquél que conjuga literatura y fútbol, el barrio con la cultura de elite. Nuestra propia intervención en esta obra no hará sino pujar por que otra mirada sobre el autor se abra paso. Si hay suerte habremos intervenido en la imagen que del autor se tenga a partir de ese momento. Hasta que su obra se olvide o algún otro cuestione nuestra mirada.

### **Bibliografía**

Freud, Sigmund. *El chiste y su relación con lo inconsciente. Obras Completas*. Tomo VIII. Buenos Aires: Amorrortu, 1990 [1905].

\_\_\_\_\_. “El humor”. En *Obras Completas*. Tomo XXI. Buenos Aires: Amorrortu, 1991 [1927].

Maingueneau, Dominique. “Auteur et image d’auteur en analyse du discours”. En *Argumentation et Analyse du Discours* [en línea], 3 | 2009 URL: <http://aad.revues.org/660>

Steimberg, Oscar. “Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico”. En *Revista Signo & Señal* 12: 99-117. 2001.

Traversa, Oscar. “Apuntes acerca de lo cómico fotográfico”. En *Figuraciones* N° 3, abril de 2005. [en línea] <http://revistafiguraciones.com.ar/>

Traversa, Oscar. “Notas acerca de lo reidero en las tapas de las revistas”. En *Figuraciones* N° 5, agosto de 2009. [en línea] <http://revistafiguraciones.com.ar/>