

**“¿Por qué los elefantes no pueden montar en bicicleta?
Porque no tienen dedo gordo para tocar el timbre.”**

Basándome en el tipo de preguntas formuladas en el “Test de Inteligencia” que nos ofrece como referencia y comentario modelo el Catedrático *D. Salvador Gutiérrez Ordóñez* en su libro “Comentario Pragmático De Textos De Desecho”, he elegido una que escuché hace tiempo y que esta en esa línea de preguntas “trampa” que tanto abundan en todo tipo de ambientes, aunque especialmente en el de los jóvenes.

Como podemos comprobar, estamos ante una de esas clásicas preguntas desconcertantes, cuyo planteamiento ya es de salida absurdo; quiero decir que no es el tipo de pregunta que uno podría esperar acerca de un animal y menos de un elefante. El receptor, al oír la pregunta, ya se prepara para oír una respuesta del mismo modo absurda.

Entre la gama de preguntas que podríamos denominar “lógicas” refiriéndonos a este mismo contexto aparecerían algunas como estas:

¿Por qué los elefantes tienen trompa?

¿Qué diferencia hay entre un elefante africano y uno asiático?

¿Por qué los elefantes tienen tanta memoria?

Bien es verdad que estas preguntas podrían ser formuladas sin ser contempladas como “sospechosas” (por ejemplo en clase, un profesor con sus alumnos; un documental...). No obstante, y dependiendo de la situación (por ejemplo una reunión informal entre amigos...) los receptores podrían prepararse para una respuesta ingeniosa, bien descodificando la información recibida y elaborando su propia respuesta, bien esperándola del emisor de la pregunta. Pero, volviendo a la pregunta inicial, lo primero que se plantea es cómo se configura la pregunta. Siguiendo al profesor Gutiérrez, en este caso entenderíamos como aporte o rema, es decir, lo que se averigua como nuevo, la pregunta, el interrogativo como tal: “Por qué...”. Lo que se presenta como dado o conocido (soporte o tema) es, en este caso el resto de la pregunta: “...los elefantes no pueden montar en bicicleta”. El soporte se presenta por tanto como una presuposición o información que el hablante presenta como información compartida, no sujeta a discusión, fuera de duda.

El interlocutor que recibe la pregunta, por los conocimientos que conoce de que dispone, Sabe perfectamente que existen respuestas obvias que estarían dentro de una lógica aplastante:

- “porque son grandes y pesados”
- “porque su anatomía y movilidad no se lo permite”
- “porque no mantienen el equilibrio”

Volviendo a la pregunta, nos encontramos con la presencia de la negación: “...no pueden montar...!”.

Siguiendo a *G. LEECH*¹, diremos efectivamente los mensajes que incluyen negaciones transmiten informaciones menos precisas. El procesamiento de una pregunta que incluye negaciones como es el caso resultará más complejo para el receptor. Ahora bien, repito que en el caso que nos ocupa el interrogado, por la naturaleza digamos “surrealista” de la pregunta debe esperar en la mayoría de los casos o bien elaborar así mismo una respuesta de las mismas características.

La respuesta es ingeniosa. Se concentra en un aspecto impensable de la anatomía de un elefante. Lo lógico sería pensar en el movimiento, el grosor de su cuerpo, su pesadez, la falta de agilidad para el pedaleo. Son los aspectos que sobresalen sin duda en la utilidad de una bicicleta. En cambio, la respuesta se centra en un detalle secundario : el clásico timbre que llevan las bicicletas en el manillar (mejor dicho, llevaban, ya que hoy en día estos sistemas de alarma o de aviso se han sofisticado). Ahí reside precisamente la gracia o ingeniosidad de la respuesta. El receptor la acepta como natural, los elefantes no tienen dedos propiamente dichos ; el grosor de sus patas y su adaptabilidad al medio hacen que no sea necesario. Naturalmente no es la “razón principal” de que los elefantes no puedan montar en bicicleta pero sí una de los múltiples motivos de que no pueda hacerlo. En una hipotética lista de motivos, seguramente ésta figuraría en un lugar muy atrasado o ni siquiera aparecería como una posible. Se busca por tanto una respuesta ingeniosa que provoque la risa y de la que se tenga un alto porcentaje de seguridad que el interlocutor no será capaz de procesar una respuesta similar.

En definitiva, y como señala el profesor Ordóñez, estaríamos ante esa clase de pregunta en la que surge la reflexión pragmática: “Por qué se me hace una pregunta de respuesta evidente? Tiene que existir una razón que no alcanzo para que sea requerido a responder

¹ Geoffrey Leech.

sobre ello. Si mi interlocutor es cooperante, y no tengo razones para suponer lo contrario, he de inferir que la pregunta ha de tener otra respuesta que no alcanzo a comprender ahora mismo. Por consiguiente, voy a ser cauto y optar con reservas por una salida natural.”



Me ocupo a continuación del comentario de una viñeta cómica, de las que habitualmente aparecen en los diarios locales y nacionales en las primeras páginas. Tienen como misión llegar a la sensibilidad del lector mediante un mensaje directo, breve y efectista.

En este caso he elegido la publicada en el diario salmantino “La Gaceta Regional” el día 4 de mayo de 2001 en su página tres. Se trata de una aportación habitual de García Morán. Suele aparecer centrada en la página ocupando una posición privilegiada entre una serie de artículos y columnas de opinión, lo cual hace que la vista del lector se dirija inmediatamente a ella como paso previo al resto de la lectura del periódico. Además aparece en página impar que, como sabemos, es preferida por los periódicos y cronistas para insertar las informaciones u opiniones de mayor interés por ser de forma natural aquellas a las que el lector dirige la vista inmediatamente.

Se trata el de la viñeta humorística, como señala *Ordóñez*, de un género que combina la representación gráfica con mensajes lingüísticos. Al igual que en la mayoría de las viñetas, en ésta que nos ocupa, el simbolismo gráfico es esencial. No obstante, aparece el clásico “globo” o “bocadillo” que sale de la boca de uno de los protagonistas y que contiene el mensaje que conduce hacia la iluminación irónica. Como veremos, todo en la viñeta está cargado de significación : los objetos, los personajes, sus gestos etc...

El creador, debido al espacio limitado con el que cuenta ha tenido que condensar al máximo todos los elementos tanto gráficos o irónicos como literales para conseguir el

efecto o impacto deseado sobre el lector. Un lector que, como sabemos, es muy adicto habitualmente y que confiesa que es lo primero que busca en su periódico favorito. No olvidemos que la viñeta humorística aporta una visión ideológica complementaria a las de las informaciones y opiniones que aparecen en letra impresa. Al igual que en otros diarios, la que nos ocupa está en consonancia con el ideario de este periódico.

A continuación, analizaré con detalle los elementos que configuran nuestra viñeta comenzando por la escena:

Como es habitual en las viñetas humorísticas los dibujos están trazados de tal forma que sólo sobresalga lo importante, es decir, aquello en lo que el creador quiere que el posible receptor centre su atención. En este caso observamos una escena típicamente hogareña : el individuo sentado cómodamente en su sofá frente al televisor. Aunque aparece por cercanía más en primer plano, el dibujante ha querido que centremos primero nuestra mirada en el televisor. Frente al hombre del sofá aparece el típico mobiliario de una casa de familia diríamos de clase media. Pero este mobiliario, como el propio sofá o el cuadro de detrás del televisor, aparece simplemente sugerido, trazado lo suficientemente como para que percibamos el entorno o el fondo de la escena.

El televisor es otra cosa: aparece mucho más definido y tiene esa forma plana y cuadrada que actualmente tienen los televisores modernos. También observo que el tamaño de la pantalla es superior al habitual. Ya sabemos que el televisor es un objeto de culto en nuestros hogares. Se ha convertido en un miembro más de la familia. Ya no basta con tener un simple aparato con el que poder pasar nuestros ratos de ocio viendo películas, telediarios o concursos. Hoy importa mucho la tecnología, el diseño y la calidad de la imagen; y así nos lo muestra irónicamente la viñeta. En la pantalla aparece la típica presentadora de lo que hoy en día se llama “magazine” o programa donde presuntamente se nos informa y se nos entretiene con noticias de sociedad, “cotilleos” o verdaderas tragedias humanas.

La presentadora aparece en primer plano y tiene el aspecto de mujer joven o de mediana edad, delgada, con un vestido ligero y un peinado a la moda, con melenita corta y ondulada. Al lector enseguida le pueden venir muchos nombres de la mente, pues este tipo de presentadores (en su mayoría mujeres) proliferan las cadenas televisivas. Al fondo, se sugiere un público invitado en este tipo de programas, con rostros indefinidos pero que aparecen tras ella arropándola y dando al televidente la sensación de no estar solo, de sentirse acompañado por mucha gente. Podemos comprobar como cada vez son

más abundantes los programas con público en los que éste participa del espectáculo y de la sensación de identificarse plenamente con todo lo que allí sucede.

De la boca de la presentadora sale, con el clásico “bocadillo” el mensaje que va a provocar el impacto tan brutal en el espectador y que después comentaré.

Analicemos antes la figura del telespectador. No podemos ver su cara, ya que se nos muestra de espaldas. No importa realmente para el contenido simbólico de la viñeta. Aparentemente es un hombre joven o de mediana edad que se encuentra en una postura cómoda mirando el televisor. Obsérvese la típica postura relajada con el brazo izquierdo estirado y apoyado en el borde del sofá.

Y entramos en el efecto. El rasgo iconográfico más sobresaliente de la viñeta es sin duda el que representa la imagen de la cabeza del espectador estallando. En su parte superior se produce como una especie de erupción volcánica o explosión atómica que da lugar a la formación de una columna de humo y la típica “seta” que recuerda las bombas atómicas.

Constituye esta imagen surrealista el mensaje sugerido : las palabras de la presentadora provocan en su mente una especie de cóctel explosivo que le llena de estupefacción. Este golpe efectista tan brutal se completa con algo muy habitual en las viñetas o tiras cómicas: la presencia de una onomatopeya, en este caso “¡BOOOUM!” que imita claramente el sonido de una gran explosión.

La presentadora cumple con el rito televisivo de “presentar” (nunca mejor dicho) los temas que se van a abordar en el programa que, según los indicios comienza. Son programas de mucha audiencia y, como sabemos, basan su éxito muchas veces en la explotación del morbo y lo que se ha dado en llamar “Reallity Shows”.

Analicemos con más detenimiento el mensaje escrito. Se ha prescindido de elementos secundarios que no vienen al caso. Por eso el mensaje aparece como continuación de algo dicho previamente. Lo comprobamos con la utilización de los puntos suspensivos. Suponemos que se ha oído la sintonía del programa, los títulos de crédito, los aplausos y, por supuesto el saludo de rigor de la presentadora.

“...y analizaremos”

El comienzo con la conjunción “y” presenta el mensaje como culminación de todo el contenido anterior del programa. De ahí que se trate del “producto estrella” que se va a vender en este día. El futuro “analizaremos” merece especial mención : en primer lugar, la utilización de la primera persona del plural es un claro indicio del intento de mostrar

el trabajo colectivo de un equipo. La presentadora es la que aparece ante el público, es la que figura, pero siempre en televisión sobre todo se hace hincapié en el trabajo en equipo, en la inestimable colaboración de todo el equipo que está detrás de la cámara. Por otro lado, el significado del verbo analizar aquí de forma gratuita. Realmente lo que suele hacer es simplemente informar, mostrar los hechos y, en su caso, manifestar la indignación de la opinión pública ante hechos tan crueles. Pero el verbo analizar consigue captar la atención del telespectador y hacer que se sienta implicada y sienta que su opinión es válida.

“Analizaremos el crimen...” ¿Qué ha querido decir? ¿Qué, reconstruiremos los hechos paso a paso? ¿Qué haremos un profundo análisis sobre las personalidades de los implicados (asesino y víctima) ¿Qué, estudiaremos los motivos que llevaron al novio a cometer el crimen ¿Sea cual sea la respuesta, el verbo analizar causa sobre el televidente el efecto deseado : hace que los contenidos del programa y su exhibición adquieran una dimensión intelectual quizá exagerada.

Como vemos, la ironía ya esta presente desde el comienzo del mensaje.

“El crimen del novio que mata a su compañera”. Aparece una interesante oposición novio (denominación más clásica) / compañera (concepto muy extendido en los últimos tiempos para designar a la persona que convive con otra).

Quizá la expresión más adecuada o al menos más efectista en una situación como ésta habría sido “individuo” o más fuerte “asesino” o “criminal” aunque la visión periodística habría sido más parcial y, por supuesto, redundante. En cuanto a lo de “compañera”, llama mucho la atención como el mensaje se acomoda a los tiempos (del mismo modo que el diseño, la pantalla plana del televisor). Se trata de un término genérico que tiende a sustituir a otras como “mujer”, “esposa”, “novia” que quizá dan una impresión menos liberal, más conservadora de las relaciones de pareja. En definitiva, comunica una mayor relación de igualdad entre los sexos.

La palabra “crimen” tiene la suficiente fuerza expresiva por sí sola y en esta comunicación contrasta brutalmente con el posterior “bonito desfile”. Ahí radica la intención crítica de la viñeta en el contraste, en la gran paradoja que se da en programas de este tipo.

“Crimen”, “mata”, “hacha”: he aquí las palabras clave que aportan a la intención comunicativa el mayor valor elocutivo.

La aparición de “Pero” iniciando la segunda cláusula añade fuerza expresiva a la misma, a diferencia de los casos en los que aparece interpuesto. En este caso, y

siguiendo a *Cuervo Rufino J.*, adquiere un valor enfático. Pero no para manifestar protesta y disconformidad, sino para dar un giro de 90° o de 180° grados a esa especie de guión o índice que la presentadora intenta exponer. Aparece seguido de un “antes” que pretende sugerir como “aperitivo” previo al “plato fuerte” que vendrá después y que ha sido ya debidamente presentado, esa serie de entretenimientos más o menos frívolos (desfile de lencería, cotilleos...). El adjetivo “bonito” se presenta con un sentido un tanto neutro, o si se prefiere infantil o pueril en este caso. Aparece como sustituto de otros que habrían sido más precisos: “sugerente”, “atractivo”... Ese adjetivo ha sido seleccionado intencionadamente para mostrarnos una imagen un tanto infantil de la presentadora, lo cual caricaturiza más su imagen. A veces, el tono de este tipo de presentadores se nos antoja dulzón, infantil o demasiado “cursi”. Sin afán de desprecio, diré que se tiene en cuenta el tipo de público al que va dirigido (generalmente con un nivel cultural medio bajo, que no exige demasiado y que quiere que le traten con familiaridad, de “tú a tú”). Se nos presenta naturalmente un desfile de lencería. La moda desempeña un papel fundamental en este tipo de programas, teniendo en cuenta que su público es mayoritariamente femenino. La lencería aporta las connotaciones erótico-sexuales necesarias para que el atractivo sea mayor.

Y, por último, el ingrediente fundamental de los magazines: “los cotilleos de actualidad”. Generalmente este tipo de informaciones acerca de la vida de los famosos no suele ser presentado en esos programas con el término “cotilleo”. Es un término perteneciente al habla coloquial que viene a ser usado más por el pueblo telespectador que por los propios representantes del medio televisivo. Prefieren otras palabras como : “información”, “reportaje”, “crónica” etc...

Bien es cierto que en otros programas que van a la contra, es decir, que critican este tipo de explotación de la intimidad de los personajes famosos usan palabras como “cotilleo” o “chisme” con un sentido peyorativo o despectivo. No obstante, la presentadora aporta el morbo suficiente como para atraer suficientemente la atención de la audiencia.

La última cláusula aparece además sin verbo. Después del contundente “analizaremos” del comienzo, no será lógico aplicar el mismo verbo a esa información más frívola. Los verbos omitidos en este caso habrían sido: “contemplaremos” ,“gozaremos de”, “disfrutaremos con” (para el desfile de lencería y los cotilleos de actualidad). La presencia de alguno de estos verbos le habría dado a la presentación un toque más esperpéntico si cabe.

En definitiva el efecto pretendido por los autores de la viñeta cómica se consigue gracias a la buena selección de los recursos iconográficos, muy propios del “cómic” que antes no señalé, y al propio mensaje emitido por la presentadora.

La crítica mordaz a la llamada vulgarmente “tele-basura” es patente. Un tipo de informaciones y de programas que no limitan sus esfuerzos con tal de ganar audiencia y que juegan con las emociones de los posibles espectadores apelando a la curiosidad y al morbo natural de la gente aunque para ello provoque desconcierto o “explosiones” en nuestras mentes.

“Se prohíbe la entrada a toda persona ajena a la obra”

Estamos ante uno de esos textos que pertenecen al género de los carteles que, bien fijados a la pared, o rotulados sobre una superficie anclada al suelo son frecuentes de ver en el medio urbano especialmente.

En su concepción se haya en un punto intermedio entre los morales y los graffiti, ya que predomina el mensaje sobre lo gráfico. Es frecuente que no exista ninguna tipo de representación icónica.

Lo situamos dentro de los llamados carteles de prohibición, es decir, aquellos que adoptan una actitud inflexible a la hora de impedir que el ciudadano pueda cometer la imprudencia de violar una norma o de invadir una propiedad que no le pertenece, como es el caso.

En lo que se refiere al mensaje, diremos rotundamente que constituye una acto de habla directivo, ya que intenta actuar o condicionar sobre la voluntad del interlocutor con el fin de impedir determinado tipo de conducta, en este caso no habitual, sino posible del destinatario al que va dirigido. Es pues, un mensaje directivo con finalidad perlocutiva. Pretende evitar a toda costa que alguien acceda a un lugar que no le corresponde sea cual sea su intención.

Su fuerza elocutivo, su poder coercitivo se haya en relación con el rango legal de la disposición en que se apoya. Efectivamente, las obras de construcción son consideradas propiedad privada del constructor y, debido a la peligrosidad que supone el acceso a ellas o a la presencia de materiales que pueden ser sustraídos, existen normas legales que va encaminadas a sancionar a aquellas personas que violen la propiedad ajena. De allí que se apoye en expresiones del tipo “se prohíbe” o “prohibido” como en el caso que nos ocupa. El enunciador responsable del cartel es un emisor por tanto, investido de autoridad. Adopta, siguiendo a *Ordóñez*, una posición discursiva superior respecto a la que ocupa el destinatario en el acto de habla. El enunciador débil se apoya en el hecho de colocar el cartel en su sitio visible de lo que considera su territorio. En este caso, en las vallas que rodean la obra o a la entrada de la misma. Esto le confiere derecho de propiedad y capacidad de dictar las normas de régimen interno. En nuestro cartel no ha

necesitado ampliar el mensaje con informaciones legales porque se sabe que el posible receptor conoce la normativa con respecto a la violación de la propiedad.

El emisor de este cartel es polifónico (la redacción, la confesión y el diseño corresponde a otra persona), no obstante, aunque la autoría corresponda a otra persona, el que lo coloca o ubica en su territorio, se convierte en responsable del acto, en este caso de prohibición. Por ejemplo el capataz o responsable de la obra.

En cuanto al destinatario, podemos decir que sería el usuario accidental que pudiera pasar por el espacio en el que aparece ubicado. Es genérico, pues cualquier persona que se aproxime a las inmediaciones de la obra y no tenga ningún tipo de interés ni relación con ella, puede sentirse identificada con la prohibición de entrar.

No podemos considerar al mensaje de este cartel como un acto de habla descortés, pero si decir que no se apoya en ningún procedimiento de cortesía ni ninguna fórmula que le reste la gravedad y la autoridad que pretende imponer. Pretende precisamente basar su efectividad en lo rotundo de la prohibición.

“Se prohíbe...”

Se apoya en el frío “se” que aparte de la fuerza que le aporta el mensaje se muestra frío e impersonal alejado de otras fórmulas más suaves (“Rogamos, pedimos...”). Esta impersonalidad queda acentuada por la polifonía del mensaje. Quizá en el caso de otros mensajes de prohibición se correría más el riesgo de que la norma fuese violada (Prohibición de fumar...). En el que nos ocupa no existiría la tentación de violar la prohibición por puro placer. En todo caso se actuaría con premeditación y a sabiendas de que eso estaba prohibido.

Frente a la obligatoriedad de colocar otro tipo de carteles de prohibición en lugares más susceptibles de alteraciones del orden o norma establecida, el clásico cartel de “se prohíbe el paso de toda persona ajena a la obra” es esperable desde el momento en que uno sabe que se encuentra en los alrededores de una obra pública o privada. Incluso no viéndolo, el individuo percibe inconscientemente el mensaje. La función fática es esencial en este tipo de mensajes. En este caso se consigue que el destinatario se fije en él colocándolo en un lugar visible y a ser posible que tenga un tamaño lo suficientemente grande y una rotulación llamativa. Ya dijimos al comienzo que este tipo de mensajes en carteles llevan o van acompañados de pocos signos iconográficos, no

obstante, un tipo de letra grande o el uso del color rojo para la rotulación de las letras puede ser efectista. De hecho, se pueden ver en algunas obras confeccionados de esa manera, aunque la “iconicidad” no sea el factor esencial como en otros carteles de prohibición (“NO PASAR. PELIGRO DE MUERTE” y aparece dibujada la clásica calavera).

Repito que quizá no necesitase argumentación y bastante con un simple “prohibida la entrada”. Sin embargo, en nuestro mensaje se sugiere la argumentación: “...a toda persona ajena a la obra”. Ya sabemos que se deduce fácilmente que la persona “no ajena a la obra”, es decir, vinculada a ella (trabajadores, responsables...) no necesita ningún mensaje en forma de cartel que posibilite su entrada; el efecto argumental se consigue sobre las personas “ajenas”, “extrañas”. Ese adjetivo consigue aportar esa primera y suficiente razón como para que el receptor respete la prohibición. Al mismo tiempo, se constituye en una condición o una orden o prohibición condicionada (pertenecer o pertenecer a la obra).