

Ejes temáticos y modalidades del discurso humorístico en la prensa venezolana

Pedro Aguillón Vale¹ y Lourdes Molero de Cabeza²

*¹Maestría en Ciencias de la Comunicación, División de Estudios
para Graduados, Facultad de Humanidades y Educación.*

*²Departamento de Ciencias Humanas, Facultad Experimental de Ciencias.
Universidad del Zulia. Apartado 526. Maracaibo, Venezuela.*

Resumen

El artículo presenta algunas características pragmáticas y semánticas en las cuales se fundamenta el discurso humorístico publicado en dos periódicos nacionales: **El Nacional** y **El Camaleón**. El estudio se basa en los postulados teórico-metodológicos de T. Van Dijk (1989, 1993), B. Pottier (1992, 1993) y L. Molero (1985). Los resultados obtenidos fueron: 1) Predominan los actos de habla de aserción y de ofensa; 2) El eje temático más explotado en el discurso es la promoción electoral; 3) Se enfatiza en las zonas modales Factual y Axiológica; y 4) El análisis semántico revela que el manejo irónico del discurso humorístico es una combinación compleja de elementos, algunos implícitos y otros explícitos, entre estos puede anotarse el tratamiento humorístico del lenguaje.

Palabras clave: Discurso humorístico, prensa, pragmática, semántica, modalidades.

Thematic platforms and modalities in humorous discourse in the Venezuelan press

Abstract

The paper present the pragmatic and semantic characteristics on which humorous discourse published in two newspaper: **El Nacional** and **El Camaleon**, is based. This paper is founded in the theoretical postulates of T. Van Dijk (1989, 1993), B. Pottier (1992, 1993) and L. Molero (1985). The results obtained were: 1) Speech acts of assertion and offense prevail, 2) The most popular platform used was political-electoral promotion; 3) The factual and axiological modal zones are most emphasized, and 4) Semantic analysis reveals that ironic management of humoristic discourse is the complex combination of implicit and explicit elements, among which the humoristic treatment of language could be mentioned.

Key words: Humorous discourse, press, semantics, pragmatics, modalities.

INTRODUCCIÓN

En este trabajo se intenta precisar algunas características que definen el discurso humorístico publicado en periódicos nacionales, cuya temática gira en torno a la campaña electoral venezolana de 1995. El análisis del discurso será abordado desde el enfoque lingüístico del componente pragmático y el componente semántico.

Ambos componentes constituyen un excelente punto de partida para el análisis lingüístico del discurso y deben estudiarse en forma paralela, pues representan un modelo teórico-práctico para el análisis e interpretación de cualquier discurso periodístico.

La pragmática aborda el discurso a partir de los actos de habla, mientras que la semántica se dedica al estudio del significado completo de un texto.

Desde la perspectiva de la lingüística discursiva, el discurso es definido como un texto en una situación de comunicación. De acuerdo con Lourdes Molero (1985: 31-32), “el discurso se relacionará con el contexto y por ende con el componente pragmático y el texto, por su parte, se relacionaría con el componente semántico”.

En este trabajo se hará énfasis en el estudio de las modalidades, porque constituyen un importante elemento lingüístico que se ubica entre la pragmática y la semántica.

1. PRAGMÁTICA Y SEMÁNTICA DEL DISCURSO

1.1. El componente pragmático

La pragmática estudia nuestra manera intencional de producir significado mediante el lenguaje y los principios que regulan los comportamientos lingüísticos dedicados a la comunicación (Reyes, 1990: 20). Esta misma autora sostiene que los fenómenos considerados exclusivos de la pragmática son la estructura lógica de los actos de habla.

En efecto, la clave del componente pragmático es el acto lingüístico o acto de habla. Van Dijk (1993: 58) lo define como la clase específica de acción que realizamos cuando producimos una emisión. Aseverar, saludar, advertir, prometer, felicitar, amenazar y preguntar son ejemplos de actos de habla.

El componente pragmático comprende también los factores que rodean el momento de la enunciación y recepción del mensaje, donde se debe precisar el tipo específico de contexto, y así conocer ¿quién produce el mensaje?, ¿bajo qué circunstancias? y ¿a quién va dirigido?. Estos elementos forman parte del contexto, el cual es definido por Van Dijk (1989: 81-82) como una abstracción de todo aquello que intuitivamente llamaríamos situación comunicativa.

A la pragmática también se le adjudica la tarea de ocuparse de las condiciones bajo las cuales las manifestaciones lingüísticas son aceptables, apropiadas y oportunas; estos tres supuestos son válidos para la situación comunicativa en la que se expresa el hablante.

1.2. El componente semántico

Como su nombre lo indica, este componente se encarga de organizar, procesar y jerarquizar la información compleja de un texto completo. Su aspecto básico son los niveles de reducción semántica que permiten organizar la estructura del significado global de un texto. Estos niveles comprenden el recorrido desde las microestructuras hasta la macroestructura global.

La reducción de información de un texto se inicia a través de los párrafos como unidad intencional del emisor, es decir las microestructuras, éstas constituyen la estructura local de un discurso; luego siguen los tópicos o temas, definidos como las macroproposiciones deducidas por el lector y que forman parte de la estructura jerárquica; hasta llegar a la macroestructura, que representa el contenido global del texto y está muy cercana al título y al encabezamiento.

1.3. Las modalidades

En términos muy generales puede señalarse que un discurso es siempre la manifestación de un Yo que formula un propósito. En la teoría lingüística las modalidades constituyen un gran dominio semántico dentro de las visiones enunciativas, que son las que acompañan y controlan constantemente la enunciación. Suele decirse que las modalidades expresan la posición del enunciador con relación a su propósito.

Sobre las modalidades, plantea Pottier (1993: 199), que todo propósito es susceptible de ser modalizado por el enunciador. El Yo enunciador es dueño de las modalidades, es decir, que sólo el Yo tiene derecho a expresar una modalidad y, en general, cualquier manifestación extremadamente subjetiva.

De acuerdo con Pottier (1993: 203-214), las modalidades pueden reagruparse en cuatro zonas: existencial, epistémica, factual y axiológica.

La modalidad existencial se divide a su vez en óptica y alética. La óptica se hace cargo de la existencia de una entidad (ser o no ser); la alética se sitúa en el nivel proposicional. Se relaciona con la verdad, es independiente del sujeto y por eso lo verdadero y falso están fuera del Yo.

La epistémica expresa el grado de adhesión del Yo con respecto a su propósito. Este tipo de modalidad se relaciona con el conocimiento.

Entendemos por modalidad factual el conjunto de las actitudes orientadas hacia el actuar: el decir y el hacer.

La axiológica corresponde en primer lugar al juicio de valor emitido por el enunciador sobre el propósito. Los medios de expresión son múltiples y a menudo paralingüísticos (entonaciones difícilmente inventariables, énfasis fónico o gestual, la entonación y la tipografía).

2. HUMOR E IRONÍA

Para acercarse al discurso humorístico, es pertinente referirse en primer lugar al humor y la ironía, definiciones que se mueven en campos semánticos muy imprecisos.

La palabra humor en el siglo XVI quería significar simplemente idiosincrasia, temperamento, naturaleza o manera de ser. El humorista español Wenceslao Fernández Flórez intentó definirlo en 1936: El humorismo es un estilo literario en el que se hermanan la gracia con la ironía y lo alegre con lo triste.

La concepción de humor ha estado estrechamente asociada a la crítica irónica y amable de los caracteres psicológicos y roles o situaciones sociales. Henry Bergson, citado en Rivadeneira (1994: 246), desarrolló en 1990 una teoría sobre el humor, la risa y el entretenimiento. Su hipótesis se basa en tres observaciones: que la risa es un fenómeno humano, que es una manifestación del sentimiento y que su orientación es de tipo social.

“El humor, según Bergson, deriva lógica y psicológicamente del fenómeno humano de la risa, como yuxtaposición del individuo en su tendencia mecanicista” (Rivadeneira, 1994: 246)

Para Vigara (1994 en Casalmiglia y Tusón, 1999: 214) “se puede entender el humor en tres sentidos: en un sentido optimista (la broma, la buena disposición del ánimo...), en un sentido pesimista (el sarcasmo, el comentario cáustico o mordaz...) y en un sentido intrascendente o lúdico (el chiste..)”.

Con respecto a la ironía puede decirse que su fuerza reside en el fingimiento o la simulación, la verdad que no se puede –o no se quiere– expresar de un modo directo se disfraza de aceptación (verdad enmascarada), pero de tal modo que el “buen entendedor” comprenda la verdadera intención de lo que desea expresar el emisor.

En todas las definiciones de ironía se retiene la característica de la distancia enunciativa. Tradicionalmente se ha considerado que mediante la ironía “se dice lo contrario de lo que se quiere decir”, es decir, que el interlocutor debe interpretar que el emisor no se adhiere al sentido literal de sus palabras, sino que diciéndolas significa un sentido segundo.

Más aún, Pío Baroja decía que “la ironía tiene un carácter más social que el humor. El peligro de la ironía demasiado sutil es que no consi-

ga su propósito y que el lector tome en serio, al pie de la letra, lo que se dice irónicamente” (Martín V., 1982: 236).

Tal como apunta Reyes (1990: 139), una interpretación pragmática de la ironía debe proponer que, contra lo que sugiere la definición de la ironía como tropo, el hablante irónico no quiere decir lo contrario de lo que dice, sino que quiere decir muchas cosas a la vez: presenta, en un solo enunciado polifónico, por lo menos dos maneras alternativas de considerar un objeto, más un análisis de cierto lenguaje y, con frecuencia, también una crítica de las personas que usan ese lenguaje.

Autores como Sperber y Wilson (1978, 1981), Kerbrat-Orecchioni (1980), Ducrot (1984) y Reyes (1990, 1994), sostienen que el enunciado irónico forma parte de la polifonía, en forma de eco o voz que el enunciadador evoca, sin mostrarse de acuerdo con dicho enunciado. La enunciación irónica es una propuesta para interpretar un enunciado de forma distinta a la manifestada. Esta distancia o desdoblamiento entre lo propiamente enunciado y otro enunciado implícito requiere que este último no sólo sea ubicado por el intérprete, sino que lo mantenga activo en su mente para proceder a la interpretación adecuada. El conjunto de saberes compartidos entre emisor y receptor permite que el mensaje enunciado actúe como un elemento que desplaza el sentido.

Casalmiglia y Tusón (1999:350) señalan que precisamente la separación entre lo expresado y lo intencional es lo que convierte a la ironía en una estrategia de indireccionalidad –no se expresa el tema abiertamente– que provoca efectos diversos: burla, comicidad, complicidad inteligente...

En el sentido irónico existe una combinación compleja de elementos; algunos son implícitos y otros son explícitos (por ejemplo: el tratamiento humorístico del lenguaje, las preguntas retóricas y la exclamación enfática, entre otras). Se basa además en el desdoblamiento del locutor porque como lo ha señalado Reyes (1994: 54-56) “mientras el que dice algo en serio lo asume, se hace responsable de su afirmación, el que dice algo irónicamente se desdobra: achaca esa información (...) a un ser ficticio, a un alter ego ridículo”.

Por su parte, P. Charaudeau (1992:643) explica la ironía cuando se refiere a la identidad de los sujetos participantes en un acto de comunicación. Según este autor existen los participantes del acto lingüístico que son seres sociales y psicológicos definidos por una serie de rasgos identi-

tarios, cuya pertinencia depende del acto de comunicación y que pueden ser denominados: sujeto emisor y sujeto interpretante. Por otra parte existen los protagonistas de la enunciación que son seres representados en el texto (*êtres de paroles*) y que podrían denominarse enunciador y destinatario. A estos últimos el Yo sujeto-emisor les asigna unos papeles y unas funciones en el texto. Dice Charaudeau (1992: 644):

Un acte de communication “ironique”, par exemple, ne peut s’expliquer que si l’on admet l’existence de ces quatres sujets.

En effet, pour que “*Je te félicite*” lancé à quelq’un qui vient de faire un bêtise soit compris como une “critique” ou un “reproche”, il faut que:

- Le locuteur-émetteur *pense*: “jugement négatif”;
- L’Enonciateur *dise*: “jugement positif”;
- Le Destinataire *perçoive*, grâce a un indice fourni par le Locuteur, que derrière “le dit” il y a un “jugement inverse”;
- L’Interlocuteur-récepteur *soit en mesure de percevoir* cet indice.

3. METODOLOGÍA

3.1. Objetivos

El objetivo general del análisis consistió en caracterizar, desde el punto de vista del componente pragmático y semántico, el discurso humorístico publicado en la prensa nacional durante la campaña electoral venezolana de 1995.

Como objetivos específicos se presentaron los siguientes: 1) Reconocer las funciones que cumplen los actos de habla; 2) Precisar las circunstancias que rodean al contexto comunicativo; 3) Desglosar los niveles de reducción semántica; y 4) Establecer la relación que existe entre las modalidades, los actos de habla y los ejes temáticos del discurso.

3.2. Corpus

El corpus comprende dos textos periodísticos: “Calatrava concejal” de Julián Calatrava, publicado en la página A-5 “Humor” del diario **El Nacional**; y “El propio descubrimiento”, cuyo autor es Omar Cruz, del semanario humorístico **El Camaleón**, a los cuales se les aplicarán los

postulados teórico-metodológicos de B. Pottier (1992) , Teun Van Dijk (1989, 1990, 1993) y L. Molero (1985, 1999).

4. ANÁLISIS DEL DISCURSO HUMORÍSTICO

4.1. “Calatrava concejal”

4.1.1. Componente Pragmático

4.1.1.1. Actos de Habla

En este texto se observan trece actos de habla de aserción. Como ejemplos de aserción se anotan: -"Ha comenzado la campaña para las elecciones de diciembre..."; -"Tenemos alrededor de 500 mil aspirantes a ocupar algún puesto en las elecciones que se avecinan"; -"Estas elecciones no las pierdo ni con otro dominó, Julián".

4.1.1.2. Contexto

Julián Calatrava expone en su artículo de opinión los habituales procedimientos que siguen los candidatos, grupo de electores y partidos políticos durante la campaña electoral, en su afán de obtener un cargo político. En este sentido, los actos de habla emitidos en el discurso son re-creados en el ambiente político venezolano de la campaña electoral de 1995.

En el nivel textual no se hace referencia directa a ningún personaje del mundo político en particular, sin embargo, podría decirse que por la descripción aportada todos cumplen los roles de militantes partidistas, candidatos y dirigentes políticos.

El acto de habla indirecto emitido por el autor se encuentra implícito en un macro-acto que subsume la advertencia del autor sobre algunos mecanismos ilícitos utilizados por candidatos y militantes con el objeto de conseguir el voto; asimismo se enfatiza en los procedimientos de financiamiento de la campaña electoral.

En su discurso, el autor Calatrava expresa desde su perspectiva como escritor y hombre común, su oposición a la forma cómo se han desvirtuado los objetivos del proceso electoral, el cual viene siendo utilizado como una actividad mercantilista por un grupo minoritario, cuyo trasfondo revela que sólo se persigue obtener el enriquecimiento personal.

El momento de la enunciación del artículo publicado a mediados del mes de octubre corresponde al período oficial de la campaña electoral venezolana y está dirigido a todo el público lector del diario **El Nacional**.

Con respecto al discurso periodístico, llama la atención que el texto fue publicado en la sección “Antología Urbana” de la página A-5 de **El Nacional**. El diseño del titular resalta en negrita y mayúscula el apellido del autor **Calatrava**, restando importancia a la actividad de concejal que pretende realizar. El texto presenta una imagen en blanco y negro a una columna que viene a reforzar su contenido.

La caricatura representa en el plano general a un dirigente político pronunciando un discurso sobre una plataforma. El mismo presenta los rasgos de un ave de rapiña por el pico y las uñas encorvadas y puntiagudas. De esta manera el autor presenta al lector un significado que no aparece recogido en lo textual y que alude a aquellas personas que se apoderan con violencia y cierta astucia de lo que no les pertenece, y que en el discurso hace referencia a los políticos y militantes “petardistas” o sablistas.

4.1.2. Componente semántico

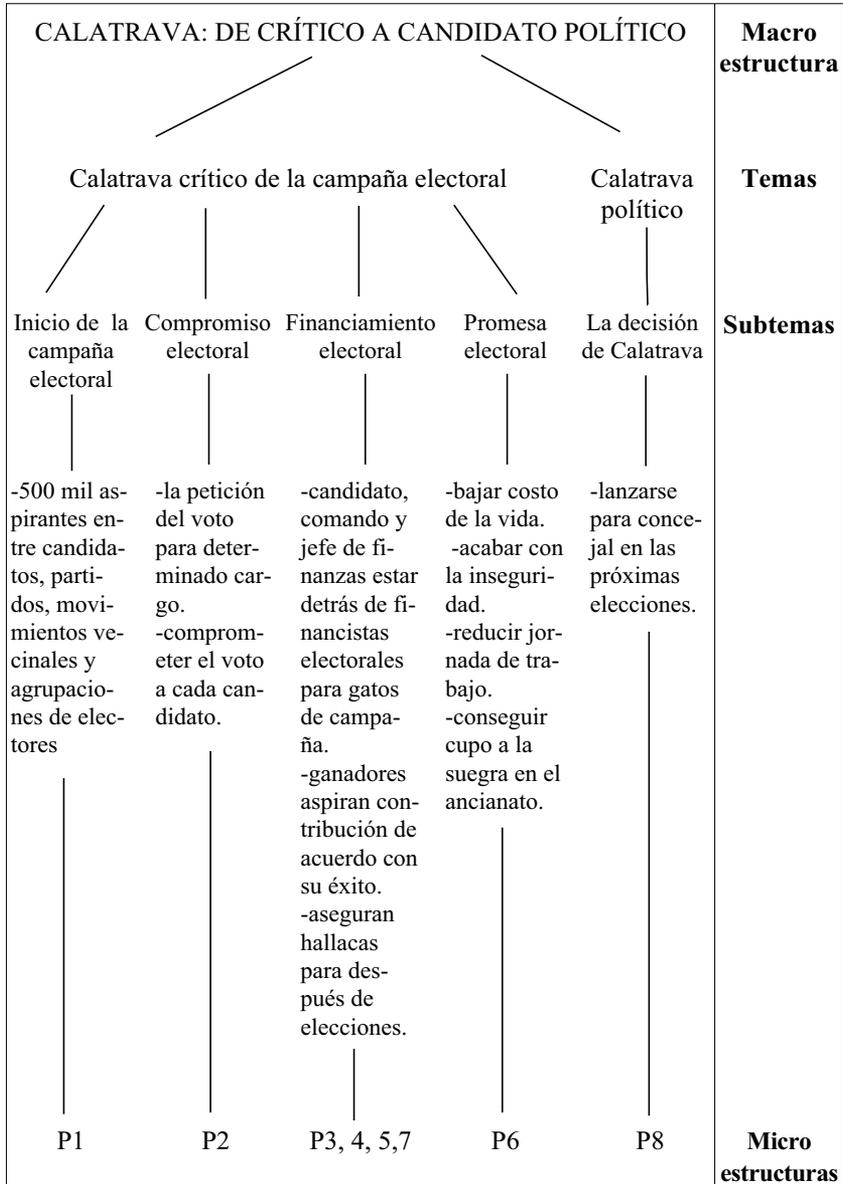
4.1.2.1. Niveles de reducción semántica

La información semántica global contenida en las cinco secuencias que conforman el artículo de opinión queda resumida en el Cuadro 1. Allí se visualiza que entre la macroestructura global y los subtemas se encuentran los temas: **Calatrava crítico de la campaña electoral** y **Calatrava Político**, los cuales señalan la intención de comunicación del autor que es hacer hincapié en su cambio de papel o de actitud en el relato.

De la misma manera, los cinco subtemas que se desprenden de la reducción sémica nos revelan el discurso político-electoral expresado por Calatrava a lo largo del artículo periodístico, en los cuales se deja evidencia de las actuaciones de los candidatos y militantes políticos. Del mismo modo quedan manifestadas algunas de las actividades que forman parte de la propaganda electoral.

La información semántica expresada en la macroestructura plantea bajo una óptica humorística el doble discurso de Calatrava que, de escritor y hombre crítico de las situaciones políticas suscitadas en el país durante la campaña electoral, decide convertirse en candidato político para la próxima contienda.

Cuadro 1
Niveles de Reducción Semántica



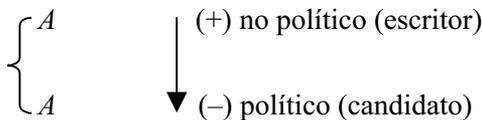
Título: “Calatrava concejal”, Autor: Julián Calatrava.
 Cuerpo A-5 Humor. **El Nacional**. Fecha: 14-10-95.

Calatrava escritor	vs.	Calatrava político
<ul style="list-style-type: none"> • crítica sablista y proceso financiera de la campaña electoral • hombre común mostrarse en desacuerdo con mecanismos para conseguir votos. • rehusar a ser político (apolítico). 		<ul style="list-style-type: none"> • lanza candidatura para concejal • poner en práctica críticas realizadas en el texto. • aceptar ser político.

La contradicción expresada en el cambio de actitud de Calatrava manifestada en la relación rehusar ser/ aceptar ser político, es lo que convierte al texto en un discurso irónico. En el texto también se establece una relación en el nivel temporal, puesto que el “rehusar ser político” constituye el pasado de Calatrava (antes), hasta que anuncia la decisión de lanzarse para concejal (después), con la aceptación de ser candidato político.

Ese cambio de actitud asumido por Calatrava nos permite distinguir que en la macroestructura textual está presente un proceso de degradación de manera implícita. De acuerdo con Molero (1985: 73-74): “‘A’ se presenta como un actante paciente puesto que siempre sufre el cambio o modificación. Puede ser beneficiario (proceso de mejoramiento) o víctima (proceso de degradación)”.

Este proceso de degradación manifestado en el discurso se representa de la siguiente manera:



donde $A = \text{Calatrava}$; y A indica la modificación de un estado inicial, se trata, por lo tanto, de un proceso o de un evolutivo.

Se dice que existe un proceso de degradación pues el actante más importante del texto sufre una transformación que lo aleja de su posición de crítico del político venezolano, entendido éste como un individuo con un falso discurso, carente de credibilidad en el pueblo, con una propensión compulsiva a mentir y vinculado con la corrupción, para convertirse

en un candidato a concejal que acepta ser político y pone en práctica todo lo que antes ha criticado, con el único afán de conquistar el poder utilizando cualquier procedimiento ilícito. Entonces, el actante Calatrava lejos de conservar su estatus, será víctima de los vicios que se suscitan en el ambiente político.

4.1.3. Ejes temáticos y modalidades

En este discurso se distinguen dos ejes temáticos fundamentales en los cuales se circunscribe la visión política sobre la campaña electoral expresada por el autor Julián Calatrava. Ellos son: Calatrava crítico de la campaña electoral y Calatrava político.

El primero de los ejes temáticos es desarrollado en los siete primeros párrafos del artículo; mientras que el segundo aparece al final del texto, casi como una conclusión donde incluye la decisión del político de lanzar su candidatura para participar en la futura propaganda electoral.

La promoción electoral también llamada propaganda electoral (Alvarez, 1996: 25), comprende la propaganda política que hacen partidos y candidatos con el fin de influir en la decisión de votar y, en consecuencia, ser electos para el ejercicio de cargos públicos.

Con respecto a las modalidades presentes en el discurso se evidencia que el eje temático “Calatrava crítico de la campaña electoral” se relaciona con la modalidad factual, con mayor predominio del hacer y el decir por parte del actante principal: Calatrava. Estas acciones son precisadas en el discurso a través de las críticas señaladas por el autor sobre la campaña electoral: “Prácticamente no hay nadie que no tenga una tía, un cuñado, y entre diez o quince entre vecinos, compañeros de trabajo y condiscípulos de la secundaria que no ande en eso de pedirle a uno el voto para éste o aquél cargo...”.

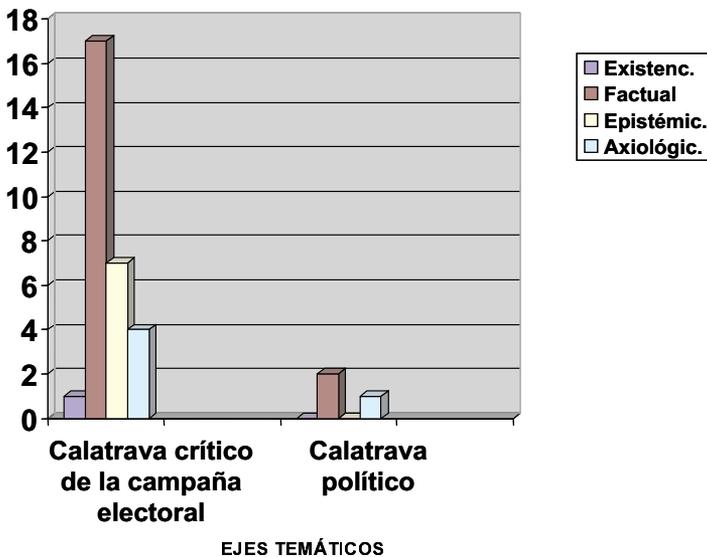
Seguidamente se tiene la modalidad epistémica, encabezada por el saber: “Contados los candidatos a gobernadores, alcaldes, concejales, miembros de las juntas parroquiales, y multiplicados éstos por los partidos, movimientos vecinales, agrupaciones de electores, tenemos alrededor de quinientos mil aspirantes...”. Luego se presenta la axiológica, caracterizada por los juicios de valor emitidos en el texto: “Una vecina que anda en afanes electorales tiene dos semanas dejándome a sus chicos durmiendo en casa, porque según ella es a altas horas de la noche cuando asegura uno que otro voto”. Hay poca incidencia de la modalidad existencial.

En el tema “Calatrava político”, señala el decir de la modalidad factual. No se hace presente la epistémica ni la existencial. El lanzamiento o proclamación de una candidatura implica una serie de actos propios de los candidatos durante la jornada electoral.

Se evidencia que en los dos ejes temáticos encontrados en el texto hay predominio de la aserción, acto de habla que está muy relacionado con el hacer y el decir, pues ello implica emitir una información, una idea o un juicio de algo o de alguien, lo que supone los amplios conocimientos que debe tener el emisor sobre determinadas situaciones comunicativas.

La Figura 1 muestra los tipos de modalidades que subyacen en los dos ejes temáticos del texto “Calatrava concejal”.

Figura 1
Ejes temáticos y modalidades



4.2. “El propio descubrimiento”

4.2.1. *Componente pragmático*

4.2.1.1. Actos de habla

Este discurso trata sobre una caricatura que representa a un grupo de políticos que tratan de escalar un cerro para llegar hasta los electores

de una barriada popular. A un lado unas carabelas remiten al significado del descubrimiento.

El texto tiene dos particularidades: a) Presenta elementos del registro verbal y no verbal. En este último se consideran los íconos y los *balloon*, porque estos se consideran paralelos a la palabra y por lo tanto transmiten también significados al receptor. b) Está dividido en dos secuencias: la primera pone de manifiesto la posición del autor frente a la situación comunicativa planteada en el texto, utilizando los siguientes actos de habla: aserción: “¡Ahora si pueblo!, ahora si los políticos te van a tomar en cuenta...”, una advertencia implícita: “...si caes en el mismo error, allá tú”; se emite un consejo: “Te quiero decir que es tu oportunidad para demostrar tu grado de inteligencia”.

En la segunda secuencia, los actos de habla cumplen con las funciones de aserción, amenaza, ofensa, ofrecimiento, deseo, orden, petición y promesa. Como actos de aserción se menciona: “¡Yo los descubrí!”; de orden y advertencia: “No voten por él, ese bicho es un corrupto...”; amenaza: “Si no lo haces te mueres hoy mismo”; la ofensa está presente en: “¡corrupto será tu madre!”; “Yo les traigo pan por voto” contiene un ofrecimiento; la promesa: “¡vota por mí y serás muy feliz”; el deseo: “Quiero besar viejitas”, y el acto de petición: “¡voten por mí!”.

La Figura 2 precisa los 21 actos de habla utilizados en el texto, en los cuales el autor enfatiza en las funciones de aserción, ofensa, orden y ofrecimiento.

4.2.1.2. Contexto

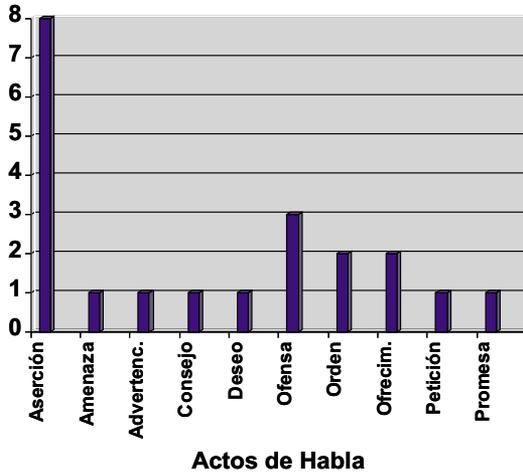
Al igual que en los textos anteriores, aquí el tema también gira en torno a la contienda electoral, por lo tanto, los actos de habla emitidos se desarrollan en un contexto político-electoral.

Se destaca que en el discurso están presentes dos tipos de comunicación. Por un lado, la comunicación directa entre los personajes políticos que participan de la acción discursiva; en donde los *balloons* contienen los actos de habla que bajo un contexto electoral emiten los candidatos durante la campaña electoral.

Políticos diálogo Políticos

En este diálogo también se dejan entrever las pugnas y conflictos partidistas protagonizados entre estos actores.

Figura 2
Actos de habla: “El propio descubrimiento”



Por otra parte, en el texto también se presentan dos procesos de comunicación indirecta entre los actantes; en el primero, son los candidatos políticos quienes emiten sus mensajes al pueblo que han descubierto; y el segundo, corresponde a los emisores del texto, quienes envían un mensaje al público lector.

- 1) Políticos mensaje persuasivo pueblo descubierto.
- 2) Emisor mensaje persuasivo electores (público lector).

Ambos mensajes tienen el objetivo de persuadir a los receptores que en el primer caso, corresponden al pueblo que buscan convencer los políticos y que, en el segundo se refieren al público lector de la caricatura.

Utilizando los códigos icónico (caricatura) y lingüístico (actos de habla), Omar Cruz, especializado en caricatura, pretende transmitir a través del texto una crítica al 12 de Octubre, pues a pesar de haber transcurrido más de quinientos años del Descubrimiento de América, los problemas del hombre latinoamericano: hambre, marginalidad, pérdida de la identidad cultural y la dependencia, entre otros; aún permanecen sin solución, demostrando un asombroso estancamiento en el tiempo.

En definitiva, el acto de habla indirecto presente en el discurso está enfocado hacia dos tendencias; el macro-acto de habla crítica y pone en

tela de juicio la actitud de la clase política de acercarse al pueblo sólo en la contienda electoral con un falso discurso para conseguir el voto que lo llevará al poder; y en segundo lugar, denunciar la situación socio-económica en que se encuentra el hombre latinoamericano.

Por haber sido publicado el 13 de octubre, el momento de la enunciación de este discurso coincide con el Día de la Raza o el Descubrimiento de América; además, corresponde con el inicio de la campaña electoral venezolana, por lo tanto, el mensaje concientizador implícito que contiene va dirigido a todo el público elector del país.

La producción del texto periodístico cuenta con los siguientes parámetros: una ubicación privilegiada que abarca las seis columnas de la última página del suplemento, un titular desplegado en el extremo superior derecho destacándose la expresión **EL PROPIO**.

El texto dispone de una caricatura en blanco y negro, ocupando el extremo superior izquierdo y el extremo inferior derecho de la página, presentando en plano general una situación alusiva a la fecha histórica.

En los códigos icónico y lingüístico, el mundo político es representado en la caricatura por los candidatos políticos, que reflejan en sus rostros una actitud ávida y sedienta tratando de disputarse el voto del pueblo mediante consignas, promesas, peticiones y ofrecimientos con el fin de conquistar el poder.

Por otra parte los íconos que representan la clase social marginada: “cerro”, “rancho” y “pobreza”, quieren manifestar al lector el olvido y la profunda crisis que abrumba al pueblo, representado en la caricatura en actitud pasiva y de sorpresa ante la llegada repentina de los políticos.

4.2.2. Componente semántico

4.2.2.1. Niveles de reducción semántica

Por tratarse de un mensaje complejo producto de la combinación de imágenes y palabras, el resumen de todo el plan textual del discurso ha incorporado la información subyacente en los códigos icónico y lingüístico.

El Cuadro 2 muestra que la macroestructura semántica surge a partir de tres temas abordados en el texto de **El Camaleón**. De igual manera, el Cuadro 3 especifica los contenidos explícitos e implícitos del discurso.

Cuadro 2
Niveles de Reducción Semántica

<p>POLÍTICOS INTENTAN CONQUISTAR VOTOS DEL PUEBLO</p>			<p>Macro estructura</p>
<p>Políticos descubren a votantes</p> <p>-Íconos de candidatos + ballones (actos de habla: aserción, advertencia, insultos, promesa y amenaza). -Íconos de afiche de candidato + eslogan: “vota cuello blanco al poder”, ícono de pan + ícono de billete + ícono de velero + bandera: “vota”.</p>	<p>El asombro del pueblo</p> <p>-íconos de hombres, mujeres y niños (pueblo) + ícono de rancho sobre un cerro + ícono de perro + <i>ballon</i>: “¡Guau! ¡Guau! (o sea estamos ladrando).</p>	<p>La oportunidad del pueblo</p> <p>-Expresión del emisor frente a la situación comunicativa:</p> <p>-Políticos toman en cuenta al pueblo sólo en campaña electoral. -Políticos pedir el voto y luego olvidarse. -Pueblo tener oportunidad de demostrar su inteligencia. -Pedir al Niño Jesús lo mejor para los niños.</p>	<p>Temas</p>
<p>Microestructuras*</p>			

Título: “El propio descubrimiento”, Semanario **El Camaleón**. N° 319. Última página. Fecha: 14-10-95.

* Las microestructuras incluyen el registro verbal y no verbal (*balloon* e íconos).

Al observar la macroestructura se aprecian los dos paradigmas fundamentales que se abordan en el texto: político y pueblo. Es decir, que el Descubrimiento de América es presentado en el texto desde un enfoque humorístico para simular el encuentro entre dos mundos, en este caso el mundo político vs. el mundo social (electores).

Cuadro 3 Mensaje Total

Explícito (Discurso)	Implícito (Entorno)
<p>Código icónico: caricatura.</p> <p>Actante 1: candidatos + <i>balloon</i> + afiche + velero + billete + pan + gestos (rostros sedientos y manos extendidas).</p> <p>Actante 2: pueblo + gestos (rostros de asombro), + rancho + cerro + perro + <i>balloon</i>.</p> <p>Código lingüístico: Actos de habla.</p> <p>-Balloon políticos: (ver texto) Afiche: “Vota cuello blanco al poder” velero y bandera: “Vota”.</p> <p>-Balloon perro: ¡Guau! ¡Guau! (o sea estamos ladrando).</p> <p>-Texto: “Llegó tu momento pueblo”.</p>	<p>Contexto socio-cultural:</p> <ul style="list-style-type: none">-Políticos: candidatos electorales.-Políticos estar en campaña.-Pueblo: hombres, mujeres y niños habitar en una zona marginal. <p>Situación de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none">-Políticos están activos, alegres y sedientos (ávidos).-Políticos traen regalos y promesas a los electores.-Políticos enfrentarse entre ellos.-Políticos invitan al pueblo a votar.-Pueblo está pasivo y sorprendido.-Pueblo recibe mensaje de reflexión para castigar a los políticos. <p>Intención de los locutores:</p> <ul style="list-style-type: none">-Crear una situación humorística sobre dos hechos: inicio de la campaña electoral y el Descubrimiento de América.-Criticar actitud de los políticos de buscar al pueblo sólo en campaña y de sus procedimientos para conseguir el voto y llegar al poder.-Acentuar la falsedad del discurso político-electoral.-Criticar la situación socio-económica del país reflejada en la marginalidad y pobreza de la población.-Incitar a los electores para aplicar el voto castigo a los políticos. <p>Contexto verbal:</p> <ul style="list-style-type: none">-Descubrimiento: acontecimiento histórico vs. acontecimiento electoral.

Mundo político	vs.	Mundo social
<ul style="list-style-type: none"> • Candidatos y dirigentes políticos políticos en actitud sedienta. • Conquistaban votos con falso discurso y mecanismos demagógicos. • Buscan al pueblo sólo en época electoral. 		<ul style="list-style-type: none"> • Hombres, mujeres y niños en situación de pobreza. • Mostrarse asombrado con presencia de políticos. • Electores potenciales.

Las relaciones antagónicas que se establecen entre el mundo político (candidatos, dirigentes y organizaciones políticas), y el mundo social representado por el pueblo (electores), y que se reflejan explícitamente en la caricatura nos remiten a un discurso irónico.

La ironía discursiva se hace presente cuando el emisor utiliza el descubrimiento para imbricar lo histórico (conquistadores-indios) en un acontecimiento actual como es el encuentro político-pueblo, donde a pesar de haber transcurrido más de quinientos años, este hecho se ha tornado frecuente en la democracia venezolana durante cada campaña electoral.

4.2.3. Ejes temáticos y modalidades

El texto “El Propio Descubrimiento” se desarrolla bajo la óptica de tres ejes temáticos: “políticos descubren a votantes”, “el asombro del pueblo” y “la oportunidad del pueblo”. El primero está centrado en las pugnas, enfrentamientos y rivalidades suscitadas entre los candidatos electorales; por su parte, el tercero marca el cambio de conciencia que el autor propicia en el receptor (elector). Debe señalarse que en el segundo tema no se emiten actos de habla.

Los ejes temáticos “Políticos descubren a votantes” y “el asombro del pueblo” se caracterizan por la alta frecuencia del hacer y el querer de la modalidad factual, los cuales están relacionado con los actos de habla de ofrecimiento y promesa. Siguen las modalidades existencial del tipo óptica (ser) y la axiológica. No se presenta la modalidad epistémica. Los juicios de la modalidad axiológica son puestos en boca de los candidatos políticos a través de actos de habla de aserción y ofensa.

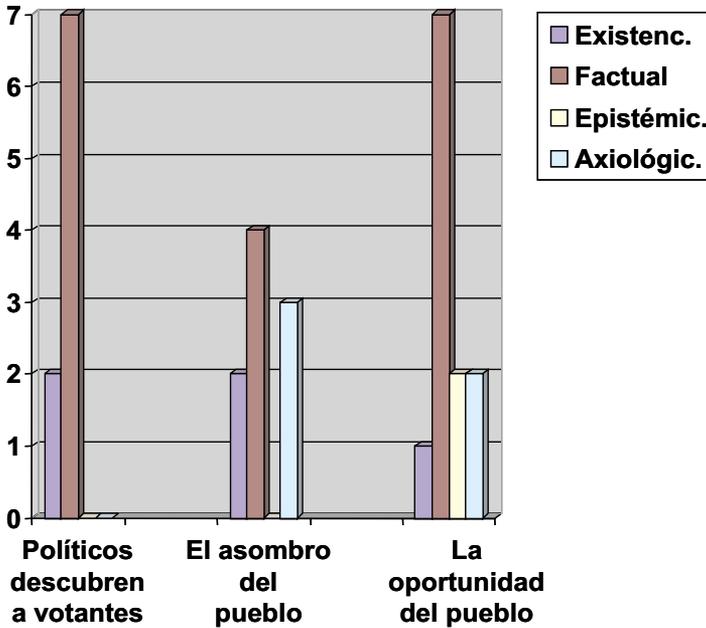
Por su parte, el eje temático “La oportunidad del pueblo” reúne las cuatro zonas de las modalidades, con mayor predominio del hacer (factual), observándose además la dualidad del tipo querer decir y hacer sa-

ber (factual-epistémica). En segundo orden se evidencia la modalidad epistémica del saber, la axiológica (juicios) y la alética (verdad). En este tema son frecuentes los actos de habla de aserción, consejo y advertencia.

La Figura 3 detalla los aspectos modales y ejes temáticos que caracterizan el texto “El Propio Descubrimiento”.

Figura 3

Ejes temáticos y modalidades: “El propio descubrimiento”



5. CONSIDERACIONES FINALES

El análisis lingüístico del discurso permite precisar algunas características que definen el discurso humorístico de la prensa venezolana.

Los actos de habla de aserción predominan en ambos textos, aunque en **El Camaleón** también se enfatiza en la ofensa.

El discurso humorístico de **El Nacional** y **El Camaleón** se desarrolla dentro de un contexto político, pues el momento de la enunciación de los textos corresponde a la campaña electoral venezolana de 1995. Los ejes temáticos resaltantes en el discurso humorístico de ambos medios

impresos son: “Calatrava crítico de la campaña electoral”, “Calatrava político” y “Políticos descubren a votantes”.

El análisis nos revela que el discurso humorístico permanece en el nivel superficial de los textos con estructuras lingüísticas fácilmente reconocidas por el lector, mientras que en el nivel profundo, la macroestructura contiene un discurso irónico implícito, es decir, la contradicción o el fingimiento entre lo que dice y lo que realmente quiere expresar el autor. Ambos textos constituyen ejemplos de la distancia enunciativa que caracteriza a la ironía.

Con respecto a las zonas modales, la factual (hacer y decir), la axiológica (los juicios) y la epistémica (el saber), son las que más prevalecen en ambos periódicos. En **El Nacional** la modalidad existencial (ser) es la menos frecuente y en **El Camaleón** se presenta en los tres ejes temáticos.

El estudio de las modalidades permitió precisar que el discurso humorístico de **El Nacional** explota más el hacer y el saber de los personajes sobre las diversas situaciones que se producen durante la campaña electoral. En cambio, **El Camaleón**, aparte del hacer, también otorga relevancia a los juicios que ponen en boca de los candidatos electorales, concediendo menor importancia al conocimiento que ellos tienen sobre el mundo (saber cultural).

Por otra parte, las modalidades permitieron determinar que **El Nacional** aborda la campaña electoral desde un enfoque ideal, precisando el punto de vista crítico del autor. En **El Camaleón** se presenta esta misma temática desde la perspectiva real, tal cual como se suscita en el escenario político venezolano, convirtiendo el discurso humorístico en burlesco (nivel superficial) más que crítico y reflexivo (nivel profundo). Ello confirma que **El Camaleón** privilegia la burla ante las condiciones morales del hombre político latinoamericano, mientras que en el texto de **El Nacional** se considera su hacer o su saber.

Bibliografía

- ÁLVAREZ, A. 1994. **Estrategias de Propaganda Electoral**. Ediciones de la UCV, Caracas (Venezuela).
- CASALMIGLIA, H y TUSÓN A. 1999. **Las cosas del decir**. Editorial Ariel, Barcelona (España)
- CHARAUDEAU, P. 1992. **Grammaire du sens et de l' expression**. Ed. Hachette, París (Francia).

- GRANDES TEMAS SALVAT. 1975. **El Humorismo**. Salvat Editores, Barcelona (España).
- EL NACIONAL. 1998. **Manual de Estilo**. Ediciones de El Nacional, Caracas (Venezuela).
- LOZANO, J., PEÑA, C y ABRIL, G. 1993. **Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual**. Editorial Cátedra, Madrid (España).
- MARTIN V., G. 1982. **Curso de Redacción. Teoría y práctica de la Composición y del Estilo**. Editorial Paraninfo, Madrid (España).
- MOLERO DE CABEZA, L. 1985. **Lingüística y Discurso**. Ediciones de la FEC, LUZ, Maracaibo (Venezuela).
- MOLERO DE CABEZA, L. 1999. "Análisis de dos discursos del proceso electoral de 1998 bajo un enfoque semántico pragmático". **El discurso político venezolano. Un estudio multidisciplinario**. UCV, Fondo Editorial Tropikos, Caracas (Venezuela).
- POTTIER, B. 1992. **Teoría y Análisis en Lingüística**. Editorial Gredos, Madrid (España).
- POTTIER, B. 1993. **Semántica General**. Editorial Gredos, Madrid (España).
- REYES, G. 1990. **La Pragmática Lingüística. El estudio del uso del lenguaje**. Montesinos Editor, Barcelona (España).
- RIVADENEIRA, R. 1994. **Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación**. Editorial Trillas, México (México).
- VAN DIJK, T. 1989. **La ciencia del texto. Un enfoque interdisciplinario**. Editorial Paidós, Barcelona (España).
- VAN DIJK, T. 1993. **Estructura y funciones del discurso**. Siglo Veintiuno Editores, México (México).