

XI SEMINARIO INTERNACIONAL DE LENGUA Y PERIODISMO

«El lenguaje del humor en el periodismo en español»

CONCLUSIONES

San Millán de la Cogolla (España), 25 y 26 de mayo del 2016

A continuación se resumen algunas de las cuestiones tratadas en el XI Seminario Internacional de Lengua y Periodismo («El lenguaje del humor en el periodismo en español») organizado por la Fundación San Millán de la Cogolla y la Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA) los días 25 y 26 de mayo de 2016.



Sesión inaugural del Seminario, presidido por S. M. la reina. Foto: Fundéu.

1. El humor implica opinión, es una toma de postura. El humorista nace como consecuencia de un desajuste, una discrepancia con el mundo.
2. Humor y comicidad son conceptos diferentes; el primero se asocia al discurso y el segundo a las situaciones.
3. El humor aplicado a la información tiene como principal utilidad hacer un ajuste de cuentas

civilizado con el poder. Al aplicar el humor a la información es posible permitirse ciertas licencias que en otros espacios no serían posibles.

4. El humor informativo ha de partir de informaciones de excelente calidad, de fuentes que gocen de toda credibilidad. Y se desarrolla con mucho esfuerzo: detrás de un buen chiste hay muchas horas de trabajo serio. El humor no puede deformar la información, sí interpretarla. A quien

opina en tono de humor (y las viñetas son columnas visuales, opiniones gráficas) se le permite exagerar, pero no inventar.

5. El humor requiere la complicidad del receptor: el humorista lanza la idea, pero es el receptor quien la completa. Se necesitan códigos compartidos y contexto para que el proceso se lleve a cabo con éxito. Por eso, las cosas no son graciosas *per se*: alguien las encuentra graciosas (o no).

6. Algunas de las nuevas formas de difusión tienden a eliminar ese contexto y a poner ciertos chistes al alcance de quien no los quiere oír o de quien no tiene sentido del humor, y eso crea tensión en los propios medios por la reacción que genera en algunos receptores.

7. El humor presupone inteligencia; reírse es un signo de madurez. Hay un aspecto ético, una responsabilidad del humorista, vinculado también a la libertad de expresión: que se pueda sostener en broma lo mismo que se pueda sostener en serio. Los límites del humor deben estar más marcados por la sensibilidad personal y social que por las leyes.

8. El humor es un bisturí: bien aplicado tiene poderes curativos, mal aplicado puede hacer mucho daño. Dentro de la profesión periodística, el humor tiene sus normas.

Es un arma y debe manejarse con responsabilidad porque, a menudo, el daño causado no se puede rectificar.

9. El humor es un hecho pragmático basado en la incongruencia (se rompe lo que sería esperable encontrar en un contexto determinado). En el estudio lingüístico del humor, hay elementos que se repiten y se pueden analizar. Presenta marcas (como los gestos o la entonación) y ciertos indicadores o elementos frecuentes (polisemia, paronimia, pseudoabarcadores, fraseología, variación, etc.) que ayudan a interpretar que se está en «modo humorístico».

10. No hay lenguas especialmente divertidas, pero sí sociedades más divertidas o más amargadas. También hay que tener en cuenta las bases psicológicas del humor. Para Freud, el chiste se basa en la dualidad: se simultanean dos aspectos contrarios, no inhibidos (y teniendo en cuenta que los términos contrarios no son lo mismo que los términos contradictorios). Para Bergson, los automatismos son importantes en la creación de humor: se hace lo de siempre, pero fuera de contexto.