

**Si fuera *onliner*, sabría cómo titular esto.
O, por lo menos, tendría gracia.**

ROSA MARÍA NAVARRO ROMERO
Universidad Alfonso X El Sabio

Dale un pez a un hombre y comerá un día;
dale una frasecita y la repetirá siempre.
Luis Álvaro

Con este enunciado, el cómico Luis Álvaro pone de manifiesto el gusto que siente el ser humano por las frasecitas, las sentencias, los disparates y demás *breverías*. Vivimos en un país cimentado a base de dichos, refranes y máximas, tanto en lo folclórico como en lo literario, que ha cultivado siempre el género breve y, especialmente, el aforismo. Por otro lado, en los últimos años se ha desarrollado en nuestra cultura un gusto por la comedia *stand up* que ha convertido a cómicos y monologuistas en referentes del arte y la cultura popular. Junto al monólogo, han surgido nuevos tipos de comedia y formatos humorísticos, entre los que destaca el *onliner* o chiste de una línea, una construcción capaz de activar todo el potencial humorístico en una sola frase. Si a esto añadimos que el *onliner* es el formato ideal para las redes sociales, sobre todo para Twitter, y que España es el segundo país de Europa que más usa esta red, no debe extrañarnos el auge de este tipo de textos en la actualidad.

DE HIPÓCRATES A LUIS ÁLVARO EN UNA LÍNEA

En España existe una gran tradición en el cultivo de la literatura breve y, concretamente, del aforismo. En la Edad Media el término se relacionaba solo con la ciencia y la medicina debido a los *Aforismos* de Hipócrates, pero en el siglo XVI amplió su contenido semántico y empezó a usarse para referirse a reflexiones doctrinales y contenidos didácticos en general. La influencia de Gracián fue fundamental para ampliar el sentido del término y empezar a hablar de «una nueva forma artística que se eleva por encima de las frases, dichos

sentencias, proverbios, etc., y que requiere la cooperación del ingenio, la agudeza, el juego de palabras, la onomatopeya, etc.»¹. El término fue perdiendo gravedad y experimentó un gran auge en toda Europa a finales del siglo XIX y principios del XX, debido, en parte, a la visión del mundo que imperaba en la modernidad: un mundo fragmentario, heterogéneo e inconcluso que hizo que el aforismo abandonase sus pretensiones absolutas para centrarse en lo particular.

La primera mitad del siglo XX fue clave para la consolidación de este género. Concretamente, la publicación en 1917 de las *Greguerías* de Ramón Gómez de la Serna marcó un antes y un después en la concepción del término:

Ya en 1917 se postula con beligerante entusiasmo una prosa alérgica al monumentalismo narrativo del siglo XIX, horadada y rota, destrenzada y limpia; una escritura molecular y libre de adornos, apoyada en la punta de los pies de la metáfora y de la elipsis, que es tanto como decir con raíz cubista².

Las greguerías de Ramón se convirtieron en un modelo a seguir, un modelo de texto elíptico y humorístico, pero también crítico, ya que sus textos «se asientan sobre un magma de tristeza, de seriedad, de interrogación angustiada sobre el mundo»³. Su ecuación de *Humorismo + Metáfora = Greguería*, encierra mucho más de lo que parece. Con sus construcciones, Gómez de la Serna pretendía multiplicar el universo a través de la metáfora, porque esta es «después de todo, la expresión de la relatividad. El hombre moderno es más oscilante que el de ningún otro siglo, y por eso más metafórico. Debe poner una cosa bajo la luz de otra. Lo ve todo reunido, yuxtapuesto, asociado»⁴. A través de la greguería se plantea una percepción diferente de las cosas, una forma de mirar discrepante, una relectura del significado del mundo.

Muchos escritores siguieron el modelo de Ramón. Entre ellos, destaca Tomás Seral y Casas (1908-1975), uno de los líderes del movimiento vanguardista en Zaragoza. Muy implicado en la vida cultural, llevó a cabo una extensa labor periodística, sobre todo a través de *La Voz de Aragón* (1928-1935), y

¹ Regina Gutiérrez y Juana Pérez, «El cultivo del aforismo en España», *AnMal*, XXXV, 1-2, 2012, pp. 169-177, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4256586> (última consulta 14 de junio de 2016).

² Domingo Ródenas de Moya. «El microrrelato en la estética de la brevedad del arte nuevo». *La era de la brevedad. El microrrelato hispánico*. Eds. Irene Andres-Suárez y Antonio Rivas. Palencia: Menoscuarto, 2008, pp. 77-121.

³ Ramón Gómez de la Serna. *Disparates y otros caprichos*. Ed. Luis López Molina. Palencia: Menoscuarto, 2005, p. 98.

⁴ *Idem*. *Greguerías. Selección 1910-1960*. Ed. César Nicolás. Madrid: Espasa-Calpe, 1991, p. 51.

se centró en la lucha por levantar el arte nuevo en la literatura. Seral y Casas buscó, como Ramón, un método de comprensión del universo a través de la metáfora, el punto de convergencia entre la imagen poética y el juego de niños. Lo encontró en sus *chilindrinas*, hijas directas de la greguería (aunque, quizá, algo más ingenuas) y herederas de la mirada discrepante de la época. La mayoría son sencillas y lúdicas, escritas casi desde la mirada de un niño: «Al poner los dientes entre paréntesis, nació la risa». «Jirafa: el periscopio de Noé». Pero también hay algunas que intentan ser más profundas y pretenden definir el género: «La greguería es el mundo visto por el otro lado de los prismáticos» o «Cuando la imagen poética se siente nudista, nace la verdadera chilindrina»⁵.

Otros autores practicaron la literatura breve desde un punto de vista menos humorístico o lúdico y más cercano a la sentencia y la meditación. Un ejemplo es Carlos Edmundo de Ory y sus *aerolitos*, textos que recogen preguntas, ideas, invenciones y reflexiones: «Sociedad rima con suciedad». «Una estatua rota es una extatua». «Es una vergüenza que vivamos todos los días»⁶. Estos textos, al contrario que los de Tomás Seral y Casas, se distancian de la greguería, y se aproximan más a los textos que estamos acostumbrados a ver hoy en forma de *tuit*. En concreto, la forma y contenido de estos aerolitos guarda un gran paralelismo con los *inteleto*s de José Luis Cuerda, a los que nos referiremos más tarde.

Otro ejemplo lo encontramos en Enrique Jardiel Poncela y sus *Máximas mínimas*, que se acercan más al humor *onliner* por dos razones: su gran esencia humorística y su inspiración en lo cotidiano o lo aceptado como real. En una de ellas, el autor afirma que «El arte de hacer reír se basa en exponerle al público cara a cara sus propios defectos». Poncela era consciente de que «bastaba con decir una gran verdad para que todo el mundo se riera pensando que escuchaba un rasgo de humorismo»⁷. Con una mirada cínica y desencantada, construyó sus textos partiendo de la observación del mundo y aplicando un método satírico e incisivo. Algunas de sus máximas bien podrían pasar por chistes de los más actuales *onliners* como, por ejemplo, «El amor es una comedia en un acto: el sexual» o «Patrimonio es un conjunto de bienes; matrimonio es un conjunto de males». Como veremos más adelante, una de las características fundamentales de los *onliners* es esa forma de mirar lo ordi-

⁵ Tomás Seral y Casas. *Chilindrinas*. Zaragoza: Prensas Universitarias, 2004.

⁶ Carlos Edmundo de Ory. *Los aerolitos*. Madrid: Calambur, 2005.

⁷ Enrique Gallud Jardiel. «La falsedad de las verdades». Enrique Jardiel Poncela. *Máximas Mínimas*. España: Renacimiento, 2016, p. 11.

nario, de observar la realidad y transmitirla desvelando lo absurdo del mundo que nos rodea.

Por otro lado, no hay que olvidar la llegada del haiku japonés a España a través de las publicaciones de Adolfo Salazar y Enrique Díez-Canedo en *La Pluma*⁸, que influyó de manera radical en los autores de la época, llevándolos a nuevos espacios de experimentación, más líricos y concisos. Jorge Guillén señala que la «tendencia preferente, hasta ahora apuntada, se orienta hacia la máxima brevedad del poema, reducido a su máxima intensidad lírica en el más instantáneo destello: un poco hai-kai japonés y un mucho copla andaluza»⁹.

En este panorama de antecedentes del *onliner* en nuestro país, debemos incluir los *Crímenes ejemplares* de Max Aub, sobre todo como ejemplo de humor negro en una línea. Aub tenía una idea muy clara de su escritura: «Retórica final: Decir lo más, en menos, lo mejor posible»¹⁰. Algunos de sus textos, como los antes mencionados de Jardiel Poncela, son prácticamente chistes de una línea con cierto tono macabro y cínico: «Mató a su hermanita la noche de Reyes para que todos los juguetes fuesen para ella/ ERRATA. Donde dice: La maté porque era mía. Debe decir: La maté porque no era mía/ Era tan feo el pobre, que cada vez que me lo encontraba, parecía un insulto. Todo tiene su límite».

Con estos precedentes, no es de extrañar que, en el contexto actual, el cómico *onliner* tenga tanto éxito en nuestra cultura. Quizá uno de los mejores en el panorama humorístico actual sea Luis Álvaro¹¹: su humor surge al engarzar observaciones y reflexiones hechas desde una perspectiva cínica e irónica y utilizando un lenguaje directo, claro y conciso. Luis Álvaro crea greguerías («Una pinza es un pellizco portátil / Un anacardo es un cacahuete en posición fetal»), parte a veces de refranes, dichos, sentencias o frases hechas para darles la vuelta o modificar totalmente su significado («La energía no se crea ni se destruye, se transforma en facturas»), domina los juegos de palabras («Pasar el invierno en New Jersey y el verano en Bermudas»), juega con las onoma-

8 Domingo Ródenas de Moya señala que ya antes de estas publicaciones, podemos encontrar haikus en la segunda edición de las *Soldadades* de Machado (1907). Además de *La Pluma*, gracias a la revista *Vltra*: «[...] ven la luz los “Hai-kais” de Guillermo de Torre (núm. 21) y los “Hai-kais frescos” de Adolfo Salazar (núm. 24), y el primero incluye la sección “Hai-kais (occidentales)” en su libro *Hélices*, mientras Rodrigo Buendía consagra al género todo un libro, *La rueda de color* (como el de Torre, de 1923), cosa que también hace Isaac del Vando Villar en *La sombrilla japonesa*». *Op. Cit.*, p. 103.

9 Jorge Guillén. «La poesía española de 1923», *La Libertad*, 16 de enero de 1924, p. 5.

10 Max Aub. *Nuevos diarios inéditos (1939-1972)*. Sevilla: Renacimiento, 2003.

11 Los ejemplos de sus chistes pueden verse en la página de twitter <https://twitter.com/luisalvaro?lang=es>

topeyas («Yo vuelo más seguro en un boing porque siento como que si cae rebota»), con los dobles sentidos («¿Tú ves porno subtítuloado o prefieres que se las coman dobladas?»), se nutre de leyendas urbanas y creencias populares («Si está vivo es pez, si está muerto es pescado. Es como el gato: si está vivo es gato y si está muerto es cerdo agridulce/ Los yonkis ponen ratones debajo de la almohada para que les traigan dientes») y, sobre todo, destaca en el ámbito del humor negro («El hombre inventó la rueda en el Neolítico y la silla en el Paralítico»).

Son muchos los ejemplos de cómicos que practican este tipo de humor, sobre todo a través de internet, como Pilar de Francisco¹² («Mi padre no entiende cómo Guest Starring tiene una filmografía tan irregular») o Dani Alés¹³ («Cuando hacen cambios en Twitter es como cuando cambian las cortinas en un psiquiátrico/ Los de VIVEN fueron los primeros en tomar sándwiches de rodilla»). Sin embargo, Luis Álvaro es sin duda el humorista que mejor lo representa, porque sus textos, sus monólogos, se construyen a base de reflexiones u observaciones del tipo *onliner*, en los que no solo hablamos del remate final de una historia graciosa, sino de la concentración de todo el humor en la máxima brevedad posible. Gómez de la Serna decía que «Las greguerías deben defenderse en su conjunto –por eso deben ser muchas-, que sean panorama, no minusculearía»¹⁴. Y lo mismo ocurre con el *onliner*: no es algo aislado, una frase afortunada que sale por casualidad y resulta graciosa, sino una forma de construcción, de escritura, un tipo de humor que debe ser analizado en su conjunto.

LA EVIDENCIA ¿ABSURDA? ARQUITECTURA DEL *ONELINER*

José Bergamín afirmaba que el verdadero disparate «es atinado siempre [...] es chocante, detonante para el pensamiento [...] es una forma inventiva, creadora, poética del pensamiento»¹⁵. Para él, el disparate, el humor, está cargado de razón, y por ello es capaz de explotar, de producir un efecto chocante en el receptor; es una bala que puede ir contra todo y salir de todos sitios. Y la mejor forma de disparar esa bala, de expresar el pensamiento, es el aforismo,

12 Twitter de Pilar de Francisco <https://twitter.com/pilardfrancisco?lang=es>

13 Twitter de Dani Alés https://twitter.com/daniales_?lang=es

14 Ramón Gómez de la Serna. *Greguerías. Selección 1910-1960*. César Nicolás [Ed.]. Madrid: Espasa-Calpe, 1991, p. 58.

15 José Bergamín. *El disparate en la literatura española*. Nigel Dennis [Ed.]. Sevilla: Renacimiento, p.27.

porque el aforismo es «una dimensión figurativa del pensamiento: su sola dimensión». Y la característica principal es que sea certero, que sea un pensamiento acertado (no olvidemos que ya Cervantes, en *Los trabajos de Persiles y Segismunda*, definía el aforismo como una sentencia extraída de la misma verdad). Eso ocurre con el *oneliner*: puede parecer un disparate, una tontería. Pero está cargado de razón. Muchas de estas construcciones nos hacen gracia porque son verdad¹⁶. Son hechos cotidianos, representados a través de códigos que todos manejamos y entendemos. Por eso funcionan: generan empatía, el receptor maneja las claves del mensaje y se siente identificado.

Este tipo de construcciones tiene una estructura de *set up + punch line*. En la primera parte de la frase se crea un patrón y el receptor se sitúa en un contexto. En la segunda parte, se produce la “gracia” y se rompen las expectativas del receptor, dando lugar a la risa. Esto se consigue principalmente utilizando lo que muchos cómicos estadounidenses llaman *paraprosoodian* o *paraprosoquía*¹⁷, técnica que consiste en que la parte final de una frase es sorprendente, inesperada y humorística y hace que el receptor se replantee la primera parte del enunciado. Esta técnica funciona, según Scott Weems¹⁸, porque el humor tiene varias fases: comienza con una predicción y termina resolviendo una interpretación falsa. La ambigüedad crea un conflicto y la resolución de ese conflicto, que nos obliga a hacer nuevas asociaciones, es un ejercicio placentero para el cerebro. Cuando la expectativa que nos hemos creado resulta falsa, aparece la risa: el final es agradable, porque la sorpresa es una de las sensaciones más placenteras que sentimos los seres humanos. Wells se refiere a la *paraprosoquía* como un desplazamiento inesperado en la referencia para conseguir un efecto cómico. Ahora bien, para que se produzca ese desplazamiento y el efecto final, el referente debe ser – en principio- compartido por el emisor y los receptores. Por eso el *set up* suele contener una verdad

16 En un artículo titulado *Es gracioso porque es verdad*, se ejemplifica este hecho a través de una escena de *Los Simpson*. En ella, Homer está viendo en la televisión una actuación de Seinfeld y éste dice: “¿No odias cuando vas al baño y no queda papel higiénico?” Homer empieza a desternillarse y comenta: “¡Es gracioso porque es verdad!”. Alberto Moreno. «Es gracioso porque es verdad». *Revista GQ*, (04-04-2013), en <http://www.revistagq.com/noticias/articulos/es-gracioso-porque-es-verdad/17982> (última consulta 14 de junio de 2016).

17 Existe una gran polémica entre los académicos estadounidenses y canadienses en torno a esta palabra. Para algunos es una figura retórica que procede del griego παρά-, “en contra” y προσδοκία, “expectativa”: algo que va en contra de lo esperado. Para William Gordon Casselman, lingüista y etimólogo, es «un neologismo de finales del siglo XX que está ahora en amplia circulación en Estados Unidos» (<https://en.wikipedia.org/wiki/Paraprosoodian>). Lo que está claro es que se asocia principalmente al humor y, aunque en nuestro país todavía no ha sido reconocida, es muy popular entre los cómicos estadounidenses. Para nosotros, consiste en una construcción en la que la última parte del enunciado es inesperada o sorprendente y tiene una finalidad cómica.

18 Scott Weems. *Ja. La ciencia de cuándo reímos y por qué*. Madrid: Taurus, 2015.

reconocida y aceptada. Muchos chistes de una línea parten de estereotipos, problemas cotidianos, situaciones fácilmente reconocibles u observaciones de aquello que, *a priori*, nos resulta normal u ordinario. En la parte final, mediante técnicas como el revés -o *misdirection*-, el paso de lo cotidiano a lo absurdo, la exageración o la contraposición -entre otras-, se rompe el referente y aparece la risa. Si, además, el receptor se siente reconocido en la situación que se propone, el efecto es mayor.

No obstante, es muy popular otro formato de *oneliner* en el que se parte de una premisa absurda, surrealista o impensable. En estos casos, el *set up* nos sitúa en una realidad ajena, un universo lateral o un contexto imprevisible que condiciona el desenlace de la frase. En el siguiente ejemplo de Luis Álvaro, el comienzo de la reflexión es, por lo menos, cuestionable, pero ya tiene una esencia cómica que supedita el resto de la frase: «Lo mejor de un tsunami es que alcanza rincones donde no se llega bien con la bayeta».

Pero el humor del *oneliner* no está siempre en el mensaje, en lo que se dice. Muchas veces, la clave reside en el cómo se dice. Y, en estos casos, la gracia está en su retórica. Para que la broma alcance todo su potencial en el mínimo espacio -una línea- el cómico recurre a los juegos lingüísticos, las figuras y los tropos demostrando, en algunos casos, un gran dominio de la lengua. De hecho, muchos de los cómicos con más impacto en el panorama estadounidense destacan por su inteligencia lingüística: George Carlin, Jimmy Carr o Steven Wright, entre otros. Así, George Carlin afirma que la fuente de su material es - además de lo cotidiano y los problemas de tema político o social- el propio idioma:

For a long time, my stand-up material has drawn from three sources. The first is the English language: words, phrases, sayings, and the ways we speak. The second source, as with most comedians, has been what i think of as the "little world", those things we all experience every day: driving, food, pets, relationships, and idle thoughts. The third area is what i call the "big world": war, politics, race, death, and social issues¹⁹.

Por tanto, el cómico necesita más que nunca un receptor capaz de descifrar el significado profundo del texto. De lo contrario, el nivel de comprensión y disfrute sería demasiado superficial. Según Brett Zimmermann, si disponemos de las herramientas retóricas necesarias, apreciaremos mejor el ingenio de algunos cómicos. Para él, existen tres niveles de disfrute en la recepción del

¹⁹ George Carlin. *3 x Carlin. An Orgy of George including Brain Droppings, Napalm and Silly Putty, and When Will Jesus Bring the Pork Chops?*. Hachette Books: 2015.

humor²⁰. El primero, es una respuesta no analítica: el espectador quiere reír, pero no quiere pensar. El segundo nivel es algo más profundo, y en él se da una comprensión intuitiva de que se ha dicho algo particularmente ingenioso. Y, por fin, el tercer nivel va más allá de lo intuitivo: no solo se comprende todo el significado, sino que, además, se identifican los dispositivos que el cómico utiliza para hacernos reír. El receptor ideal del *onliner* se encuadraría en este nivel: solo así podría captar todos los sentidos y significados del texto y disfrutar tanto con el mensaje como con la construcción del mismo.

ONLINER ONLINE

Como mencionamos antes, el éxito del *onliner* tiene mucho que ver con las redes sociales. España es el segundo país de Europa que más usa Twitter, la red social de los 140 caracteres. En otras palabras: la red social perfecta para las *frasecitas*. Twitter y el humor funcionan como una fórmula cabal que va incluso más allá de los cómicos. El éxito en Twitter se puede medir fácilmente gracias al número de seguidores y de *retuits*. Hay cosas que funcionan y otras que horrorizan; por eso, la red es también una especie de *micro abierto* donde los cómicos pueden probar sus textos y comprobar de forma inmediata la reacción del público.

Pero no solo de cómicos vive el pajarito azul. La proliferación y éxito de las cuentas de twitter humorísticas con identidad falsa es inconmensurable. Algunas se han convertido en verdaderos referentes, otras han desaparecido con el tiempo. Por otra parte, algunos perfiles de Twitter tienen tanto éxito que, incluso, se convierten en libro. Es el caso del director José Luis Cuerda, que ha recogido sus tuits en dos libros: *Si amaestras una cabra, llevas mucho adelantado* (2013) y *Me noto muy cambiá* (2016). El autor llama a sus textos *inteletos*, es decir,

pensamientos, acciones que tienen más ingredientes que la estupidez del tonto y la audacia de bisoño [...] son muchas veces salidas de tono, ocurrencias, tropiezos

20 «With comedy, for instance, the first level is merely a non-analytical response to the humor: "Make me laugh; don't ask me to think." The second, deeper level involves what we might term a "pause moment" because of an intuitive understanding that something clever, something particularly witty, has been said (or written). The third level of appreciation goes beyond the merely passive and intuitive and is the province solely of those of us trained in the arts of language: linguistics, stylistics, rhetoric. We are best equipped to admire the artistry of the brightest of comics because we can identify the devices they use to amuse and astound us, and determine their effectiveness when so employed». Brett Zimmerman. «George, Woody, Gary, and Homer S.: Popular culture meets classical Rhetoric». *Style*, 43,4 (2009). Disponible en <https://www.questia.com/library/p1129/style/i2524268/vol-43-no-4-winter> (última consulta 15 de junio de 2016)

poéticos [...] deducciones dolientes, citas genuflexas, proclamas, guiños, aleluyas, cuchicheos, ditirambos, complicidades, cosquillas, sobos, alimento o aperitivo, alpha u omega o, cualquiera sabe, el camino de en medio, que, quiero pensar, siempre lleva a alguna parte²¹.

Sus *inteleto*s son de lo más variado y van del *oneliner* a la greguería, se mueven entre la imagen poética y el humor más directo, entre la máxima y el disparate y salen tanto de lo cotidiano como de lo absurdo. Algunos ejemplos son: «La leche frita parece más una frase malsonante que un postre verosímil/ Las circunstancias son una trinchera confortable / Los monumentos a la lechuga y a la semicorchea quedan aplazados *sine die*».

Por otro lado, la red social ha dado a los cómicos y humoristas un papel fundamental: el de comentaristas inmediatos –y en una línea– de las noticias más actuales. Ante cualquier acontecimiento, hito, catástrofe, suceso o novedad, los seguidores esperan el *tuit* de turno como agua de mayo. Y, en ocasiones, tiene más difusión el comentario del humorista que la propia noticia. Si antes dijimos que muchos *oneliner* se basan en lo cotidiano, otra de sus características es la de nutriste de la noticia del momento, muchas veces con una clara intención crítica. Son habituales los chistes sobre personajes políticos («Regalo colchón a Esperanza Aguirre, por si quiere dormir en la calle como tanto pobre caprichoso», José Luis Cuerda), actores, noticias («No he leído el artículo de *El Mundo*, porque, por bueno que sea, nunca alcanzará a lo sublime de su titular: “Urbi et orbe en Cornellá”», J. L. Cuerda), programas de televisión («Mujeres y hombres y VIH», Luis Álvaro), películas («Mi novio se ha presentado con un anillo y le he enviado a Mordor», Pilar de Francisco) y, en fin, cualquier tema novedoso. El referente se transforma así en algo inmediato, de rabiosa actualidad y, como consecuencia, el chiste tiene más efecto sobre el receptor.

Además, Twitter permite la publicación de imágenes y texto, lo que facilita la difusión de chistes breves ilustrados, en la línea del humor gráfico que revolucionó el panorama en Estados Unidos en la primera mitad del siglo XX. Nos referimos concretamente al estilo que popularizó la revista *The New Yorker*, y que estableció un nuevo patrón: la viñeta acompañada de una sola línea de texto. Su fundador, Harold Ross, buscaba un humor sofisticado que fuera más allá de los diálogos ilustrados habituales en otras publicaciones:

²¹ José Luis Cuerda. *Me noto muy cambiá*. Logroño: Pepitas de calabaza, 2016, pp. 7-8.

Basically magazine cartoons before Ross were merely illustrated dialogues with punchlines that carried the full freight of the comedy [...] In his drive for originality and distinction, Ross initiated a trend towards simplicity in dialogue, clarity in the speaker, and integrity in the relationship between pictures and text. This resulted in the development of the successful The New Yorker style one-line cartoon. All of the earlier humor magazines, European and American, had used the one-liner cartoon from time to time, but not with a systematic eye toward developing its full comic potential²².

Antes de Harold Ross las historietas de las viñetas eran diálogos ilustrados con *punchlines* que llevaban todo el peso humorístico; las ilustraciones con una sola línea de texto habían aparecido en algunas publicaciones, pero no de forma regular ni metódica. Él buscaba la concisión del texto y el total ensamblamiento entre la imagen y la frase. Ilustradores como Charles Adams, Peter Arno o George Price «contribuyeron a crear un nuevo estilo de humor más dinámico e ingenioso que crearía escuela, basado en un recurso hasta entonces poco o mal explotado: el “one-liner”, o viñeta acompañada de una única línea de texto»²³. Este tipo de humor gráfico se popularizó en nuestro país en los años setenta, a través de los periódicos y revistas, entre las que destacan *Hermano Lobo* y *Barrabás*. Artistas como Forges, Máximo, Peridis o El Roto, entre otros, han desarrollado su trabajo con gran éxito en la prensa diaria de nuestro país. La mayoría de estas ilustraciones tienen una intención crítica y satírica y tratan de temas actuales relacionados, sobre todo, con el mundo de la política y de la sociedad. La composición de imagen + línea de texto hace de estas viñetas un formato ideal para su publicación en la red y son un recurso muy utilizado por la mayoría de cómicos en Twitter. Luis Álvaro suele enfocarlos al humor negro; por ejemplo, en una de sus publicaciones vemos una imagen de Jesucristo en la cruz y un texto que dice «Hijo, una cosa es un piercing y otra que el piercing seas tú». En otra, bajo el texto «Solo apunto lo importante», aparece la fotografía de una agenda en la que puede leerse NO MATAR. Como vemos en estos ejemplos, la imagen y el texto no tendrían significado por separado, se necesitan para poder transmitir el mensaje humorístico. Son dependientes y deben complementarse a la perfección para causar impacto en el receptor.

²² M. Thomas Inge. «The New Yorker Cartoon and Modern Graphic Humor. *Studies in American Humor*. New Series 2, Vol. 3, No. 1, Special Issue: THE NEW YORKER From 1925 to 1950 (1984), pp. 61-73.

²³ «Maestros del humor macabro: Adams». *Cultura impopular* (2010). Disponible en <http://www.culturaimpopular.com/2010/01/maestros-del-humor-macabro-addams.html> (última consulta: 13 de junio de 2016).

POR UNA MIRADA, UN MUNDO

«No es un escritor, ni un pensador, es un *mirador*, la única facultad verdadera y aérea: Mira. Nada más»²⁴. Desde nuestro punto de vista, estas palabras de Ramón Gómez de la Serna pueden definir a la perfección al cómico *onliner*. La dificultad de estas construcciones reside, principalmente, en condensar el máximo potencial humorístico en el mínimo espacio. Para conseguirlo, no bastan los recursos retóricos o las ideas graciosas. El cómico en general, y el *onliner* en particular, mira de una forma especial. Es capaz de desautomatizar la realidad, de percibir de manera insólita lo que siempre ha estado ahí, de apresar la totalidad del universo en la mínima expresión. Es una mirada que desvela, pero que también duda y le lleva a plantearse cuestiones tan impredecibles como «¿Por qué los mayores construyen los columpios siempre encima de los charcos?» (Luis Piedrahíta) o «¿En qué año pensaba Jesús que estaba?» (George Carlin).

Esa forma de mirar disloca la realidad y tuerce la lógica. Es performativa y tiene una función desestabilizadora que convierte lo que damos por hecho, lo que aceptamos como normal, en solo una más de las infinitas posibilidades. Percibir lo que no se encuentra a simple vista, construir un mensaje breve pero absoluto y transmitirlo con eficacia: ese es el reto del *onliner*. Si, además de la risa, en el receptor se desencadena el pensamiento, el resultado es perfecto.

Quizá otra de las razones que contribuyen al éxito actual del *onliner* es que, a través de la ironía, podemos encontrar consuelo ante las cosas más horribles. El humor y la ironía resurgen siempre en épocas de crisis, en periodos oscuros -como el que vivimos actualmente en nuestro país-, porque permiten mencionar lo espantoso a través de desvíos estéticos. El *onliner* es una forma clara y directa de tratar las principales preocupaciones de nuestro tiempo.

Bergamín afirmaba que si un español pretendiera interpretar el inicio evangélico de San Juan: «en el principio era el Verbo», diría *en el principio era el disparate*. Y eso no sería descabellado, pues el disparate es poético y creador: con él «se inventa de nuevo la pólvora del pensamiento». Lo comparaba con una bala que sale directamente de la razón. Y eso es, en definitiva, un *onliner*: una bala concisa que, por muy extravagante que parezca, sale de la razón... y la hiere.

El chiste de una línea se popularizó en Estados Unidos, pero lo cierto es que en nuestra cultura tenemos una gran tradición en el cultivo de lo bre-

²⁴ Ramón Gómez de la Serna. *Obras Completas I. Escritos de juventud (1905-1913)*. Ioana Zlo-tescu [Ed.]. Barcelona: Galaxia Gutenberg-Círculo de Lectores, 1996, p. 905.

ve, sobre todo a partir de las vanguardias que, además, vincularon lo breve a lo humorístico. Muchas construcciones aforísticas de principios del siglo XX funcionan como *oneliners*: chistes de una línea contruidos en dos partes, la premisa y el remate, que parten, o bien de lo cotidiano, o bien de lo imprevisible, y que concentran el humor en la parte final provocando en el receptor la sorpresa y la risa. Debido a su extrema brevedad, el *oneliner* debe tener un lenguaje tan depurado y conciso que, incluso, pueda llevar toda la carga humorística. Sí, además, el texto activa el pensamiento del receptor, el efecto del chiste es completo. En definitiva, el *oneliner* es el humor en una línea que resulta de una mirada dislocada, un pensamiento acrobático y un lenguaje certero.