



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Grau de Filologia Hispànica

Treball de Fi de Grau

Curs 2023-2024

**EN SU CABEZA ERA ESPECTACULAR: MECANISMOS
MULTIMODALES DEL HUMOR VERBAL EN LOS VÍDEOS DE
*PANTOMIMA FULL***

NOM DE L'ESTUDIANT: Aroha Llanos Fernández

NOM DEL TUTOR: Mar Garachana Camarero



Barcelona, 16 de juny de 2024



Declaració d'autoria

Amb aquest escrit declaro que soc l'autor/autora original d'aquest treball i que no he emprat per a la seva elaboració cap altra font, incloses fonts d'Internet i altres mitjans electrònics, a part de les indicades. En el treball he assenyalat com a tals totes les citacions, literals o de contingut, que procedeixen d'altres obres. Tinc coneixement que d'altra manera, i segons el que s'indica a l'article 18 del capítol 5 de les Normes reguladores de l'avaluació i de la qualificació dels aprenentatges de la UB, l'avaluació comporta la qualificació de "Suspens".

Barcelona, a 28, Maig, 2024

Signatura:



RESUMEN

Este trabajo analiza los mecanismos a través de los cuales se produce el humor en Internet. Utilizando la Teoría General del Humor Verbal (TGHV) propuesta por Attardo y Raskin (1991), se examina la naturaleza multimodal del humor en los vídeos del dúo cómico *Pantomima full*. Se explora cómo elementos como el diálogo, los rótulos y los elementos gráficos interactúan para crear humor. El estudio aborda cómo se aplica la TGHV al humor moderno en Internet y la influencia del meme en la creación del humor. Se identifican, además, cómo funciona la oposición de guiones, los mecanismos lógicos para resolver incongruencias y cómo se integran los elementos multimodales, textuales y visuales para provocar el giro cómico.

Palabras clave: Humor, Teoría General del Humor Verbal, Multimodalidad, Oposición de Guiones, Memes.

ABSTRACT

This work analyzes the mechanisms through which humor is produced on the Internet. Using the General Theory of Verbal Humor (GTVH) proposed by Attardo and Raskin (1991), it examines the multimodal nature of humor in the videos of the comedic duo *Pantomima full*. The study explores how elements such as dialogue, captions, and graphic elements interact to create humor. It addresses how the GTVH applies to modern internet humor and the influence of memes on humor creation. Additionally, it identifies how script opposition functions, the logical mechanisms for resolving incongruities, and how multimodal, textual, and visual elements are integrated to provoke the comedic twist.

Keywords: Humor, General Theory of Verbal Humor, Multimodality, Script Opposition, Memes.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. MARCO TEÓRICO.....	3
2.1 La lingüística cognitiva.....	3
2.2 La Teoría General del Humor Verbal (TGHV).....	4
1.2.1 Críticas a la TGHV.....	5
1.2.2 Revisión de la TGHV.....	6
2.3 La oposición de guiones.....	7
2.4 Teoría de la Relevancia y el humor.....	7
2.5 Aproximación al género textual humorístico: la parodia.....	8
2.6 Enfoque multimodal del humor.....	8
3. INTRODUCCIÓN A PANTOMIMA FULL Y METODOLOGÍA DE TRABAJO.....	9
3.1 Sobre Pantomima full.....	9
3.2 Corpus: criterio de elaboración.....	16
3.3 Transcripción del corpus.....	17
3.4 Código Ético.....	17
3.5 Metodología de Análisis.....	17
4. DISCUSIÓN DE LOS DATOS.....	18
4.1 TGHV y Pantomima full.....	18
4.2 Tratamiento como sketch y como parodia.....	22
4.3 Relaciones entre diálogo y rótulo.....	23
4.4 Los rótulos.....	23
4.4.1 Clasificación de los indicadores humorísticos.....	23
4.4.1.1 Figuras retóricas.....	24
4.4.1.2 Juegos de palabras.....	25
4.4.1.3 Referencias culturales con juegos de palabras.....	26
4.4.1.4 Construcciones afijales.....	26
4.4.2 Multimodalidad de los rótulos.....	27
4.4.2.1 Cambios tipográficos.....	28

4.4.2.2 Aumento de la tipografía.....	28
4.4.2.3 Emojis.....	29
4.4.2.4 Metalenguaje y metanarración.....	30
5. CONCLUSIÓN.....	31
6. BIBLIOGRAFÍA.....	32
7. ANEXO: TRANSCRIPCIÓN.....	36

1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de este trabajo es identificar los elementos gráficos y textuales que conforman los *rótulos* de *Pantomima full* y analizar cómo estos elementos contribuyen a la producción del humor. A partir de la Teoría General del Humor Verbal (TGHV) de Attardo y Raskin (1991) analizaremos de qué manera sus hipótesis pueden ser aplicadas a la hora de entender el humor multimodal de los vídeos de *Pantomima full*, qué influencia tienen los memes en la creación de su humor y cómo se descontextualizan y reutilizan sus característicos *rótulos* para generar otros textos humorísticos ajenos al original.

Este trabajo consta de cuatro apartados, además de esta introducción: en el *marco teórico* veremos el humor desde una perspectiva teórica, a continuación presentaremos al dúo cómico *Pantomima full* e introduciremos qué tipo de contenido humorístico realizan en Internet; en tercer lugar aplicaremos las teorías del humor a varios ejemplos y, finalmente, en la *conclusión* resumiremos las principales ideas clave de este trabajo. Adicionalmente, el lector puede encontrar al final de este trabajo un *anexo* con la transcripción de los vídeos utilizados para este estudio.

2. MARCO TEÓRICO

Para comprender en su totalidad el humor de *Pantomima full*, haremos un breve repaso al humor desde una perspectiva teórica. Desde un enfoque basado en la lingüística cognitiva, explicaremos en qué consiste la *Teoría General del Humor Verbal (TGHV)*, las principales críticas que ha recibido y sus revisiones más recientes. Además, también se mencionarán otras teorías relacionadas con el humor y, por último, presentaremos la parodia como género humorístico y una breve aproximación al humor multimodal.

2.1 La lingüística cognitiva

El cognitivismo, frente al generativismo, argumenta que el lenguaje se basa en experiencias y percepciones corporales. Esta perspectiva ofrece nuevas vías en el estudio del significado y la gramaticalización. La obra *Women, fire, and dangerous things* (Lakoff, 1987) establece que la razón es abstracta y tiene una base corporal, lo que permite incorporar aspectos imaginativos

como, por ejemplo, la metáfora y la metonimia al estudio del significado. Esto lleva a la lingüística general a relacionarse con disciplinas como la psicología y a alejarse respecto a la visión matemática y lógica del conocimiento humano, lo que ha permitido abrir nuevas líneas de investigación muy dispares, entre ellas el estudio lingüístico del humor.

2.2 *La Teoría General del Humor Verbal (TGHV)*

La Teoría General del Humor Verbal (TGHV), según Attardo y Raskin (1991), se centra en el estudio del humor en los medios de comunicación, y tiene como propósito determinar qué constituye un texto humorístico. Esta teoría identifica varios elementos clave en la construcción del humor y los aplica de forma jerárquica. En primer lugar, la oposición de guiones, es decir cuando el texto humorístico juega con las expectativas del oyente al establecer una premisa e inmediatamente después subvertirla. En segundo lugar, la teoría también contempla el mecanismo lógico de resolución de incongruencias, es decir, cómo el oyente interpreta información contradictoria o inesperada para que esta tenga sentido. Por último, la TGHV contempla los elementos característicos de la situación, la meta a la que va dirigida la burla, las estrategias narrativas y el lenguaje utilizado en el texto. Todos estos elementos, conocidos como los *recursos de conocimiento* determinan que un texto es humorístico.

Se ha observado, mediante *los recursos de conocimiento* expuestos, que el humor puede ser efectivo tanto en textos cortos como en textos largos. En el caso de los textos largos, la teoría plantea cuatro asunciones fundamentales. En primer lugar, el texto humorístico se concibe como un vector entre el lector y el humor. En segundo lugar, se hace una distinción entre los “ganchos” (*jab lines*) y los “remates” (*punch lines*) en la distribución de elementos humorísticos, donde los ganchos pueden ubicarse en cualquier parte del texto mientras que los remates suelen constituir el cierre. En tercer lugar, se analiza la distribución de los elementos humorísticos a lo largo del texto. Por último, se exploran diferentes tramas humorísticas, que pueden incluir desde chistes con remate hasta complicaciones de la historia humorística, pasando por interrupciones metanarrativas. Sin embargo, la sistematización lógica de estos elementos en textos largos presenta dificultades, lo que sugiere la complejidad inherente al análisis del humor en este formato.

Attardo, Hempleman y Di Maio (2002) expandieron la Teoría General del Humor Verbal al examinar los mecanismos de las relaciones sintagmáticas, como el quiasmo, el paralelismo y la yuxtaposición, así como los diferentes tipos de razonamientos humorísticos, tales como analogías, exageraciones y falsas premisas. La revisión y reestructuración de estos mecanismos de Aliaga (2022) defiende que el mecanismo lógico ayuda al oyente a detectar el humor al resolver la incongruencia presentada por el hablante, es decir, también actúa como un indicador lingüístico del humor.

Por otra parte, según Attardo (2001), existen dos enfoques principales para comprender el humor. En primer lugar, se considera el humor como una competencia, que implica la capacidad de los hablantes para comprender el humor tanto a nivel semántico como pragmático, y para distinguirlo de otras formas similares, como la ironía. En segundo lugar, el humor se contempla como una actuación, donde se exploran los aspectos sociales del uso del humor, incluyendo el contexto del grupo social y las consideraciones de cortesía, así como las reacciones que provoca, como la risa. Estos enfoques ofrecen una comprensión más completa de cómo se utiliza y se percibe el humor en diferentes contextos sociales y lingüísticos.

1.2.1 Críticas a la TGHV

La Teoría General del Humor Verbal ha sido objeto de críticas desde varias perspectivas teóricas. Desde el enfoque de la lingüística cognitiva, se argumenta que el éxito del humor depende de varios factores, como el conocimiento enciclopédico compartido entre el emisor y el receptor, la selección cognitiva del significado relevante por parte del oyente, la conexión con el texto previo junto con la violación de las expectativas y la explotación de categorías prototípicas (Brône et al., 2015). Por otro lado, Ritchie (2004) ha señalado que los elementos identificados en la Teoría General del Humor Verbal, como la situación, la meta, las estrategias narrativas y el lenguaje, no son exclusivos del humor y pueden encontrarse en otros tipos de comunicación.

Además, algunas críticas provienen de la teoría de la relevancia, que cuestiona la propuesta de incongruencia-resolución como base del humor. Curcó (1996) argumenta que la percepción de incongruencia por sí misma no garantiza la generación de humor. Torres Sánchez (1999) sugiere que el oyente ante el humor genera una premisa implicada que contradice algo ya expresado, mientras que Yus (1995) propone que el humor se basa en un

proceso en el que el oyente realiza una interpretación conforme a la teoría de la relevancia, pero luego esta interpretación es invalidada por una más cercana a la intención real del hablante. Según Yus, además, el humorista debe anticipar estas operaciones de búsqueda de relevancia por parte del receptor o espectador.

Estas críticas ponen de manifiesto la complejidad y la diversidad de enfoques teóricos necesarios para comprender completamente el fenómeno del humor verbal y sugieren que la Teoría General del Humor Verbal puede no ser suficiente por sí sola para explicar todos sus aspectos.

1.2.2 Revisión de la TGHV

La revisión de la Teoría General del Humor Verbal realizada por Ruiz (2012) añade nuevos recursos de conocimiento a los ya expuestos. En primer lugar, en relación con las estrategias narrativas, destaca la importancia del género o tipo de secuencia textual principal. El registro lingüístico sitúa el texto en una determinada situación comunicativa, y el humor puede modificar un género serio, aunque este mantendrá sus características textuales básicas. En cuanto al tipo de texto, se subraya la necesidad de que este incluya una secuencia narrativa o una sucesión de acontecimientos para facilitar la generación de humor. Los rasgos de registro también son relevantes, ya que se relacionan con la situación comunicativa y permiten vincular las estrategias narrativas con dicha situación.

En el ámbito del lenguaje, se establece que las elecciones que realiza el hablante al generar el texto humorístico son conscientes y se adaptan a su propósito de divertir al receptor. Aunque es posible generar humor sin esta intención consciente en la conversación cotidiana, el humorista realizará elecciones lingüísticas y paralingüísticas que faciliten el proceso de inferencia. Estas elecciones están relacionadas nuevamente con el registro y el género del texto humorístico.

Por último, en cuanto a los procesos inferenciales, se señala que el texto humorístico viola el principio de informatividad propuesto por Levinson (2000), ya que multiplica sus referencias mediante mecanismos semánticos como la polisemia, la homonimia, la ambigüedad o la sinonimia. Además, el humor también infringe los principios de Manera y Cantidad. Esta

ampliación de la Teoría General del Humor Verbal proporciona una comprensión más completa de los mecanismos subyacentes al humor verbal y su relación con el contexto comunicativo y lingüístico.

2.3 La oposición de guiones

La *oposición de guiones*, uno de los recursos para el humor de la TGHV es también una teoría formulada por Raskin (1985). La teoría entiende que el léxico utilizado en una situación invoca la entrada de un guion en concreto y que la comprensión del oyente dependerá del conocimiento que tenga de ese guion. En una situación humorística, se produce una superposición parcial o completa de dos guiones diferentes, por ello la oposición de guiones es uno de los elementos más importantes en los recursos que presenta la TGHV. Sin embargo, Ruíz (2012) señala que la oposición de guiones puede resultar una teoría demasiado encorsetada, ya que considera que la activación de uno o más guiones se puede dar simultáneamente sin que uno se oponga o niegue al anterior. En la misma línea, Padilla y Gironzetti (2010) hablan de un espacio compartido en un mismo espacio discursivo donde se desarrollan estos guiones y donde se forma una zona conceptual intermedia entre emisor y receptor donde se desarrolla el humor.

2.4 Teoría de la Relevancia y el humor

La Teoría de la Relevancia supone, en un contexto humorístico, que el hablante asume un alto coste cognitivo para lograr alcanzar la relevancia óptima. Este enfoque sugiere que el humor no solo tiene una dimensión semántica, sino también pragmática, y se genera a través de una zona conceptual intermedia que da lugar a estructuras emergentes que sustituyen, de manera similar a una relación metonímica, la figura frente al fondo (Ruiz, 2012).

Sin embargo, la revisión de la Teoría de la Relevancia que propone Ruiz (2012) plantea críticas al modelo de oposición de guiones, argumentando que es excesivamente rígido. Se defiende que, tras el remate o *punchline*, el oyente debe resolver la incongruencia con base en dos guiones que se han activado simultáneamente. La rigidez de la oposición de guiones no permite un espacio de mezcla donde los guiones puedan alternarse, sino que se requiere la sustitución de uno por otro, lo que hace que el proceso inferencial sea bastante costoso.

Por otro lado, Padilla y Gironcetti (2010) señalan que en el humor que emplea la multimodalidad, los guiones conviven en el mismo espacio discursivo. Esta observación sugiere que el modelo de oposición de guiones puede no ser aplicable de manera universal, ya que el humor puede manifestarse de diversas formas y adaptarse a diferentes contextos comunicativos.

2.5 Aproximación al género textual humorístico: la parodia

La parodia es una forma de imitación humorística que se burla o caricaturiza una obra, estilo, género, o persona conocida. Se basa en la recreación exagerada o distorsionada de elementos reconocibles del objeto parodiado con el fin de generar humor.

Rossen-knill y Henry (1997) conceptualizan la parodia verbal como un acto de habla, siguiendo los términos propuestos por Searle (1994). Identifican cuatro rasgos que caracterizan este tipo de discurso. En primer lugar, los hablantes representan el objeto de la parodia, también conocido como el blanco de la burla. En segundo lugar, ocurre el alarde de la presentación verbal, donde el hablante intenta hacer que el oyente recuerde el acto que se está parodiando. En tercer lugar, en el acto crítico, los hablantes bromean o muestran desprecio hacia el objeto de la parodia. Por último, el acto cómico, en el que el hablante restringe el lenguaje utilizado para producir la parodia, lo que implica un cierto grado de manipulación.

Ruiz (2012) señala que la parodia se fundamenta en la intertextualidad, al enfrentar un texto original con el texto construido como parodia. En este proceso, es importante considerar el lenguaje utilizado, el destinatario de la burla, los procedimientos empleados y cómo se produce la burla. Además, destaca que el blanco de la burla es uno de los aspectos más importantes de la TGHV.

2.6 Enfoque multimodal del humor

El humor multimodal, del que será objeto el presente estudio, se refiere a aquellas formas de humor que no se limitan únicamente al texto escrito, sino que involucran múltiples modalidades de expresión, como imágenes, vídeos, sonido o gestos. La combinación de estos

modos de comunicación genera efectos cómicos o amplifica el humor verbal del texto original.

En este punto se ha de remitir al lector al estudio del humor multimodal de Twitter elaborado por Simarro Vázquez (2020) en el que a través del estudio de 200 *tweets* humorísticos en español establece tres modalidades: la combinación de imagen y texto con diálogos simulados, *tweets* que presentan titulares ficticios que distorsionan la realidad de la imagen, y, por último, aquellos que incluyen descripciones ficticias basadas en la analogía. El estudio destaca que los *tweets* representan un género textual especial que guarda similitudes con las viñetas cómicas y los memes, pero con peculiaridades que los diferencian y los definen como un grupo específico de textos multimodales.

3. INTRODUCCIÓN A PANTOMIMA FULL Y METODOLOGÍA DE TRABAJO

3.1 Sobre *Pantomima full*

Pantomima full es un dúo cómico formado por Roberto Bodegas y Alberto Casado. Con el objetivo de dar a conocer un espectáculo que iban a estrenar en teatros, abrieron un canal de *YouTube* para realizar vídeos promocionales que alcanzaron gran éxito. Actualmente, compaginan los escenarios con la publicación periódica de *sketches* o escenas breves en su canal de *YouTube* y redes sociales. En el momento de redacción de este trabajo, su canal de *YouTube* tiene 230 vídeos, más de 487 000 suscriptores y un total de 291 155 240 visualizaciones¹.

La mayor parte de los *sketches* publicados tienen una misma estructura que se replica sistemáticamente. El dúo cómico simula un reportaje o entrevista con una persona y, entre sus respuestas intercala *rótulos*, una breve frase de carácter sentencioso que se burla del personaje que aparece en el reportaje. Son, precisamente, estos *rótulos* el elemento más característico de sus vídeos. En este trabajo, nos referiremos a las respuestas que da el personaje de cada *sketch* como *diálogo* y nos referiremos a la frase intercalada como *rótulo*.

¹ Consultado el 6 de mayo, 2024 en <https://www.youtube.com/@PantomimaFull>



Imagen 1: ejemplo de rótulo en “IR A ANDAR”

Según Bodegas (2021) en una conferencia celebrada en la Universidad Autónoma de Madrid, la estructura argumental de sus vídeos está pensada para parodiar un reportaje o entrevista ficticia que sale mal porque el editor la sabotea al mostrar a través de los *rótulos*, a modo de titular, motivos para ridiculizarlo. Estas entrevistas ficticias las protagonizan los propios humoristas u otros actores ligados al mundo del humor. En ellas interpretan a personajes ficticios que representan estereotipos y actitudes cotidianas, en lo que ellos mismos como un tipo de humor *neocostumbrista*. En el ejemplo de la *imagen 1*, vemos un fotograma del vídeo *IR A ANDAR* que protagoniza un personaje obsesionado con dar el mayor número de pasos cada día y registrarlos en su pulsera de actividad como un logro deportivo. El editor ficticio de la entrevista utiliza el rótulo *POSSIBLE IS EVERYTHING*, una referencia al lema publicitario *Impossible is nothing* de la marca Adidas. Con este juego de palabras, se ridiculiza al protagonista al expresar la idea de que caminar un número determinado de pasos no puede considerarse un deporte competitivo.

Finalmente, y tal y como comenta el dúo cómico en esta conferencia, uno de los objetivos de estos *sketches* era llegar al máximo número posible de usuarios, ya que en un inicio los vídeos eran un contenido promocional para su espectáculo. Para cumplir este objetivo, era esencial que cada *sketch* fuera corto y tuviera un formato que hiciese posible, por un lado, que el vídeo se pudiera consumir en redes sociales y, por otro, que los usuarios pudieran compartirlo entre sus contactos y en sus redes sociales fácilmente. Como resultado, la mayor parte de los vídeos tienen una duración aproximada de dos minutos y contienen subtítulos para facilitar su visionado sin audio.

Este último aspecto es crucial para el resultado final de los vídeos, ya que la obra audiovisual resultante le confiere una gran importancia al texto escrito. Esto, aparentemente contradictorio en un soporte como es el vídeo en el que prima más la imagen, confiere a los *sketches* un aspecto más similar al de un *meme* o caricatura gráfica, pues aunque se trate de un vídeo el humor se configura a través de imágenes que buscan ser estáticas y que sirven como acompañamiento del *diálogo* pero, sobre todo, del *rótulo*.



Imagen 2: ejemplo de un diálogo y rótulo del sketch “SAN VALENTÍN”²

En el sketch ejemplificado en la *imagen 2* el protagonista explica para un reportaje sobre San Valentín cómo va a sorprender a su pareja llenando una cama de pétalos. El rótulo, en respuesta, sentencia con el titular *EN SU CABEZA ERA ESPECTACULAR* que es una buena

² Consultado el 20 de mayo, 2024 en <https://www.youtube.com/watch?v=BiHTRS5sjLc>

idea sobre el papel que no cumplirá las expectativas en la realidad. En los siguientes ejemplos encontramos varias capturas de la red social X de un medio de comunicación en los que utilizan el rótulo del ejemplo anterior en un contexto totalmente diferente pero con la idea de expresar que una expectativa que no se cumple.



Imagen 3: publicación en twitter³

³ Consultado el 20 de mayo, 2024 en <https://twitter.com/BenitoOlmo/status/1787959152838590510>



Imagen 4: uso publicitario⁴

⁴ Consultado el 20 de mayo, 2024 en <https://twitter.com/yoigo/status/1403010213406445569>

“En su cabeza era espectacular”: críticas a un vídeo del Sporting de Gijón por el 8M

La campaña de homenaje a las mujeres estaba protagonizada por una chica que limpia de rodillas el campo de fútbol; ahora el vídeo ha sido editado y el responsable ha pedido disculpas

— “¿Pero qué más queréis?": seis historias para hablar del machismo que queda a pesar de los avances



Imagen 5: medio de comunicación⁵

En el siguiente ejemplo, el rótulo *PASEÍN BOLT* del *sketch IR A ANDAR*, inspira a usuarios anónimos de *X* a compartir capturas de sus estadísticas de pasos. El rótulo hace un juego de palabras entre *parsear* y el nombre del atleta y campeón en 100 metros lisos *Usain Bolt*.

⁵ Consultado el 20 de mayo, 2024 en https://www.eldiario.es/rastreador/cabeza-espectacular-criticas-video-sporting-gijon-8m_132_10992467.html



Imagen 6: rótulo PASEÍN BOLT



Imagen 7: usuario en X comparte sus estadísticas de pasos⁶

⁶ Consultado el 27 de mayo, 2024 en <https://x.com/callaquenoveo/status/1546387557767938048>

3.2 Corpus: criterio de elaboración

Dada la extensión y características de este trabajo, se ha realizado una selección de veinte piezas de vídeo de entre los más de 230 vídeos publicados hasta la fecha. Se han planteado dos modos diferentes de concretar la muestra final seleccionada. En un inicio, se planteó elegir entre los 20 vídeos con más visualizaciones. La idea finalmente se desechó porque las visualizaciones no explicaban, por sí solas, la popularidad de cada vídeo: aquellos que resultaban ser los más vistos tendían a ser los vídeos que llevaban más tiempo publicados, lo que dejaba las publicaciones más recientes fuera de la muestra. Finalmente, se ha optado por una muestra de veinte vídeos sobre las temáticas más parodiadas por los autores: cinco vídeos que parodian profesiones, cinco vídeos que parodian actividades o aficiones, cinco vídeos que parodian actitudes o tipos de personas y, finalmente, cinco vídeos que parodian la vivencia de la pandemia por Covid-19. Esta selección vinculada a una taxonomía por temáticas permite ver la vertiente humorística sobre una muestra más homogénea y representativa.

Profesiones	Actividades	Actitudes	Covid-19
Consultor	Ir a andar	Conformista	Confinado truquitos
Periodista	Paranormal	Llegar tarde	Confinado intenso
Adicto al trabajo	Picante	Audios	Confinado indignado
Coach de ligar	San valentín:	Divorciado	Confinado animador
Startup - ceo	Despedida de soltero	Resentido	Confinado hartos

Tabla 1: clasificación por temáticas de la muestra

Otros vídeos se han desechado de la muestra final por ser vídeos patrocinados o vídeos que no siguen la estructura *diálogo/rótulo* que plantea este trabajo. Sin embargo, y aunque no ha formado parte de este trabajo, consideramos interesante para comprender la relevancia de los *rótulos* la visualización del vídeo *Hecho a mano* que parodia la elaboración de *rótulos* como si fuera un trabajo artesanal⁷

⁷ El vídeo puede visualizarse en <https://www.youtube.com/watch?v=g9jOZBUFZZ0>. Consultado el 27 de mayo, 2024.

3.3 Transcripción del corpus

Con tal de analizar la muestra, se ha optado por realizar una transcripción ancha del contenido de los vídeos, es decir, sólo se ha trasladado el contenido de los diálogos y de los rótulos sin otras informaciones como los silencios, la prosodia u otros elementos extralingüísticos más allá del texto que aparece en los vídeos. La transcripción se ha realizado con el programa de transcripción basado en inteligencia artificial *Mac whisper*.

3.4 Código Ético

El artículo 17 de la llamada «directiva copyright» de la Unión Europea sugiere que el uso de vídeos de YouTube podría estar justificado bajo el derecho de cita para fines académicos, siempre y cuando se cumplan ciertas condiciones establecidas por la ley de propiedad intelectual, como que el uso tenga fines educativos, críticos, de reseña o de investigación, y no infrinja los derechos de autor (Sáez Álvarez, 2021).

El artículo 32.3-5 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, por su parte, reconoce el uso de tecnologías de la información y comunicación (TIC), como YouTube o redes sociales para fines educativos o de investigación en el ámbito académico. La Ley, a través del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril establece que el personal de Universidades y Organismos Públicos de investigación no necesitará autorización del autor o editor para realizar actos de reproducción, distribución y comunicación pública de pequeños fragmentos de obras y de obras aisladas de carácter plástico o fotográfico figurativo para la ilustración de sus actividades educativas o con fines de investigación científica, siempre que no concurra una finalidad comercial. Esta legislación es de ámbito nacional y tiene preeminencia sobre normativas de rango inferior.

3.5 Metodología de Análisis

En primer lugar, se analizará si los *sketches* elegidos para este trabajo cumplen con las principales ideas de la *Teoría General del Humor Verbal* y porque se ha de considerar un texto humorístico a través de uno de ellos. Una vez analizado el cuerpo de un *sketch* característico de *Pantomima full* y la relación entre *diálogos* y *rótulos*, se ejemplificarán algunos *rótulos*, con el objetivo de identificarlos como indicadores del humor y determinar su implicación en el humor y en la multimodalidad.

4. DISCUSIÓN DE LOS DATOS

4.1 TGHV y Pantomima full

En primer lugar, todos los recursos de conocimientos indicados por Attardo y Raskin (1991) se cumplen en todos los vídeos analizados. Con el siguiente ejemplo del vídeo *adicto al trabajo*, veremos punto por punto cómo se desarrolla la TGHV dentro de la mecánica *diálogo/rótulo* que establece *Pantomima full*:

Diálogo	Rótulo
Para mí, trabajar no es un esfuerzo porque tengo la suerte de que me apasiona, me apasiona lo que hago.	PASIÓN DE ALBARANES
Me dicen, es que eres un <i>workaholic</i> , pues mira, sí, ni que fuera algo malo disfrutar de tu trabajo.	HOY ES LURNES: ¡HOY SE CURRA!
Hacer horas extra, usamos las horas que haga falta. Si tenemos que sacar el curro, sacamos el curro.	EVITA A SU FAMILIA
Si me tocase la lotería seguiría trabajando, es que de verdad que yo no podría vivir sin trabajar.	PÁNICO A TENER VIDA
De hecho, yo en vacaciones, me aburro, por eso me cojo días sueltos de vez en cuando porque yo no puedo estar un mes seguido haciendo el vago, nada, algo.	ESTRÉS POR RELAX

Llevo dos móviles, el mío y el del curro. Y el del curro no se apaga nunca, porque, si surge algo, hay que estar ahí.	SU TALENTO ES: CONTESTA SIEMPRE
Las nueve y media, y he estado tan liado que ni me enterado	VACÍO
Aquí llegan las siete y ya está todo el mundo con el abrigo puesto. Dices joder	

Tabla 2: transcripción de Adicto al trabajo

1. Oposición de guiones

El primero y el más importante de los recursos de conocimiento de la TGHV determina que dos guiones diferentes han de oponerse entre sí. El sketch enfrenta dos guiones diferentes: por un lado, el representado por el personaje del diálogo, que expresa la idea de EL TRABAJO COMO PASIÓN/ADICCIÓN y, por otro lado, los rótulos que expresan la idea de EL TRABAJO COMO OBLIGACIÓN. Por tanto, el choque entre los dos guiones expresa la idea de que ADICCIÓN Y OBLIGACIÓN son dos conceptos no compatibles, es decir, no se puede ser adicto a una actividad que realizamos por obligación. Los rótulos, en particular, también presentan a menudo una oposición de guiones en sí mismos: en los ejemplos *EVITA A SU FAMILIA* y *PÁNICO A TENER VIDA* se opone la idea de dos elementos que activan una lectura positiva (la familia y el tiempo libre) con la idea del rechazo y el miedo a ellos.

2. Mecanismo lógico de resolución de incongruencias

Este es el mecanismo que provoca que la oposición de los guiones resulte divertida para el oyente o espectador. Estos pueden estar basados en relaciones sintagmáticas, como la yuxtaposición o los paralelismos o los basados en razonamientos, tales como las analogías o

falsas premisas. Estos mecanismos producen una incongruencia en el receptor, ya que el significado del mensaje no es el esperado según el guión activado. Siguiendo con el ejemplo de la escena mostrada, en el rótulo *SU MAYOR TALENTO: CONTESTA SIEMPRE* produce esta incongruencia en el espectador, ya que estar siempre disponible al teléfono no puede considerarse un talento, o, incluso, si se considera como tal, este no debería ser el rasgo por el que más se valora a un trabajador (de un buen trabajador se esperan otras aptitudes) y, por tanto, se denota que el personaje realmente no posee ningún talento destacable.

3. Situación

La situación tiene importancia en el contexto humorístico, ya que determina si el espectador puede reír o tomarse la situación con humor. Como determina Attardo (2001) el humor es una competencia tanto lingüística como pragmática, y, por tanto, el hablante tiene la capacidad tanto de detectar el humor como de diferenciarlo de otras formas similares y que no son exclusivas de este ámbito, como la ironía. Esto es importante porque según esta idea, el hablante no solo detecta el texto humorístico, sino que comprende si es adecuado o no reírse de ese texto. Este proceso ocurre porque los vídeos se perciben como humorísticos en una situación donde el humor es pertinente. Hay tres factores que permiten esta pertinencia: en primer lugar, que el espectador detecta que está ante un vídeo de ficción y, además, que es un vídeo paródico que trata de estereotipos fácilmente reconocibles. En segundo lugar, este humor basado en estereotipos está por lo general socialmente aceptado, ya que reduce al absurdo situaciones que tratan de describir a un colectivo de personas que se identifican con un rasgo o un conjunto de ellos, aunque sepamos que en la realidad los estereotipos no tienen porqué cumplirse. En último lugar, el hecho de que *Pantomima full* difunda sus vídeos a través de *YouTube* y redes sociales propicia que el espectador perciba el texto como humorístico, pues en estos medios digitales orientados al ocio es habitual encontrar contenido humorístico. En el *sketch* que estamos utilizando a modo de ejemplo, el espectador interpreta que *el adicto al trabajo* es un personaje ficticio, interpretado por Alberto Casado y que todo lo que transcurre en el vídeo está guionizado y planificado.

4. Meta

La meta se encarga de determinar el propósito humorístico del texto. En el caso de los vídeos de *Pantomima full* siempre hay un *blanco de la burla*, que es el personaje que está representando el oficio, la afición o actitud que se pretende parodiar. En el ejemplo que estamos analizando, la meta es burlarse y poner en evidencia a las personas que trabajan

demasiado. Los *rótulos*, además, actúan como un elemento que enfatiza la burla, ya que se postula como la voz del espectador y se atreve a decir lo que esté posiblemente esté pensando y no se atreva normalmente a expresar públicamente, por pudor, cortesía o educación. En el ejemplo, cuando el personaje reconoce que ha estado muy ocupado trabajando y no se ha dado cuenta de que es tarde, el *rótulo* sentencia: *VACÍO*. Es probable que el espectador también piense que trabajar demasiado y anteponerlo ante el ocio es algo que lleva a una vida carente de significado.

5. Estrategia narrativa

La estrategia narrativa pone de manifiesto que el texto humorístico necesita explicar una historia para contextualizar el humor. En el ejemplo que nos ocupa, la situación del *sketch* ocurre durante la grabación de un reportaje a una persona que le apasiona trabajar. El espectador lo detecta porque el personaje siempre habla a cámara, como si estuviera contestando una pregunta o se le hubiera pedido una explicación. Además, del *sketch* está parodiando un reportaje, ya que entre las declaraciones del personaje se intercalan *rótulos* a modo de titular con comentarios jocosos que no tendrían cabida en un reportaje periodístico real. Tal y como propone Ruiz (2012) el texto humorístico puede imitar o parodiar un tipo de texto no catalogado como humorístico y es precisamente esto lo que ocurre con toda la narrativa de *Pantomima full*.

6. Lenguaje

El último recurso del conocimiento, el lenguaje, se sitúa al final de la jerarquía de recursos de conocimiento propuesta por la TGHV. Ante un acto humorístico planificado, esto es cuando no se produce de manera espontánea, hay una elección consciente del lenguaje utilizado en el humor. Esto tiene implicaciones en el registro utilizado por el humorista, que puede ser coloquial, vulgar o incluso formal si lo que plantea es una parodia. Además, tal y como indican Rosen-knill y Henry (1994), la parodia supone una restricción del lenguaje utilizado para asemejarse al que utilizaría el *blanco de la burla*. Esto tiene implicaciones tanto en las elecciones semánticas que realiza el cómico como en las gramaticales. Por ejemplo, en *HOY ES LURNES*, *HOY SE TRABAJA* el *rótulo* muestra la palabra inventada *lurnes* porque recuerda mucho a *juernes*, una expresión coloquial que suele emplearse para designar un jueves previo a un viernes no laborable. Aquí la expresión *lurnes* está invirtiendo el significado de este juego de palabras que fusiona las palabras *jueves* y *viernes*, ya que no celebra el fin de la semana laboral ante un día no laborable, sino que celebra el inicio de la

semana laboral, que característicamente se suele dar en lunes. Esto actúa como un indicador del humor en los términos empleados por Aliaga (2022), ya que hay un mecanismo lógico utilizado por el espectador para resolver la incongruencia que crea la palabra ficticia *lurnes*.

Mediante el análisis de estos recursos del conocimiento, podemos determinar lo siguiente:

- Las *oposición de guiones y la resolución de la incongruencia* son elementos esenciales para el humor y están presentes en la obra de *Pantomima full*.
- La estrategia narrativa, meta y situación son importantes en un segundo nivel e intervienen a través de la parodia en la generación del humor. Se encargan de garantizar las circunstancias idóneas para que el espectador detecte el humor y reconozca si es pertinente o no interpretar el contenido como humorístico.
- El lenguaje, último recurso de la jerarquía que propone la TGHV, parece el recurso más accesorios de todos, pero toma una especial importancia en la generación de los *rótulos* y tiene importantes implicaciones en la óptima construcción del blanco de la burla. ¿Realmente se considera el recurso menos importante?

4.2 Tratamiento como *sketch* y como *parodia*

El principal género audiovisual que utiliza el dúo cómico *Pantomima full* es la parodia en forma de *sketch*. Se trata de un género humorístico, muy cercano a la sátira, en el que hay un blanco de la burla, que puede ser tanto como un personaje como una situación que se pretende parodiar a través de la imitación. En la parodia, coexisten dos textos que se alimentan recíprocamente (Charaudeau, 2006). Esto activa una disonancia entre el dominio original (el objeto parodiado) y el dialéctico (la parodia en sí misma), para crear un marco pragmático de interpretación (Ruiz, 2012).

Es difícil clasificar la obra de *Pantomima full* dentro de un género y formato audiovisual, ya que tanto en cuanto a contenido como a forma no hay referentes previos o formas de humor similares. Como hemos indicado en este estudio hemos decidido tratarlo como *sketch*, pues es el formato al que más se asimila. El *sketch* se caracteriza por ser una escena de corta duración, cuyo marco narrativo ocurre en una misma escena, donde intervienen pocos personajes y que se suele representar en televisión y teatro. Dado el trasfondo teatral de *Pantomima full*, nos parece que el enfoque como *sketch* es el más acertado, pues, aunque no

se emite en televisión, sí que cumple con el resto de características, como la brevedad y su resolución narrativa en una sola escena.

4.3 Relaciones entre diálogo y rótulo

Una de las asunciones de la TGHV en textos largos, como es el de la parodia, es la generación de los “ganchos” (*jab lines*) y los “remates” (*punch lines*). Ambos elementos están integrados en la narrativa del *sketch* y en combinación generan el humor, pero no siempre resultan graciosos para el espectador por separado. La TGHV determina que, mientras que los *jab lines* pueden darse en cualquier lugar del texto, los *punch lines* tienden a darse al final.

En el caso de *Pantomima full*, existe una sistematicidad de *jab lines* y *punch lines*, ya que ambos se van dando a medida que se genera el texto. Podemos definir, en líneas generales, que los diálogos se corresponden con los *jab lines* y los rótulos con los *punch lines*. Mientras que los diálogos sirven para dar un contexto de la situación y parodiar el blanco de la burla, los rótulos sirven para dar ese *remate* final y provocar el humor, ya que realizan el acto crítico hacia el objeto parodiado.

4.4 Los rótulos

Como hemos visto en los anteriores apartados, los rótulos son un elemento fundamental en la creación del humor de *Pantomima full*, hasta el punto de que sin ellos los diálogos no pueden actuar por sí mismos como un texto humorístico. En los rótulos se llevan a cabo tanto la activación simultánea de *guiones* como la *resolución de la incongruencia* para que se dé el giro humorístico (primer y segundo *recurso de conocimiento* de la TGHV). Estos, a su vez, introducen a menudo *marcas o indicadores humorísticos* que son recursos lingüísticos comunes que guían al oyente hacia la interpretación humorística del enunciado (Ruiz et al., 2009). Estos pueden ser figuras retóricas, juegos de palabras, construcciones afijales o cualquier otro elemento lingüístico.

4.4.1 Clasificación de los indicadores humorísticos

A continuación, ofrecemos una propuesta de clasificación de los diferentes y más relevantes indicadores humorísticos encontrados en los vídeos que forman parte de la muestra. Algunos ejemplos podrían formar parte de una o más categorías.

4.4.1.1 Figuras retóricas

Uno de los indicadores humorísticos es el uso de figuras retóricas, tales como las metáforas. Veamos los siguientes ejemplos de *diálogos* y *rótulos*:

sketch: DESPEDIDA DE SOLTERO

Diálogo: Me han secuestrado estos y he venido en el tren tomando birras así que la megafonía ha dicho "Atocha" pero bueno, ¡que hasta que no esté ciego no me dejan quitármelo! (señala un antifaz que lleva en los ojos)

Rótulo: DESTINO: TOCAR FONDO (1)

En (1) se relaciona a través de una metáfora el destino físico del grupo que está celebrando la despedida de soltero (*Atocha*) con el objetivo de ir hasta ese lugar (*tocar fondo*, es decir no parar de beber hasta que el soltero acabe *ciego*, es decir, borracho).

sketch: COACH DE LIGAR

D: Me fallaba el mindset, yo no interactuaba con mujeres, porque pensaba, "me va a rechazar" y, al final, pues me rechazaban. Desde que estoy en el curso, me noto más suelto.

R: COBRA POR COBRAS (2)

En (2) el *rótulo* representa una paranomasia entre el presente de indicativo del verbo *cobrar* y el sustantivo plural *cobras*. El personaje del *sketch* vende un curso en el que enseña a ligar y uno de sus asistentes explica en el *diálogo* que se siente más desinhibido cuando habla con mujeres. El *rótulo*, por su parte sentencia que el curso en realidad no sirve de nada, y que su profesor *cobra*, es decir, pretende ganar dinero impartiendo unos conocimientos que solo sirven para que sus alumnos reciban *cobras*, una expresión habitual metafórica que relaciona el movimiento de los réptiles con el movimiento de cabeza de una persona que rechaza un beso.

sketch: STARTUP CEO

D: ¿Buscas un trabajo que no parezca un trabajo en una oficina, que no parece una oficina? ¿por qué no hablamos?

R: UN SUELDO QUE NO PARECE UN SUELDO (3)

En (3) se produce una estructura paralelística que replica de forma irónica lo dicho por el personaje del diálogo. Mientras que el dueño de la *startup* ofrece un puesto de trabajo aparentemente tan atractivo y ameno que no va a parecer un trabajo, el *rótulo* expone que a cambio de esta aparente buena oferta el empleado va a obtener una remuneración muy baja para el puesto que va a cubrir.

4.4.1.2 Juegos de palabras

Los juegos de palabras son uno de los recursos más utilizados en los *rótulos* de *Pantomima full*. Se trata de expresiones ya existentes en las que una de las palabras se cambia por otra fonéticamente muy parecida o similar para dar como resultado una estructura nueva que recuerda la anterior pero que expresa un contenido diferente.

Sketch: DIVORCIADO

D: Doce años de relación, ocho de ellos casado, ya ha estallado la bomba, ya tocaba, me he divorciado y ahora a vivir la vida.

R: ESTADO CIVIL: CASCADO (4)

En (4) juega con las palabras *casado* y *cascado*. El personaje del *sketch* habla de su reciente divorcio y sus ganas de disfrutar haciendo todo aquello que no podía hacer cuando aún estaba casado. Sin embargo, el *rótulo* da a entender que ya está demasiado mayor para disfrutar de su recién adquirida soltería.

sketch: PICANTE

D: Lo más picante que he probado ají amarillo en un peruano: me destrozó.

¿Repetiría? ahora mismo.

R: SE INMOLA SIN CAUSA (5)

En (5), el personaje explica que repetiría una comida extremadamente picante que probó en un restaurante y que no le sentó nada bien. El *rótulo*, que juega con la idea de *inmolarse* demuestra que el gusto por el picante del personaje es tan exagerado que es capaz de exponer a su cuerpo a comidas nada recomendables y sin ningún otro objetivo que el de demostrar su aguante ante el picante.

4.4.1.3 Referencias culturales con juegos de palabras

En ocasiones, los juegos de palabras se realizan con elementos basados en la cultura popular, ya sean personajes populares, películas, obras literarias, etc.

sketch: IR A ANDAR

D: A veces andando con amigos me dicen "Joder, no vayas tan rápido" y es que yo estoy acostumbrado, no me di cuenta.

R: PASEÍN BOLT (6)

En el sketch *IR A ANDAR*, el personaje explica que camina todos los días, lo que hace que se haya acostumbrado a caminar a una velocidad más alta que la de sus amigos. El concepto de velocidad al caminar se salda en el rótulo con *PASEÍN BOLT*, un juego de palabras que parodia a Usáin Bolt, un atleta famoso por ostentar varios récords de velocidad en 100 y 200 metros lisos.

D: ¿Qué pasa, tío? Oye, joder, te mando un audio súper cachondo de dos minutos y como que me respondes, "ok", ¿estás enfadado? Cuéntame, tío, ¿qué te pasa?

R: CIEN AUDIOS DE SOLEDAD (7)

El personaje de este *sketch* le reprocha a uno de sus interlocutores de *WhatsApp* que está contestando de forma muy seca a sus audios de varios minutos. El *rótulo* parodia la situación en una clara referencia a la obra de García Márquez *Cien años de soledad*, pero cambia la palabra *años* por *audios* para dar a entender al espectador que el personaje está siendo demasiado insistente con los audios porque se siente solo o aburrido.

4.4.1.4 Construcciones afijales

Este tipo de construcciones parten de dos palabras que acaban fusionándose para formar una nueva palabra inexistente con un significado derivado de las anteriores.

sketch: COACH DE LIGAR

D: Y es que somos distintos, somos distintos. En la mujer la atracción es gradual, va paso a paso. El hombre ve a una tía buena, le gusta, ya está. Esto es biología, es la naturaleza, es así.

R: *ANTROPOLLÓLOGO (8)*

En el *sketch* de (8), el personaje trata de explicar cómo funciona la atracción física entre hombres y mujeres a los alumnos que asisten a su curso para aprender a ligar. Como el personaje se erige como un experto en un campo de estudio inexistente, como es el de encontrar pareja, el *rótulo* parodia la situación creando una palabra a partir de *antropología* (campo de estudio del comportamiento humano) y *polla* (pene).

sketch: AUDIOS

D: *Y nada, ¿qué te iba a decir? Hostia se me ha olvidado.*

Ah, sí, que... que por mí, ¿ok? Si vais... Ok, contad conmigo. Me apunto.

R: *AUDIOSO (9)*

En el *sketch* el personaje no deja de enviar audios por *WhatsApp* de forma compulsiva y como respuesta a cualquier mensaje que recibe. El *rótulo* expresa el malestar que esto produce a sus interlocutores con la fusión de las palabras *odioso* y *audio*.

4.4.2 Multimodalidad de los rótulos

En este apartado se analizarán aquellos elementos del *rótulo* que lo acercan a modos de humor multimodal como el meme. Dado que el objetivo de *Pantomima full* es que sus *sketches* sean lo más virales posibles en Internet para promocionar sus espectáculos teatrales, parece que hay una gran influencia estética del aspecto de los memes en sus *rótulos*. Podemos distinguir varias similitudes:

- Los *rótulos* constan de una o más palabras expresadas en mayúsculas e impresas sobre una imagen de fondo, generalmente estática.
- Tanto los memes como los *rótulos* pretenden dar respuesta o actuar como réplica de un diálogo, real o ficticio al que pretenden parodiar.
- Su uso se puede dar de manera descontextualizada, es decir, se crean dentro de un contexto que les da significado, pero pueden acabar usándose en otros textos para expresar su significado original.

Además de todo esto, podemos observar por parte de *Pantomima full* un especial interés en los elementos gráficos que forman parte del *rótulo*, tales como la tipografía, su tamaño o incluso el uso de símbolos, lo que favorece una mejor interpretación de los rótulos cuando estos no están contextualizados dentro del *sketch* al que pertenecen.

4.4.2.1 Cambios tipográficos

Un cambio en el tamaño o tipografía habitual de los *rótulos* añade o amplifica su significado.



imagen 6: sketch PERIODISTA

En la *imagen 6*, que pertenece a un *sketch* que parodia el trabajo del periodista, el *rótulo* utiliza la tipografía habitual del título del diario *The New York Times*, un medio de comunicación impreso de gran tirada y renombre. Sin embargo, el *rótulo* expresa la idea contraria (*THE IRRELEVANT*) lo que potencia la parodia del protagonista del *sketch*, que es un periodista que cree que está contribuyendo a dar información relevante.

4.4.2.2 Aumento de la tipografía



imagen 7: sketch CONSULTOR

En la imagen 7, el *rótulo* se presenta en un tamaño más grande y ostentosamente mayor al del personaje, que aparece estático en el lado izquierdo. Esto aumenta el significado del propio *rótulo*, que parodia el trabajo de un consultor que cree que tiene que trabajar duro y muchas horas para ascender rápidamente en la empresa. Sin embargo, el *rótulo* deja claro que nadie va a considerar su esfuerzo.

4.4.2.3 Emojis



imagen 8: sketch AUDIOS

En la imagen 8, el sketch trata de expresar cómo se siente el personaje cuando envía audios, dando a entender que no muestra sus sentimientos reales. En este punto, el *rótulo* utiliza emojis contruidos con signos de puntuación disponibles en cualquier teclado, un uso extendido ampliamente entre los usuarios de servicios de mensajería tipo *chat* para expresar emociones en un texto escrito.

4.4.2.4 Metalenguaje y metanarración



imagen 9: sketch LLEGAR TARDE

El ejemplo muestra cómo desde la ficción que crea *Pantomima full* hay una conciencia de metalenguaje y metanarrativa, ya que son conscientes, por un lado, de la importancia e interés que despiertan los *rótulos* y, por el otro rompen *la cuarta pared* al advertir al espectador de que falta un *rótulo*. La escena que se desarrolla en este vídeo ficciona que el actor que tenía que interpretar al protagonista del vídeo no ha llegado aún para hacer la grabación y, por tanto, el editor no puede crear un *rótulo* de la situación ficcionada pero sí que crea uno de la realidad, en el que denuncia la ausencia de *rótulo*. En realidad, hay una ficción dentro de la propia ficción, ya que el *sketch* lo que pretende parodiar es a las personas que siempre llegan tarde y lo hacen haciéndole creer al espectador que el propio actor contratador para grabar el *sketch* ha llegado tarde a la grabación de su propia parodia.

5. CONCLUSIÓN

En este trabajo nos hemos centrado en el análisis de los vídeos humorísticos del dúo cómico *Pantomima full*, que destacan por su uso particular de los denominados rótulos, una serie de titulares intercalados en sus sketches con los que parodian entrevistas y reportajes periodísticos. En el análisis hemos abarcado una selección de veinte vídeos que parodian estereotipos relacionados con oficios, aficiones, actividades o actitudes. La metodología empleada incluye una transcripción detallada de los diálogos y rótulos de los vídeos seleccionados y el análisis de varios ejemplos extraídos de esta transcripción según la TGHV.

Tras este análisis teórico, hemos visto que los rótulos son esenciales para generar el humor, ya que revelan las incongruencias, desempeñan un papel crucial en la narración, facilitan la parodia y tienen una función de crítica social, ya que en ocasiones expresan lo que el espectador piensa sobre la situación parodiada pero no se atrevería a decir en voz alta por pudor o educación. La elección de palabras y, en especial, los juegos lingüísticos de los rótulos revelan un profundo entendimiento de la cultura popular, un elemento que también propicia la creación del humor. Sin embargo, pese a que la TGHV sigue siendo válida y relevante para explicar el humor experimental de *Pantomima full* que surjan de Internet, por sí sola no es suficiente para analizar todos los elementos humorísticos y, sobre todo, el aspecto multimodal de los vídeos.

Pantomima full busca que sus sketches se vuelvan virales en Internet para promocionar sus espectáculos teatrales, y por ello, sus *rótulos* tienen una notable influencia estética de los *memes*. Los *rótulos* contienen siempre palabras en mayúsculas sobre una imagen estática de fondo y, aunque se crean en un contexto específico, pueden utilizarse en otros textos manteniendo su significado original o generando uno nuevo, como hemos visto con los ejemplos de *EN SU CABEZA ERA ESPECTACULAR* o *PASEÍN BOLT*. Además, el dúo cómico presta una especial atención a elementos gráficos como la tipografía, el tamaño y el uso de símbolos, lo que facilita la interpretación de los rótulos fuera del contexto original del sketch.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Aliaga Aguza, L. M. (s. f.). *Propuesta de reestructuración de los 'mecanismos lógicos' de la teoría general del humor verbal*.
- Attardo, S. (2000). Irony as relevant inappropriateness. *Journal of Pragmatics*, 32(6), 793-826. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(99\)00070-3](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(99)00070-3)
- Attardo, S. (2001). *Humorous Texts*. De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110887969>
- Attardo, S., Di Maio, S., & Hempelmann, C. F. (2002). *Script oppositions and logical mechanisms: Modeling incongruities and their resolutions*. 15(1), 3-46. <https://doi.org/10.1515/humr.2002.004>
- Attardo, S., & Raskin, V. (1991). Script theory revis(it)ed: Joke similarity and joke representation model. *Humor: International Journal of Humor Research*, 4(3-4), 293-347. <https://doi.org/10.1515/humr.1991.4.3-4.293>
- Bergson, H. (1986). *La risa: Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Orbis.
- Brône, G., Feyaerts, K., & Veale, T. (Eds.). (2015). *Cognitive Linguistics and Humor Research*. De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110346343>
- Casado, A., Bodegas, R., & Taboada, L. (2021, octubre 27). *VII Congreso Nacional de Comedia. Analogía, humor y arte de lenguaje: Y sin embargo reímos*. Acto inaugural: "En su cabeza era espectacular". https://youtu.be/ntxnIquztzo?si=_N4kx8qnsnYeEU0h
- Charaudeau, P. (2006). Des catégories pour l'humour? *Questions de communication*, 10, 19-41.
- Curcó, C. (s. f.). *The implicit expression of attitudes, mutual manifestness, and verbal humour*.
- Grice, H. P. (1975). «*Logic and Conversation*», en Cole, P. y J. Morgan (eds.), *Syntax and Semantics*, 3, New York, Academic Press, págs. 41-58 [También en Jaworski, A. y N. Coupland (eds.) (1999): *The Discourse Reader*. London and New York, Routledge, págs. 76-106].
- Lakoff, G. (2008). *Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind*. University of Chicago press.
- Raskin, V. (1985). Semantic Mechanisms of Humor. En *Annual Meeting of the Berkeley Linguistics Society* (Vol. 5). <https://doi.org/10.3765/bls.v5i0.2164>
- Ritchie, B. (2004). Chaos, Crises and Disasters: A Strategic Approach to Crisis Management in the Tourism Industry. *Tourism Management*, 25, 669-683.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.004>

Ruiz Gurillo, L. (2010). *Las 'marcas discursivas' de la ironía*". En Cifuentes, J. L., A. Gómez, A. Lillo, J. Mateo y F. Yus (eds.): *Los caminos de la lengua. Estudios en homenaje a Enrique Alcaraz Varó*. Alicante, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alicante.

Ruiz, L. (2012). *La lingüística del humor en español*. Arco/Libros.

Ruiz, L., Gurillo, L. R., & García, X. A. P. (2009). *Dime cómo ironizas y te diré quién eres: Una aproximación pragmática a la ironía* (Vol. 45). Peter Lang.

Sáez Álvarez, P. (2021). El artículo 17 de la «directiva copyright»: El caso de youtube. En *Responsabilidad, economía e innovación social corporativa* (2022/09/12 ed., 1-03, p. 452). Marcial Pons; VLEX.

<http://vlex.com/vid/articulo-17-directiva-copyright-910358673>

Searle, J. (1994). *Actos de habla*. Ediciones Cátedra.

Simpson, P. (2003). *On the discourse of satire*. John Benjamins.

Sperber, D., & Wilson, D. (1994). *La relevancia, comunicación y procesos cognitivos*. Madrid, Visor (1ª ed., 1986).

Vázquez, M. S. (2020). *Humor multimodal en Twitter*.

7. ANEXO: TRANSCRIPCIÓN

En el siguiente anexo se ofrece una transcripción de los vídeos utilizados para este trabajo. La primera columna indica el título del vídeo, la segunda la parte del *diálogo* y la tercera *el rótulo* que sigue a continuación.

Vídeo	Diálogo	Rótulo
CONSULTOR	Trabajo una Big Four, empecé en Deloitte y enseguida me hicieron una oferta de Price Waterhouse Cooper y aquí llevo un año	TRABAJA EN EDIFICIOS ALTOS
CONSULTOR	Estamos ahora con un action plan para un cliente TMT y cumpliendo todos los quick wins, así que genial.	NADIE SABE LO QUE HACE
CONSULTOR	Es jodido al principio, pero tienes que aguantar. Tienes que aguantar y que te promocione un manager y luego te pones en 50K y eres el puto amo.	COBRA EN PROMESAS
CONSULTOR	Me acabo de pillar un Mercedes por el renting de la empresa.	FINANCIA PARECER RICO
CONSULTOR	Hoy es viernes, así que va a caer un AfterWork, aunque luego el finde me toca pringar...	SUS VIERNES SON MIÉRCOLES
CONSULTOR	Entre que hay mil tías y vienen súper arregladas, aquí te vuelves loco. O sea, yo me desconcentro.	PERISCOPIO EN EL CUBÍCULO
CONSULTOR	Me le hice un sastre que me dijo mi jefe, "Mola al corte, eh".	UNO DE SASTRES, TRES DE CORTEFIEL

CONSULTOR	Mil pavos.	EL ÚLTIMO MONO
CONSULTOR	Perdona que tengo una <i>call</i> ahora.	
PERIODISTA	El periodismo no es una profesión, es una pasión. Nunca llegas a desconectar. Me duermo con la radio puesta.	FOLLA CON LA ACTUALIDAD
PERIODISTA	Política, economía, sociedad, deportes... Si eres periodista tienes que estar al tanto de todo.	JEFE DE REDACCIÓN DEL TRIVIAL
PERIODISTA	Sé que tengo algo claro, es que como periodista, nunca bajo ningún concepto, puedes revelar tus fuentes.	G**GL*E
PERIODISTA	Es verdad que una profesión estable no es, pero también hace que los que estamos sean por compromiso.	REPORT-ERE
PERIODISTA	Es verdad que una profesión estable no es, pero también hace que los que estamos sean por compromiso.	REPORT-ERE
PERIODISTA	Quiero trabajar en un medio importante, te digo la clave, ya. Curro, curro y curro.	PAGÓ UN MASTER
PERIODISTA	Llevo aquí en el Congreso desde primera hora y aún tengo que pasar por la redacción y luego ir corriendo a la audiencia nacional, así que nada, ya. Comeré algo por el camino.	RIDER DE NOTICIAS
PERIODISTA	Me encantaría destapar un escándalo político como el de Villarejo y las cloacas, sería un pelotazo.	INVESTIGA CÓMO SE INVESTIGA

PERIODISTA	Estar aquí en la calle, ese es el periodismo de verdad.	THE IRRELEVANT
PERIODISTA	Estar aquí en la calle, ese es el periodismo de verdad.	THE IRRELEVANT
ADICTO AL TRABAJO	Para mí, trabajar no es un esfuerzo porque tengo la suerte de que me apasiona, me apasiona lo que hago.	PASIÓN DE ALBARANES
ADICTO AL TRABAJO	Para mí, trabajar no es un esfuerzo porque tengo la suerte de que me apasiona, me apasiona lo que hago.	PASIÓN DE ALBARANES
ADICTO AL TRABAJO	Me dicen, es que eres un workaholic, pues mira, sí, ni que fuera algo malo disfrutar de tu trabajo.	HOY ES LURNES: ¡HOY SE CURRA!
ADICTO AL TRABAJO	Hacer horas extra, usamos las horas que haga falta. Si tenemos que sacar el curro, sacamos el curro.	EVITA A SU FAMILIA
ADICTO AL TRABAJO	Si me tocase la lotería seguiría trabajando, es que de verdad que yo no podría vivir sin trabajar.	PÁNICO A TENER VIDA
ADICTO AL TRABAJO	De hecho, yo en vacaciones, me aburro, por eso me cojo días sueltos de vez en cuando porque yo no puedo estar un mes seguido haciendo el vago, nada, algo.	ESTRÉS POR RELAX
ADICTO AL TRABAJO	Llevo dos móviles, el mío y el del curro. Y el del curro no se apaga nunca, porque si surge algo, hay que estar ahí.	SU TALENTO ES: CONTESTA SIEMPRE
ADICTO AL TRABAJO	Las nueve y media, y he estado tan liado que ni me enterado	VACÍO

ADICTO AL TRABAJO	Aquí llegan las siete y ya está todo el mundo con el abrigo puesto. Dices joder	
COACH DE LIGAR	Muchos hombres me preguntan, "¿puedes ayudarme a ligar con mujeres?" Yo le digo, "no, yo no te voy a ofrecer mujeres, yo te voy a ofrecer nueves y dieces". En eso consiste el curso online personalizado de Don Rabo.	GURÚ, MI VILLANO FAVORITO
COACH DE LIGAR	Me fallaba el mindset, yo no interactuaba con mujeres, porque pensaba, "me va a rechazar" y al final pues me rechazaban. Desde que estoy en el curso, me noto más suelto.	COBRA POR COBRAS
COACH DE LIGAR	Las mujeres déjalas hablar, que hablen. Ellas les gustan muchísimo, pero no muestres demasiado interés, ¿vale? No las pongas nunca por encima de ti. Es que es un pibón, mindset. Tú eres el premio	MAMPORRERO DE INADAPTADOS
COACH DE LIGAR	Y es que somos distintos, somos distintos. En la mujer la atracción es gradual, va paso a paso. El hombre ve a una tía buena, le gusta, ya está. Esto es biología, es la naturaleza, es así.	ANTROPOLLÓLOGO

COACH DE LIGAR	Hemos salido a la calle a hacer apareo y Don Rabo nos ha tenido diez interacciones de una hora. Dice que cada rechazo te da exp y te acerca al éxito.	CARPETEROS POR UNA BUENA CAUSA
COACH DE LIGAR	¿Cómo se entra en la discoteca? Saludando a todo el mundo. Aunque no les conozcas, "ey, hey, hey, ¿cómo estás? ¿Cómo estás? ¿Las mujeres os ven?" Y piensan, "¿Quién es este alfa que acaba de entrar?" ¿Qué ha ocurrido? ¿Estáis por encima? "¡Hey, hey, hola!"	EL TIMO DEL TOCOCHOCHO
COACH DE LIGAR	Muy bien, muy bien, buena postura, seguro, confianza. La verdad que pinta bien. Bueno, bien, muy bien, muy bien, experiencia.	SEMENARIO
COACH DE LIGAR	El curso tiene tres bloques, refuerzo interno, desarrollo social y Rabo de toro.	
STARTUP CEO	¿Buscas un trabajo que no parezca un trabajo en una oficina, - que no parece una oficina? porque no hablamos.	UN SUELDO QUE NO PARECE UN SUELDO
STARTUP CEO	¿Qué ofrecemos? ofrecemos desarrollo, crecimiento personal, un entorno super creativo donde te vas a sentir libre para mostrar tu talento sin límites.	JORNADAS DE 11 HORAS

STARTUP CEO	Somos una empresa muy joven, el 80% de nuestro equipo tiene una media de 23 años y cuidado porque todos van armados.	PEJOBFILO
STARTUP CEO	Nuestra estructura es completamente horizontal, aquí no te vas a encontrar despachos. - De hecho, esta es mi mesa y está al lado de la tuya, porque somos lo mismo.	SIN DERECHO A DARLE UN PORTAZO
STARTUP CEO	Contra nuestras jornadas de Team Building no se puede competir, la última hubo tirolina, Barbacoa con opción vegie y después todos al karaoke. - Y estaba todo el equipo, los chavales gozándolo, encantados.	TAMBIÉN TE JODE EL FINDE
STARTUP CEO	Somos The Goat Lab porque aquí al final estamos todos como cabras y de hecho entre nosotros nos hacemos llamar Goaties.	OVEJAS Y CABRÓN
STARTUP CEO	Muy contento y muy buen rollo, Frankie es más un colega que un jefe y los compis Andrea, Jorge, Carol, somos La Pandi.	GUAYTÁNAMO
STARTUP CEO	- Este es tu lugar si es viernes y ya estás deseando que sea lunes.	
CONFORMISTA	La vida, cuantas menos complicaciones tenga, mejor. Vimos aquí un piso que cuadraba el precio, hay metro y para adelante, qué más da, si es todo lo mismo.	DESIDEALISTA.COM

CONFORMIS TA	<p>- Con Patry llevo ocho años, al final las relaciones es encontrar a alguien que te cuadre y nos aguantamos, ¿no?</p> <p>- Sí.</p> <p>- De eso va.</p>	TIRARON LA TOALLA DE LA VIDA
CONFORMIS TA	<p>- Nenes, pues estamos en ello porque es lo que toca, ¿no?</p> <p>- Además en esta calle hay una guardería.</p> <p>- La guardería, es ahí justo.</p> <p>- Sí, pues eso que nos quitamos.</p>	GESTACIÓN DESGANADA
CONFORMIS TA	<p>Si queréis comer, pues vamos ahí al molino que es donde vamos siempre. No se come mal y bueno, suele haber sitio.</p> <p>Bueno, algún viernes, así más tonto vamos al telepi, pero el molino está bien.</p>	INTOLERANCIA A LA ILUSIÓN
CONFORMIS TA	<p>En verano, pues iremos a Santa Pola porque ya nos lo conocemos. Siempre lo dejamos aquí lado de un año para otro. Tiene playa, tiene paseo, para que queremos más.</p>	LA COSTA DEL S.O.S
CONFORMIS TA	<p>- No, ayer no hicimos gran cosa, vimos una peli que estaban poniendo la tele.</p> <p>- Yo me dormí.</p> <p>- Y hoy a ver qué ponen porque es que no ponen nada últimamente, o sea, está la tele fatal.</p>	LA NOCHE DE LOS MUERTOS VIVIENTES

CONFORMIS TA	El curro, pues es un curro como todos, un poco hasta el coño ya, pero es que pienso. Y si me cambio, pues igual es peor.	EL DIARIO DE NAH
CONFORMIS TA	A mí los experimentos no me van, yo estoy muy bien así.	
LLEGAR TARDE	Pues nada, que hemos quedado para grabar lo de esta semana, pero nos han dejado tirados.	(RÓTULO PENDIENTE DE CRETINO)
LLEGAR TARDE	Es que era a las once y van a ser las doce ¿Estás viniendo ya? Vale, entonces te esperamos. Venga.	CLAVA EL MINUTO, FALLA LA HORA
LLEGAR TARDE	Perdón, eh, que llegó un poquillo tarde, tío.	“PERDÓN” CON LA CHORRA FUERA
LLEGAR TARDE	Yo no lo puedo evitar, llego tarde siempre. Entonces, si me conoces, ya lo sabes, que luego vienen la gente, ¿qué es que has llegado tarde? Si ya lo sabes, si yo llego tarde, pues llega tarde tú también.	CULPA AL PUNTUAL
LLEGAR TARDE	Yo puedo entender que si estás esperando solo o sola, te puede molestar un poco. Si hemos quedado tres o cuatro, ¿qué más te da que llegue yo tarde? Sí, total.	NO TIENE AMIGOS, TIENE TELONEROS

LLEGAR TARDE	Muchas veces yo he dicho, oye, que estoy llegando y a lo mejor estaba metiéndome en la ducha. Luego dices, ¡fuf, vaya, tráfico niño! Había, ¡uuf! Y ya está.	LLEGA LIMPIO A DAR ASCO
LLEGAR TARDE	A mí es que esperar no me gusta, por eso salgo tarde porque es un bajón estar ahí tomándote algo tú solo, mientras llegan los demás. Eso, ¿qué?	RETARDED
LLEGAR TARDE	Sí, sí, sí, estoy ya casi saliendo. Es que me han liado aquí para grabar una cosa y se han retrasado ellos y... ¡un jaleo!	
AUDIOS	Que nada, te mando audio que va a ser más rápido, ¿vale? Te cuento.	SU SUFRIMIENTO, TU PROBLEMA
AUDIOS	Yo prefiero mandar audios que escribir porque me parece un coñazo estar ahí tecleando. Es mucho más cómodo un audio.	HABLA ASÍ :) ESTÁ ASÍ :(
AUDIOS	Y nada, ¿qué te iba a decir? Hostia se me ha olvidado. Ah, sí, que... que por mí, ¿ok? Si vais... Ok, contad conmigo. Me apunto.	AUDIOSO

AUDIOS	<p>Me han dicho que estás malita.</p> <p>Así que nada, mucho ánimo y no te mando un besito por si me contagias, ¿eh?</p> <p>Vale.</p> <p>Venga cariño.</p> <p>Un beso fuerte.</p> <p>Chao, chao, chao.</p>	CHEQUEA SU EGO
AUDIOS	<p>Siempre que salgo le mando la crónica a un par de grupos de colega, que se descojona.</p> <p>Crónica de anoche.</p>	"NECESIDAD DE APROBACIÓN" EL PODCAST
AUDIOS	<p>- No te vas a creer a quién me acabo de encontrar. El puto Quique "The Legend". Saluda.</p> <p>- ¡Eh, qué pasa!</p>	IMPONE COLABOS
AUDIOS	<p>¿Qué pasa, tío? Oye, joder, te mando un audio súper cachondo de dos minutos y como que me respondes, "ok", ¿estás enfadado?</p> <p>Cuéntame, tío, ¿qué te pasa?</p>	CIEN AUDIOS DE SOLEDAD
AUDIOS	<p>- Creo que voy a dejar el curro. Creo que lo voy a dejar porque me tienen explotado y yo no duremo bien y me están dando ansiedad y lo que sé, tío.</p> <p>- Este colega mete unas chapas...</p> <p>- Por otro lado también pienso que la pasta me viene bien. Claro, hay que pagar el piso, pero como lo pagas, ¿no? ¿busco otra cosa?, no sé</p>	

DIVORCIADO	Doce años de relación, ocho de ellos casado, ya ha estallado la bomba, ya tocaba, me he divorciado y ahora a vivir la vida.	ESTADO CIVIL: CASADO
DIVORCIADO	Me noto con más tirón ahora que cuando tenía 20 que era un pringado. Tengo experiencia y eso a las tías les flipa, un tío que controla, que sabe manejar, eso les encanta.	MADURO POR FUERA, VERDE POR DENTRO
DIVORCIADO	Salgo con quien sea, me subo a cada tren que pasa. Los del barrio, los del curro, los de la uni, me da igual. Ahora mismo me dices que me tengo que dar un fin de en casa y me pego un tiro, que ya me he quedado en casa, todos los fines que me tenía que ir a dar.	LIVIN' LA VIDA COCA
DIVORCIADO	La mejor decisión que he tomado en mi vida. Si tienes dudas, no dudes, divorciate, vas a estar de puta madre.	EL HOMBRE QUE SUSURRABA A LOS CASADOS
DIVORCIADO	Ayer a la salida del curro, hubo unas cañas y hasta las 6 de la mañana nos liamos. Sólo aguantamos los becarios y yo en un sitio de reggaetón. Me decían, "eres mi padre", eso es que eres un crack.	PADRERASTA

DIVORCIAD O	<p>No voy a apuntar a Cana con mi colega, Víctor.</p> <p>Él está divorciado también.</p> <p>Yo estuve hace años con mi ex y recuerdo llegar allí y pensar, esto me lo das de soltero y es un desfase.</p>	PUNTA CANA AL AIRE
DIVORCIAD O	<p>Me ha montado una despedida de casado y todo.</p> <p>Es el <i>finde</i> que viene.</p> <p>A León nos vamos 15, a poner aquello patas arriba.</p>	DESFASADO DESFASADO
DIVORCIAD O	<p>Estoy inscribiendo a antiguos rolletes, a ver si yo qué sé.</p> <p>Lo mismo cae un <i>remember</i>.</p>	
RESENTIDO	<p>Yo soy una persona que me ha hecho mucho daño, muchísimo.</p> <p>Yo he sufrido mucho y no me fío de nadie.</p> <p>Quien menos te esperas, al final te la clava.</p>	[SONIDO DE ALERTA]
RESENTIDO	<p>Y si hay algo que no soporto es la mentira, por malo que sea lo que haya pasado, dímelo, porque al final todo eso sabe y me voy a acabar entrando de una manera o de otra.</p>	TE MIRA EL MÓVIL
RESENTIDO	<p>A ver, yo por las buenas soy muy bueno, pero por las malas, si toca ser malo, soy malo.</p>	CONTIENE MATERIAL TÓXICO

RESENTIDO	No te lo niego, yo tengo una coraza, porque al final son muchos palos los que vas llevando y es lo mejor para evitar disgustos.	EL MURO DE LAS LAMENTACIONES
RESENTIDO	Yo había cerrado la puerta completamente a conocer a otras personas, pero me dijeron vente a baile, que la gente que va allí está como tú. Y digo, pues vamos a probar.	THE LAST DANCE
RESENTIDO	Hago salsa, bachata y merengue y he rehecho mi vida en torno al baile.	TRAN-TRÁN MALAMENTE
RESENTIDO	Son dos horas y te olvidas de todo y luego hacemos cenas, planes, cañitas, nos vamos de casa rural. Esto es como un oasis en medio de toda la mierda.	EL POZO DE LOS CISNES
RESENTIDO	Solo una vez tuve medio movida con uno porque quería bailar con Laura y con Laura siempre bailo yo.	DANCER/DANGER
RESENTIDO	Me han dicho que en <i>CrossFit</i> el ambiente es exactamente el mismo.	
IR A ANDAR	Me he puesto como meta, andar cada día lo estoy consiguiendo y estoy muy contento.	POSSIBLE IS EVERYTHING

IR A ANDAR	Yo corría, pero te machaca las articulaciones. ¿Sabías que se quemamos una hora andando que media corriendo?	OK CAMPEÓN
IR A ANDAR	Digo andar, pero rápido, no con las manos en los bolsillos dando un paseo.	ÚNICO NO VACUNADO EN SU DEPORTE
IR A ANDAR	Se puede hacer en cualquier momento, es una de las cosas buenas. Para volver del trabajo, para hacer un recado, para quedar con gente, anda.	¿DEPORTISTA O PEATÓN?
IR A ANDAR	A veces andando con amigos me dicen "Joder, no vayas tan rápido" y es que yo estoy acostumbrado, no me di cuenta.	PASEÍN BOLT
IR A ANDAR	Yo sé que tengo que hacer 10.000 pasos al día y el día que no llego el móvil me dice "llevas 8.000" bajo a la calle 15 minutos y me hago 2.000".	MEDALLA DE CHAPA
IR A ANDAR	El camino de Santiago para mí fue fácil, ten en cuenta que yo he andado mucho.	ANDA Y VETE A TOMAR POR CULO
IR A ANDAR	Mi madre dice que con 6 meses ya andaba.	
PICANTE	Soy muy fan del picante, me encanta y cuando vea mexicanos los camareros flipan conmigo porque siempre pido lo más picante.	INSUFICIENTE COMO PERSONALIDAD

PICANTE	La gente ve que el plato tiene una guindilla y ya no lo pide y yo veo 3 guindillas y lo veo poco.	PLANTA CARA A LAS HORTALIZAS
PICANTE	Voy a probar yo la salsa porque yo estoy acostumbrado picante y a mí ya no me pica nada y te digo si pica mucho para ti.	AGUANTA TACO
PICANTE	Soy un loco del tabasco, tío, y se lo pongo a todo. Me da igual que sean lentejas, Paella, Tortilla, le voy a poner tabasco. Voy a casa a alguien y me llevo el tabasco.	COCHINITO
PICANTE	Estoy deseando ir a México y comer comida picante de verdad. Es que me voy a poner fino el día que pueda ir.	COLÓN IRRITABLE
PICANTE	Lo más picante que he probado ají amarillo en un peruano: me destrozó. ¿Repetiría? ahora mismo.	SE INMOLA SIN CAUSA
PICANTE	Estoy sudando jodido y estoy disfrutando.	EL CHAPULÍN COLORADO
PICANTE	Mañana ir al baño, tela. Cuando pica a entrar, repica a salir.	
SAN VALENTÍN	Aquí pillando los regalos para San Valentín. Bombones, un colgante y he enmarcado una foto de los dos en Punta Cana.	TIRA DE CLÁSICOS

SAN VALENTÍN	La sorpresa, sorpresa, el finde. He pillado una oferta de spa con copa de cava y fresas, 40 pavos.	AMOR DE GROUPON
SAN VALENTÍN	Siempre decimos, este año no nos regalamos, pero si no le regaló nada se va a rayar. No me rayaría.	INSEGURO
SAN VALENTÍN	Las relaciones hay que currárselas. El año pasado hice cenita y llené la cama de pétalos.	EN SU CABEZA ERA ESPECTACULAR
SAN VALENTÍN	Nos conocimos en el trabajo y los dos estábamos mal con nuestras parejas y ya nos liaamos un día y dijimos, hay que apostar.	ESTAR SOLO NO ES UNA OPCIÓN
SAN VALENTÍN	Hoy he subido una foto de ella en Instagram.	ELLA HA SUBIDO UN CAFÉ
SAN VALENTÍN	Yo soy un romántico y cuando me case en mi boda va a sonar el muelle de San Blas.	ROMEO
SAN VALENTÍN	No estaba buscando nada, pero te vi y lo encontré todo. Besos, mi <i>amore</i> .	
DESPEDIDA DE SOLTERO	Me han secuestrado estos y he venido en el tren tomando birras así y la megafonía ha dicho a Atocha, pero bueno, ¡que hasta que no esté ciego no me dejan quitármelo!	DESTINO: TOCAR FONDO

DESPEDIDA DE SOLTERO	Aquí se bebe desde el minuto uno. Los cubatas a las once estaban ya en marcha. El objetivo es que la novia deje de hablarnos pero por robarnoslo, ¿eh? ¿Si o no?	JODEGARITOS
DESPEDIDA DE SOLTERO	Les dije una despedida conjunta de todos y he tenido una con los del curro, otra con los de la uni y hoy con esto que son los peores de todos. ¡Bebe cabrón, que no bebes nada!	DISTINTA GENTE, MISMOS GAÑANES
DESPEDIDA DE SOLTERO	Si alguna vez necesitas un boca a boca, aquí tenemos una socorrista de puta madre. Ojo, que a partir de aquí es una playa nudista, hay que entrar en pelotas.	SOCORRO
DESPEDIDA DE SOLTERO	Mira, yo no quería ni actividades ni nada, dije a beber todo el fin de semana, pero estos cabrones han pillado karts, como hagan control más de uno, van a dar positivo, te lo digo.	INQUIETUDES: CHUZARSE
DESPEDIDA DE SOLTERO	Lo de las camisetas es una triunfada, han venido por lo menos tres a hablarnos. ¿Dónde está el novio? ¿Quién se casa? ¿De dónde sois? Decimos, de Malibú ¡De Malibú con piña!	FRASE MÁS ESCUCHADA: DÉJAME EN PAZ
DESPEDIDA DE SOLTERO	Yo dije de hacer lo de encadenar a un enano, pero estos no han querido. Yo si me caso un día, quiero enano, eh, quiero enano.	SÍ A LA EXCLAVITUD

DESPEDIDA DE SOLTERO	He vomitado, me he pedido un agua y me han tirado, tío.	SALVAJES
DESPEDIDA DE SOLTERO	¿Cómo no te voy a querer? ¿Cómo no te voy a querer? ¡Si te casas este verano por primera vez!	
CONFINADO TRUQUITOS	Esto de estar encerrado yo fatal, tío. Es que para la gente que se activa como yo, esto es una putada.	SOLICITA EL PERMISO DE "ACTIVO"
CONFINADO TRUQUITOS	Ahora no, porque ya hay mucha policía, pero yo estaba bajando a correr. Si vas solo, tampoco vas a propagar el virus.	JUST COV ID
CONFINADO TRUQUITOS	A ver, que me entere, no puedes ir de casa yo, pero el vecino sí, porque tiene un perro que tiene que mear, ¿y eso es justo?	SÍ.
CONFINADO TRUQUITOS	Ya que a comprarse puede salir, pues yo lo que hago es bajo, por la mañana, por la comida, y por la tarde, por lo de la cena, por el pan, por el pan también bajo.	LA EXCEPCIÓN ESTÁ PARA DISFRUTARLA
CONFINADO TRUQUITOS	Para ver a alguien que VIVE cerca, cojo cuatro cosas, las meto en una bolsa de súper, y si me paran, digo, es que vengo de comprar.	EL LAZARILLO DE EROSKI
CONFINADO TRUQUITOS	Nos hemos vuelto un poco locos con esto, creo yo, eh. Es que el virus se le afecta a gente muy mayor o que ya está cascada.	GENOCIDA

CONFINADO TRUQUITOS	Yo fui de los que echaron de la sierra, pero mira, a la mañana, allí la pasé.	POSITIVO EN GAÑÁN
CONFINADO TRUQUITOS	Voy a bajar la basura otra vez.	
CONFINADO INTENSO	Es una putada lo que está pasando, pero vamos a salir, y vamos a salir más unidos, y juntos somos más fuertes.	FRASES QUE TE DEJAN IGUAL
CONFINADO INTENSO	Al aplauso de las ocho, no se puede faltar, yo he salido a todos y no hay idea que no me emocione lo que estamos haciendo.	APLAUSO AL DEL APLAUSO
CONFINADO INTENSO	Ayer, después del aplauso, nos quedamos en el balcón, cantando "Resistiré", porque vamos a resistir.	RESISTIRÉ VIVIR EN ESA CALLE
CONFINADO INTENSO	Pues mira, una cosa buena de estar todo el día en casa, he aprovechado para ordenar el armario, limpiar las ventanas y lavar las cortinas.	NO SABE QUE LA FELICIDAD NO ESTÁ AHÍ
CONFINADO INTENSO	Ya sé que todo el día en casa se puede hacer aburrido, pero también está bien tener tiempo para aburrirse.	TODO ES BUENO POR COJONES
CONFINADO INTENSO	Hay mil cosas para distraerse, Hoy he estado jugando con mi familia por Skype al parchís	EN PERSONA COMEN EN SILENCIO

CONFINADO INTENSO	Solo te están pidiendo que te quedes en casa, yo me quedo en casa.	CAPITÁN CUARENTENA
CONFINADO INTENSO	Somos héroes sin capa, y vamos a ganar esta batalla al coronavirus.	
CONFINADO INDIGNADO	La desescalada por fases es un despropósito total, y es que así nos hacen las cosas, y punto.	TODO MAL COMO FILOSOFÍA
CONFINADO INDIGNADO	El fin de semana cuando vi los parques llenos de niños, me puse malo. En serio, yo en mi puta casa y los niños por ahí con la bici, ¿pero estamos locos?	EL GRINCH
CONFINADO INDIGNADO	Estoy yo en mi casa 40 días para que se lo carguen todo en una mañana, de verdad, y no sale a la mierda. Es que merecéis todo lo malo que os pase.	ENSAYA PONER MALA CARA
CONFINADO INDIGNADO	Ayer en la cola del súper, el de Trásin Mascarilla, le digo, nos estás poniendo en peligro a todos.	POLIDÍA%
CONFINADO INDIGNADO	Desde el balcón he visto pasar a la misma tía 3 veces, ha bajado primero a la compra, luego a la farmacia, luego a tirar la basura, digo, tienes mucha cara tú.	FRANCOTIRADOR

CONFINADO INDIGNADO	Mañana dejan ir a correr, o sea, la curva a tomar por culo.	VIRUS
CONFINADO INDIGNADO	No salimos de casa hasta 2021 por la puta gente.	
CONFINADO ANIMADOR	Ya que hay que estar metidos en casa, qué menos que intentar mejorar la vida de la gente.	NO SABE QUE ES INTRASCENDENTE
CONFINADO ANIMADOR	Para entretener a la gente, estoy haciendo todos los días un directo en Instagram, invito a gente que sigo y le pregunto qué tal lo llevan y eso.	BRAIN STORMING DE 15 SEGUNDOS
CONFINADO ANIMADOR	El domingo saqué los altavoces a la ventana. Y hice una sesión veremú ahí para los vecinos.	DJ MOLESTO
CONFINADO ANIMADOR	Subí una foto del cartel que puse en el portal, que me ofrecía a hacer la compra a personas ancianas y me felicitó todo el mundo.	SI ES BUEN TÍO QUE SE SEPA
CONFINADO ANIMADOR	Estoy liándo a amigos para grabar un videoclip, cada uno en su casa en Pijama, con la escoba de micro y la canción sobreviviré. Una cosa que de buen rollo.	SU MIERDA TE SALPICA
CONFINADO ANIMADOR	He hecho una cuenta en TikTok y estoy subiendo vídeos cachondos para que la gente se eche unas risas.	SEÑOR MAYOR EN LA PUERTA DEL COLE
CONFINADO ANIMADOR	Soy bastante cocinillas, y cuando hago la comida voy contando la receta en Stories para dar ideas.	CHAPANDEMIA

CONFINADO	Maletero. Tuboscape.	
ANIMADOR	Puerta, puerta, maletero, tuboscape.	
HARTO	Lo mejor de volver a la normalidad es que se acabe toda la mierda que nos hemos zampado en la cuarentena.	PUES SÍ
HARTO	Papel higiénico, las bromas de que se ha acabado, Y los retos y poner #yomequedoencasa"como si fuera una opción.	YA...
HARTO	Y los directos, como entrevistas, preguntando a hacer deporte, cocinas, qué series ves, mientras lo ven 5 personas.	ES VERDAD
HARTO	Los aplausos y el post aplauso con DJ, como se ha ido apagando eso, ya aplauden 4 solos.	TOTAL
HARTO	Las canciones colaborativas, que si resistiré, que si 20 de abril, los chavales de Barcelona, que empalague.	UFF
HARTO	Los de Núñez de Balboa, que abrieron los bares y se les pasó el enfado ya.	JAJAJA
HARTO	Los meses en casa y ni un puto día tranquilo, joder.	OK A TODO
HARTO	Y ahora que si tenemos síndrome de la cabaña y no queremos volver a la normalidad, y una polla no queremos. ¡Lo estoy deseando!	