

Me río porque es verdad. Sociología folk en los monólogos de humor.

I laugh because it is true. Folk Sociology in Stand-up Comedy.

Francisco Javier Gallego Dueñas
IES Arroyo Hondo
mua2001es@yahoo.es

Resumen

Este trabajo pretende iniciar una línea de investigación que se podría denominar Sociología Folk. En ella se encontrarían todos aquellos conceptos cotidianos que permiten a las personas interpretar la realidad social y orientarse en ella. Como fuente para la investigación, más que considerar los actos, es preferible volcarse en las teorizaciones que de una manera más o menos explícita hacen las personas. Los monólogos cómicos (stand-up comedy) pueden ser un buen ejemplo. En ellos se encuentran muchos discursos sobre lo que la gente piensa acerca de las convenciones sociales, los estereotipos o los rituales de interacción.

Palabras clave: Rituales de interacción, conocimiento cotidiano, metodología, estereotipos

Abstract

This work tries to begin a line of research that can be called Folk Sociology. This line includes all ordinary concepts that allow people to explain social reality and orient themselves on it. As sources for researching, more than take what people do, it is recommended to focus on the theories people make in explicitly. Stand-up comedy can be a good source. Many discourses about what people think about social conventions, stereotypes or interaction rituals are there.

Key words: Interaction rituals, ordinary knowledge, methodology, stereotypes

2

Los monólogos de humor pueden servir como fuente de investigación para la sociología en el sentido de mostrar explícitamente algunas de las situaciones, frases, categorías, sentimientos. Al partir de no especialistas e intentar conectar con su audiencia esas características mostradas entrarían dentro de un conocimiento del sentido común, de unas concepciones no académicas, vitales. Es un ejemplo muy claro de la sociología folk.

Introducción ¿Por qué la sociología folk?

Al vivir en una sociedad formada por múltiples experiencias sociales se necesita alguna forma de entender, predecir, ordenar para poder desenvolverse con eficacia, o al menos para mantener cierta cordura interna del mismo modo que se asumen conocimientos relativos al mundo físico, al conocimiento matemático, incluso una lógica filosófica o física (por ejemplo, “las cosas más pesadas caen más rápido”). Son denominados conocimiento naíf o conceptos intuitivos. Esos conocimientos informales sobre el funcionamiento social son los llamados sociología folk. A menudo se consideran preconcepciones, conceptos previos o pre-juicios. En realidad no sólo son previos, puesto que permanecen, incluso subyacen en mucha de la terminología científica. Se necesitan verdaderas revoluciones científicas para cambiarlos.

A través de la sociología folk se puede acceder a cierto imaginario social. Lo que se pretende es tomar a la gente en serio, tratar los conocimientos cotidianos con la misma seriedad como si se tratara de una corriente sociológica, con sus aciertos y sus errores. No considerarlos con la condescendencia del científico racional y frío que trata como a niños lo que las personas comunes saben. Considerar que los conocimientos folk, las explicaciones de “sentido común” constituyen, o pueden constituir, un sistema de conocimiento cuya validez no puede ser desechada por principio. Y si al final resulta que los conocimientos científicos no son tan precisos ni tan enriquecedores como los de la tradición de a pie de calle, habrá que cuestionarse los herramientas y conceptos académicos.

Los conocimientos folk son esquemas simplificadores que a menudo son suficientes para manejarse en el mundo cotidiano (Little, 2008). Y a menudo también, se esconden detrás de las teorizaciones académicas de los sociólogos más científicos. Una simple ojeada a obras clásicas de la sociología, a los manuales o a los estudios pasadas unas décadas demuestra cómo esos mecanismos explicativos tan evidentes han dejado de serlo y ofrecen una imagen trasnochada, machista o incluso absurda de los científicos sociales.

¿A qué tipo de contenidos se refiere el término sociología folk? En primer lugar a las tipologías. Especialmente los tipos sociales. Los estereotipos tales como los prejuicios raciales quizás sean los más evidentes. Pero no sólo son éstos, todo el mundo sabe que es

3

un jefe o un grupo social. También se incluyen explicaciones causales. ¿Qué tiene que tener una analogía para ser aceptada como válida? ¿Qué expresiones pueden ser consideradas explicaciones suficientes? Ese es el campo de trabajo del excelente volumen de Todd Jones (2010).

Si se preguntara a adolescentes por qué en los concursos televisivos cada vez que se da a elegir entre un participante masculino y uno femenino siempre acaba perdiendo la chica, la respuesta suele ser unánime: porque votan mayoritariamente mujeres. La sentencia no admite discusión. El problema que se plantea es en qué medida esta afirmación es aceptada como explicación suficiente. No necesita más aclaraciones, para todos es evidente. Sin embargo sí cabría preguntarse por qué las mujeres prefieren votar a hombres y no a mujeres, por ejemplo, por solidaridad femenina. En el imaginario social “mujeres votan a hombres” es una explicación suficiente en la misma medida que “los objetos caen hacia abajo”.

Daniel Little (2008) propone dos líneas de investigación para la sociología folk. Por un lado habría que investigar de dónde provienen y cómo se aprenden estos conceptos. Estaríamos “programados” para poder asimilar esas explicaciones sociales como estamos “programados” para el lenguaje aunque aprendamos una lengua concreta dependiendo de la experiencia concreta en la que nos movamos. Más allá de esto hay que aceptar que los seres humanos son seres cognitivos que conceptualizan la realidad en la que se mueve y tienden a buscar explicaciones.

Cabría preguntarse de dónde vienen estos conceptos, dónde se fabrican, pero sobre todo hay que indagar cómo se transmiten y refuerzan. Quizás una frase haya podido tener un origen cierto. Aunque se sepa que fue Benjamin Franklin quien acuñó aquello de que el tiempo es dinero, no obstante resulta apasionante descubrir cómo esa feliz ocurrencia se ha distribuido eficazmente por todo el globo de forma tal que se ha convertido en evidencia por sí misma.

Si se parte de la constatación de que todos los humanos son sociólogos en potencia, ¿qué distingue a los científicos de los conceptos folk? Se podría pensar que es el método científico, creación de hipótesis, comprobación controlada... En el fondo, los mecanismos mentales que subyacen en la investigación son esencialmente parecidos a los que utilizamos cuando nos manejamos a través del sentido común. A esta conclusión han llegado los estudios del grupo de Bruno Latour (2007) y Steve Woolgar (1991). Michel Maffesoli (1993) es más radical y recomienda a los sociólogos abandonar la rigidez académica y decantarse por el sentido común, mucho más flexible y adaptado a la realidad social cambiante.

Sin embargo, lo cierto es que los científicos proclaman la superioridad de sus explicaciones cuando demuestran que el sentido común está equivocado y las predicciones, las explicaciones, los modelos contradicen precisamente ese sentido común. Las concepciones folk son premodernas, casi mágicas y hay que desecharlas¹. El problema subyacente es que sólo se es consciente de que la sociología folk existe cuando, gracias a la investigación académica y formal, se llega a conclusiones divergentes. Mientras que se siga atendiendo a esos parámetros previos no se caerá en la cuenta de que las brillantes explicaciones sociológicas no son más que el “sentido común” aplicado a costosas investigaciones. Por esta causa, la sociología del conocimiento –científico o cotidiano– se muestra tremendamente necesaria.

En todo caso resulta esclarecedor que se hable de psicología folk, de matemáticas de la vida cotidiana –o del flamenco (Lizcano, 2006) –, de preconcepciones en física, pero no abunden los estudios sobre el conocimiento cotidiano de la realidad social. Existe una excepción, los prejuicios. En 1954 Gordon Allport publicó su *The Nature of Prejudice*, definiendo el prejuicio como una actitud hacia una persona perteneciente a un grupo por el mero hecho de pertenecer a dicho grupo. Esta actitud era negativa y tiene que ver con el proceso de etiquetación. Más tarde se ha comprobado que tiene un componente no sólo afectivo, sino también cognitivo y con consecuencias conductuales. El estudio del prejuicio sí que ha tenido fortuna y ha creado tradición en la psicología social y la sociología, incluyendo los sesgos etnocéntricos, la sociología del conocimiento –científico y ordinario–, la discriminación.

1. ¿Qué trata la sociología folk?

Los contenidos de la sociología cotidiana incluyen conceptos también tratados por la academia, como el parentesco; y también aquellos que han sido abandonadas como la de raza. Daniel Little (2008) pone de ejemplos dogmas como que hay más delincuencia en las grandes ciudades o que la vida en los pueblos es más tranquila. Se llegan a teorizar utilizando enunciados legaliformes como en una caricatura de la actividad científica. Y puede llegar a adolecer de los mismos tics que la academia.

¹ Resulta muy significativo preguntar en un aula quién es el que manda en el país. Hay muchos, aunque el depende de la edad, que apuntan al rey como la persona que dirige España. Esta afirmación pone de relieve la ingenuidad de los estudiantes, pero ¿hasta qué punto no se es también ingenuo cuando se culpa al presidente del gobierno? ¿No se tendrá interiorizado un conocimiento folk sobre cómo funcionan los asuntos del poder? La causalidad personalizada, la actancia encarnada en un líder, ¿es una característica social o es una característica del conocimiento ordinario sobre la realidad social? ¿Hasta qué punto se pueden diferenciar?

Las fuentes del conocimiento pueden provenir tanto de la experiencia, no sistemática como en el caso de la ciencia formal, o de la reformulación de otros conocimientos, o de la inferencia desde otros campos. Los términos científicos incluyen, por ejemplo idealizaciones, generalizaciones empíricas o términos de existencia (Hirschfeld, 2011). De la misma forma se pueden localizar estos conceptos en el lenguaje del sentido común. Las explicaciones científicas se basan en metáforas y analogías aceptadas por la comunidad y a veces traspasan las fronteras de las publicaciones académicas y pasan al lenguaje cotidiano (Lizcano, 2006). El camino inverso también puede darse. Así se llegan a explicaciones causales o funcionales.

Una postura intermedia sugiere que los conocimientos provenientes del sentido común deben ser refinados por los estudios científicos. Por eso se pregunta Daniel Little si debemos abandonar el concepto poco académico de raza para explicar un fenómeno como el de Obama.

Para acercarse al estudio de las concepciones populares sobre el funcionamiento social están disponibles varios filones de estudio. Uno muy importante podrían ser las series televisivas (Gallego Dueñas, 2012b) por cuanto pretenden basar su éxito en la identificación de la audiencia con sus tramas. Si se observan con atención, las series a través de diversos mecanismos, no sólo de una manera implícita, pueden explicitar esas concepciones folk. Por ejemplo, las voces en off que presentan un capítulo o resumen y sacan conclusiones al final. También cuando presentan estereotipos reconocibles fácilmente, aunque sean caricaturas y no personajes complejos y más realistas. No se puede olvidar, no obstante, que las series no sólo son reflejo de una realidad, también son agentes de cambio, imponen moda, refuerzan concepciones o crean corrientes de opinión. En algunas de ellas parece clara la intención de servir para normalizar o desculpabilizar ciertos comportamientos: familias monoparentales, homosexuales.

En la teoría sobre los grupos de discusión planea la sospecha de que la creación de un grupo pivota en el alcance de un consenso a partir de lo que cada integrante espera que sea aceptado por el resto. De un modo similar, las series pueden enunciar sentencias con la intención de que sean aprobadas por el público, sean compartidas.

2. Los monólogos como fuentes de estudio. ¿Por qué los monólogos indican una sociología?

Lo que se pretende ahora hacer una aproximación muy superficial a otro tipo de conocimientos sociales. A través de los monólogos, lo que en el ámbito anglosajón es conocido como stand up comedy, se pueden encontrar fácilmente aquellos tics, aquellos guiones que estructuran el comportamiento social, que creemos individual, pero que es

reconocible por casi todos. Hacer explícito lo implícito en cierta medida es el programa de Garfinkel y Goffman.

Los mecanismos humorísticos del monólogo son muy variados. Hay monologuistas que usan –y abusan– de la gesticulación. Los hay que basan su éxito en las exageraciones, los juegos del lenguaje, el absurdo. Hay otros que plantean situaciones extraordinarias o que recurren a ir hilando antiguos chistes. Otros plantean situaciones inverosímiles y ahí radica su éxito. Además de los propios espectáculos en teatros, se utilizan en los late-night shows, como Benafuente para la crítica política de actualidad. Nos interesan, sin embargo, aquellos que podíamos calificar de costumbristas, siguiendo la tradición de los memorables artículos de Mariano José de Larra. Efectivamente, hay distintos tipos de monologuistas. Pero los hay que consiguen la carcajada porque la audiencia se siente identificada. Hay situaciones en las que no recurren a ningún tipo de recurso ni verbal ni mímico, simplemente se trata de enunciar explícitamente lo que todos hacen de una manera inconsciente. Este es el recurso básico de Joaquín Reyes en sus múltiples encarnaciones (La hora chanante, Muchachada Nui...). La risa está asegurada.

Un punto importante en común con la sociología, pues, está en los llamados rituales de interacción y las cadenas de rituales de interacción que desarrolla Randall Collins: presencia corporal con feedback recíproco, atención focalizada y estado anímico compartido (2009: 72). Otro mecanismo humorístico que también conecta con la sociología académica son las explicaciones sociales a través de metáforas arriesgadas, así se advierten las contradicciones de la sociedad, lo asumido, lo cotidiano.

Aunque a menudo los guionistas de monólogos tienen formación universitaria, ésta no suele pertenecer al ámbito de los estudios sociales. Por ejemplo, Luis Piedrahita estudió comunicación audiovisual; Joaquín Reyes es licenciado en Bellas Artes; Dani Rovira en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte; Goyo Jiménez (Gregorio Jiménez Tornero) estudió a la vez Derecho y Arte Dramático; el cubano Alexis Valdés es hijo de actor cómico y profesor y se licenció en ingeniería. Carles Flaviá se ordenó sacerdote aunque luego colgara los hábitos.

Dentro del Club de la Comedia estuvieron Pablo Motos, Rodrigo Sopeña, Marta de la Vega, Miguel Sánchez-Romero... Además hay otros monologuistas como los integrantes de Paramount Comedy, Toni Cruz, Manu Sánchez, Joaquín Reyes y como iniciador en España, el fallecido Pepe Rubianes (Salvat Ferre, 2004).

Los monólogos tienen una estructura de discurso retórico clásico:

La estructura de ese discurso está gobernada por las reglas de la Retórica Tradicional: se da un exordio, una narración / argumentación que incluye digresiones diversas, se utilizan ejemplos,

modelos y lugares comunes para llegar a la conclusión que, en líneas generales es o pretende ser la demostración de algo (Gómez, 2005).

Se pueden, además, relacionar con el género epidíctico de la tradición clásica, en la que un orador solitario “se contentaba con hacer circular su composición, sobre temas de los que no sacaba ninguna consecuencia práctica” (Castellón Alcalá, 2008). Existe un género literario, la adoxografía, que consiste en el elogio de las cosas sin valor, de lo cotidiano, de lo que se supone que es evitado o malo según las normas y costumbres establecidas. En el mundo del monólogo, Luis Piedrahita es el rey.

Estos espectáculos que basan su éxito precisamente en arrancar una carcajada de identificación con el público. El cómico norteamericano, Jerry Seinfeld, define la stand-up comedy como una “reflexión cómica de la realidad, vista con distancia, [que] provoca la identificación y con ella la carcajada del público presente” (Castellón Alcalá, 2008). La prueba es la expresión: me río porque es verdad.

Paco Bárcenas (2009), guionista, da una serie de consejos a la hora de escribir monólogos de humor. El primer punto es “conectar con el público”:

Un chiste es tan divertido en la medida que seas capaz de entenderlo. A la hora de escoger un tema para nuestro monólogo es buena idea que sea una experiencia compartida por el mayor número de personas, de esta manera los espectadores se sentirán identificados y será más fácil que les enganche la historia.

Castellón Alcalá (2008) insiste en que entre público y monologuista “ha de establecerse una sintonía de entendimiento y camaradería, una atmósfera informal de compañeros”. El monologuista asume el papel de individuo anónimo “que encarna un colectivo: ciudadano, novio, hijo, conductor, espectador, comprador, etc. es decir, un rol genérico desde el que construye su mofa”.

El monologuista utiliza una serie de mecanismos para lograr esa conexión. La interpelación a la audiencia es continua, se rompe la cuarta pared. Se utilizan, además las llamadas figuras de comunión, por las que “el orador se esfuerza por crear o confirmar la comunión con el auditorio”. Son el apóstrofe, la interrogación retórica, el enálage (sustitución del “yo” o “él” por “tú”), para conseguir implicar al oyente. No es por tanto en absoluto extraño que el monologuista recurra a la segunda persona para verter sus comentarios.

Otra cuestión relacionada con la conexión con el público se plantea desde la Pragmática de Grice. El principio de cooperación implica que la comunicación es posible cuando tanto el emisor como el receptor ponen empeño en comprenderse. El humor, las exageraciones, la ironía son, a menudo, considerados como una falta al cumplimiento a

esta máxima. Sin embargo es evidente que tienen una intención comunicativa. Según Attardo, para que un texto humorístico transmita información no es tanto cuestión de tener “buena fe” sino que hay tener en cuenta la base de presuposiciones, los metamensajes y la eliminación por el receptor de la violación. Considera Attardo (1993: 553) que un texto humorístico contiene un metamensaje. El humor procede de un análisis irónico de la realidad (usos, costumbres, actitudes, frases) no “tanto por presentar situaciones en sí mismas risibles, insólitas o hilarantes”, ni siquiera por la “reflexión que se hace sobre ello” (Castellón Alcalá, 2008), a veces basta con enunciarlas.

No todos los monólogos versan, como señala Castellón Alcalá (2008), en torno a la casuística de la vida diaria, pero es cierto que raramente son problemas trascendentes. Entre los temas preferidos se encuentran, por un lado los de actualidad y por otro lado los cotidianos. Éstos son los que interesan a la sociología para advertir las teorizaciones explícitas del imaginario social.

Suelen empezar con una anécdota concreta a partir de la cual desarrollan el análisis. Un análisis siempre buscando el humor. Paco Bárcenas propone la estructura “verdad y putada”².

3. Ejemplos

La mayoría de los textos de los monólogos recogidos se han obtenido de los volúmenes publicados por El Club de la Comedia. En ellos, a veces se informa del monologuista, y otras no se indica su nombre, por lo que aquí no se puede citar a quién atribuirlo. Ésa es la razón de que sólo podamos conocer el título del monólogo. En otras ocasiones se ha tenido que recurrir a la transcripción de vídeos en youtube.

Entre los temas cotidianos, por ejemplo, en El Club de la Comedia se han presentado monólogos sobre celebraciones y actos sociales (bodas, fiestas populares, velatorios, cenas familiares, navidades, cumpleaños infantiles...); relaciones sociales, en especial las de pareja (ir de ligue, tener una novia, relaciones sexuales, la pasión, las relaciones a distancia); muy variados rituales de interacción (al conducir, al tener miedo, cuando las mujeres van al baño, dejar de fumar, las preguntas de los niños o cómo conseguir que los hijos se vayan de casa), costumbres (ir a la peluquería, aprender idiomas...), tipos sociales (el amigo tuno, ser “el Nuevo”, ser feo, gordo...), instituciones sociales (hospitales, hoteles, la canción del verano o el gordo de Navidad) hasta llegar a los pequeños objetos cotidianos (revistas femeninas, cajas de bombones, bolsas de

² Se encuentra en la mayoría de chistes que contamos o escuchamos todos los días. Por ejemplo: ¿Qué es negro, blanco y rojo sucesivamente? Un pingüino cayéndose de las escaleras.

plástico, juguetes de playa, pilas...)... Los estereotipos tienen una gran tradición humorística, los chistes nacionales, los racistas, xenófobos.

a) celebraciones y actos sociales, costumbres e instituciones sociales

Los sobreentendidos sociales quedan de manifiesto en este monólogo interpretado por Enrique San Francisco (El Club de la Comedia, 2002):

- Hola, ¿qué haces?
- Aquí estoy, leyendo la Biblia
- ¡No jodas! ¿Qué te ha pasado, que te has hecho de una secta?

Y es que nadie entiende que la biblia se puede leer por placer.

El humor de este fragmento consiste en explicitar las reacciones cotidianas, y en la ironía siguiente del narrador. Entendiendo las instituciones sociales en un sentido amplio podemos incluir las leyendas urbanas (El Club de la Comedia, 2003):

¿Recuerdan la anécdota del perro de Sorpresa sorpresa? Sí, hombre, una chica a la que le iban a dar una sorpresa con Ricky Martin metido en un armario... que ella tenía un bote de mermelada... y entonces llamó al perro, y como creía que estaba sola... se desnudó... y después... ¡Resultó que era todo mentira! Pues todo el mundo decía que lo había visto. Bueno, todo el mundo no, los amigos de los primos de todo el mundo. Porque tú preguntabas a cualquiera:

— ¿Pero tú lo viste?

Y te decía:

—No, yo no, pero lo vio un amigo de mi primo...

También son retratadas costumbres, como por ejemplo al ir de compras (El Club de la Comedia, 2002):

Y no nos entienden porque las mujeres van de compras, y los hombres vamos a comprar. Y no es lo mismo. Comprar es: "Déme usted dos clavos del seis". E ir de compras es: "sólo tengo siete horas para las trescientas treinta y nueve tiendas de este centro comercial y tengo que verlas todas" [...] Una mujer puede estar toda una tarde de compras sabiendo de antemano que no va a comprar nada.

Y otras costumbres más o menos "modernas" como el turismo rural (El Club de la Comedia, 2003):

Si hay un timo que funciona últimamente es el del turismo rural. Se trata de un deporte nacional que antes se llamaba «ir al pueblo». La diferencia es que si vas a tu pueblo es gratis, y si haces turismo rural vas a un pueblo que no es tuyo y pagando una pasta. Para hacer turismo rural no vale cualquier pueblo. Tiene que ser un pueblo "con encanto". ¿Y qué es un pueblo "con encanto"? Pues un pueblo que sale en una guía de pueblos "con encanto"... A estos pueblos se suele llegar a través de una carretera comarcal "con encanto", que es una carretera con tantos baches y tantas curvas que cuando llegas al pueblo estás encantada de bajarte.

[...]

Lo siguiente es alojarse en una casa rural o “casa con encanto”, que es una casa adornada con muchas vasijas y ristras de ajos en el techo, que no tiene ni tele, ni radio, ni microondas... [...] Luego te das cuenta de que los del pueblo viven en unas casas que no tienen ningún encanto... Pero tienen jacuzzi, parabólica, Internet... y portero automático.

O el ocio creativo (El Club de la Comedia, 2003):

Es lo que se lleva ahora. Ocio creativo es hacer algo en tu tiempo libre que no sea descansar y que, por supuesto, te cueste una pasta... Porque si es gratis no es creativo.

Por ejemplo, al salir de marcha, ir al baño (El Club de la Comedia, 2002) aparece mostrado como una tecnología del cuerpo según Mauss (De la Calle, 2011):

Por ejemplo, otra cosa que no falla: en el servicio de mujeres siempre hay cola [...]. Cuando has entrado vuelves a ser consciente de lo guarro que está todo. Ese barrillo... Ese barrillo como chocolate y todo lleno de papeles, y tú de puntillas. Y claro: como no hay una puñetera percha que llevarse al bolso, el bolso te lo tienes que quitar y te lo tienes que poner en el cuello, de collar. [...] El abrigo, que suele ser largo, porque ahora a los modistas les ha dado por hacer los abrigos largos, te lo tienes que poner en los brazos, como si fuera un echarpe. Y eso si tiene raja por detrás, porque si no tiene raja por detrás te lo tienes que poner por encima. Porque si te lo pones por los brazos, ¿con qué te desabrochas? Y si te lo pones por arriba... es que no ves. Con lo cual te terminas por quitar el abrigo y te lo pones de bufanda. Ya... ya hemos llegado a un punto en el que te puedes quitar la ropa, pero, claro, hay que tener mucho cuidado de que nada toque el suelo, ¿eh? Para eso... para eso tienes que abrir mucho las piernas. Y no, por supuesto no puedes ni rozar la taza, nada, nada, nada. Cuando estás ahí, ya parece que has llegado, ¿no? Bueno, pues de repente se apaga la luz.

Una veta importante lo suponen los acontecimientos, las celebraciones. O los velatorios, donde se juega, además, con el humor negro (El Club de la Comedia, 2002):

En los velatorios te das cuenta de que si quieres que hablen bien de ti, no hay como morirte. Si por ejemplo, tú eras un ludópata, la gente dirá... "No tenía nada suyo"... Y si tenías muy mala leche... "Parecía que se comía el mundo y luego no se comía a nadie..."

b) relaciones sociales y rituales de interacción

Las relaciones de pareja especialmente ofrecen una gama amplia de situaciones reconocibles. Las relaciones de pareja son un dardo perfecto para conseguir la identificación del público y encontrar la verdad sociológica (El Club de la Comedia, 2002):

Cuando estás enamorado no es sólo que te comportas como un idiota. Es que además piensas que eres especial, que las cosas que haces no las hace nadie más en el mundo. Aunque en realidad lo que haces es repetir las mismas tonterías que hacen todos los enamorados. Por ejemplo: el teléfono se convierte en el centro de tu vida [...] Cuando por fin te llama te da un vuelco el corazón y te dispones a tener una conversación muy profunda:

- ¿Qué haces?
- Nada.

Y así, dos horas de conversación profunda y otras dos para colgar:

- Bueno, pues cuelga.
- No, cuelga tú.
- Tú primero.
- No, tú.
- Contamos tres y colgamos los dos a la vez.
- Uno, dos y tres.

Se pueden describir los “rituales de apareamiento” (El Club de la Comedia, 2002):

Cuando estás enamorado te comportas como un imbécil ya desde el primer momento en que la ves. Por ejemplo, si te enamoras de una chica en la biblioteca, en seguida se pone en marcha el juego de las miraditas... Lees una línea, y la miras, pasas la página, y la miras, buscas un pañuelo, y la miras, te sueñas los mocos y la miras... Y a veces, sencillamente la miras... Y es que no te atreves a acercarte... Te puedes tirar meses buscando esa frase que hará que ella caiga rendida a tus pies. Un día, por fin, la encuentras...: “Me acercaré y le diré...: Perdona ¿Te importaría no ser tan guapa, es que no puedo concentrarme en el libro?”. Entonces te levantas, vas hacia ella... pero cuando te acercas sólo eres capaz de decir: “¿Me dejas un boli? Es que se me ha gastado”.

Y desde el punto de vista de ella (El Club de la Comedia, 2002):

“Porque es patético como ligán los hombres en los bares... De entrada se acercan a ti diciéndote:
-Oye perdona.
Perdona por qué. Que se les pasa por la cabeza que ya te están pidiendo perdón.

O las pequeñas contrariedades cotidianas (El Club de la Comedia, 2002):

Hay preguntas que contestarías sin problema alguno si te las planteara un amigo. Sin embargo, si es ella quien te las hace, se convierten en "preguntas trampa". Yo llamo "preguntas trampa" a esas preguntitas que parecen inocentes y que tu pareja te hace para que te sientas culpable, aunque no hayas hecho nada malo... Por ejemplo, te has ido a cenar con los compañeros y cuando vuelves, ella está esperando en la cama, preparada con su pregunta trampa:

-¿Qué tal te lo has pasado?

Mucho cuidado con lo que le contestas, porque si le dices:

-Huy, muy bien, me he reído más con María... ¡No, no, con María-no, con el de administración!

Ya la has cagado. Se dará la vuelta y pondrá su culo de barrera entre los dos.

[...]

En las relaciones de pareja hay que estar siempre alerta, porque cuando menos te lo esperas, te lanzan el anzuelo a ver si picas:

-¿Te gustó el vestido que llevaba Marta el jueves?

En este caso sólo hay una respuesta posible:

-¿Cómo era? No me fijé...

Porque, como te haya gustado e incluso si no te ha gustado, la siguiente pregunta es:

-¿Ah sí? ¿Y cómo iba yo vestida?

Más allá de las relaciones sociales, los monólogos investigan en los valores y sentimientos cotidianos que se encuentran en los rituales de interacción (El Club de la Comedia, 2003):

Vengo a contarles lo que más placer da del mundo. Y no es el sexo, ni la comida, ni el dinero, ni que te rasquen la espalda... Lo que más placer da del mundo es tener razón. ¿A que sí? ¡Ja! ¡Qué gusto da que te den la razón! [...] Por ejemplo: vas en el coche con tu mujer a casa de su madre. Y tú le dices:

—Cari, para en esta gasolinera que vas en reserva.

—No, que llegamos de sobra, y además a mi madre se le pasa la paella.

—Cari, no te pongas tonta que no llevas gasoliiiiiiiiina...

— ¡Desde luego tú... con tal de joder a mi madre...! ¡Te he dicho que llegamos de sobra!

¿Que llegamos? A los diez minutos te ves caminando por el arcén, muerto de frío, con una lata vacía en la mano, pero más contento que la leche: “¡Ja! ¡Anda que el arroz se habrá quedado bueno! Que llegamos de sobra, que llegamos de sobra... ¡Toma sobra!”.

[...]

—Cariño, te has dejado la cisterna corriendo.

—Yo no he sido, la última has sido tú.

— ¿Yo? Pero si eres tú el que te dejas siempre todo a medias...

En este momento tienes que elegir entre tener sexo o tener razón. Y eliges: tener razón.

En las relaciones humanas, las interacciones típicas ofrecen un campo muy agradecido para los guionistas. Las típicas frases de hijo adolescente a su madre (El Club de la Comedia, 2002):

— ¿A dónde vas, hijo?

Y el hijo:

—Pues... Por ahí.

— ¿Y con quién?

—Pues... con una gente.

— ¿Y qué vais a hacer?

—Pues... dar una vuelta.

Y los de las madres según Luis Piedrahita (2005):

Las madres son un ser todopoderoso que se define por tres frases características. Primera frase característica. Tú estás buscando la pelota de las palas. No la encuentras:

- Mamá, ¿dónde está la pelota de las palas?

Primera frase característica de madre:

- En su sitio

Entonces vas al sitio de las pelotas, que es un sitio pequeño y miras y no está. Y vuelves a tu madre

- Mamá, que no está ahí

Segunda frase característica de madre:

- Pero, ¿has mirado bien?

Vuelves hacia allí, miras y no está. Y vuelves a tu madre como con miedo

- Mamá, que es que...

Tercera frase característica y lapidaria de madre:

- ¿Qué pasa, que tengo que ir yo?

En ese momento estalla la carcajada. Aún en la hipérbole, no pueden dejarse de reconocer estos rasgos (El Club de la Comedia, 2002):

Todas las madres del mundo hacen y dicen exactamente las mismas cosas. Yo creo que les dan un cursillo secreto en el que aprenden esos comportamientos que llamamos “cosas de madre”. Quién no ha escuchado alguna vez el clásico “Tú hazle caso a tu madre, que tu madre sabe mucho de esto...” ¿De dónde creen que ha podido sacar una madre una frase así? Pues del cursillo. Lo primero que les enseñan en el curso es a repetir mucho las cosas. [...] En el cursillo también les dan clase de lenguaje, y aprenden a incluir en todas sus frases el “mi” y el “me”. Un ejemplo: “mi niño no me come”, “mi niño no me duerme” [...].

Gracias a estos cursillos, las madres son capaces de hablar de dos temas la vez:

- Mamá, quiero hablar contigo.
- ¿Qué te pasa, hijo mío? ¡No arrastres los pies!
- Es que estoy pensando en dejar de estudiar...
- ¡No te toques los granos! ¿Pero cómo vas a dejar los estudios?
- Es que no me gustan
- Uy, hay tantas cosas que no me gustan a mí... ¡Ponte derecho, que te va salir chepa!

[...]

Además, todas las madres son videntes.

- Niño, que te vas a caer.
- Y te caes.
- Niño, no comas tan deprisa que te vas a atragantar
- Y te atragantas.
- Hijo, ten cuidado que ésa es un lagarta.
- ¡Y es una lagarta!

Todas estas frases, y las risas que despiertan en el público, nos indican la existencia de una serie de rituales de interacción, de cadenas de rituales, cargadas, como señala Randall Collins, de emotividad (2009: 18). No cabe duda de que las muletillas al hablar son unas cadenas rituales. Manel Fuentes en este caso comienza (El Club de la Comedia, 2002):

Buenas noches. ¿Qué tal están? ¿Se imaginan que cada uno de ustedes subiese aquí ahora mismo y me contase realmente “que tal está”?... “Pues yo acojonao con la hipoteca” [...] Sería terrible. Pero ustedes saben que yo no les digo “qué tal están” para que me lo cuenten... es una muletilla. Las personas no podemos vivir sin usar muletillas... Yo creo que es porque el cerebro es más lento que la lengua... O sea, que decimos algo así como “Voy a ponerme a hablar... para ver si mientras se me ocurre algo que decir”. [...] Porque las coletillas definen nuestra personalidad: “Dime qué coletilla usas y te diré quien eres”... Por ejemplo están los que se creen que los demás somos imbéciles: “Estábamos en su casa, ¿entiendes?, y él se quedó en pelotas, ¿entiendes?, e hicimos el amor, ¿entiendes?”... Pero bueno en qué fase de la conversación cree que me he perdido. Y luego están los inseguros que dicen... “Estábamos en su casa, ¿no?, y él se quedó en pelotas, ¿no?, e hicimos el amor, ¿no?”... Que aquí ya dan ganas de decirle... “¡Pues no lo sé, hija! Si tú tienes dudas... es que ‘no’, porque eso se nota ¿no?”

Por la muletilla que usan también se reconoce a los pijos... [...] La muletilla favorita del pijo es “para nada... te lo juro”: “¿Has visto a Pepota?” “Para nada”... “¿Te gusta el funky?” “Para nada”... “¿Vales para algo? «Para nada»... te lo juro”.

Este ejemplo es muy interesante por cuanto, primero resaltan una costumbre social muy extendida, haciendo explícitas las implicaturas de una conversación cotidiana. Además reflexionan sobre por qué son necesarias. Y, por último, porque es capaz de diseccionar grupos sociales a través de las muletillas que utilizan. Evidentemente no son clasificaciones serias, pero sí que recuerdan mucho, por un lado a la sociolingüística, y por otro lado a lo que realmente se hace al encontrarse dentro de una conversación en la que se digan esas muletillas. Inmediatamente se asocian con tipos sociales.

c) Tipologías

Los monologuistas a menudo construyen su discurso a partir de diseccionar y hacer tipologías. Como las parejas (El Club de la Comedia, 2002):

Las tengo clasificadas. Verán. Una de las más comunes es la pareja Milli-Vanilli, también conocida como Pin y Pon. Seguro que conocen a alguna pareja perfectamente integrada. Todo lo hacen juntos [...]. Acaban pareciéndose el uno al otro, incluso físicamente. Como hacen los mismos gestos [...]. Además siempre hablan en plural, como el Papa: “Nosotros no somos muy de pescado” [...]. Otro tipo frecuente es la pareja Esteso-Pajares. Tienen un espectáculo cómico perfectamente preparado para cuando sales con gente [...]. En todas las pandillas hay una pareja caracol. Son las que están todo el día baboseándose. Su afán es demostrar al mundo lo mucho que se quieren [...]. Tienen palabras secretas que sólo les hacen gracia a ellos. Él dice:

- Cajonera.

Y ella le responde:

- Grapadora.

Y los dos se mueren de risa³.

De las más conocidas es la pareja madre-hijo. Cuando salen a cenar con los amigos, si él pide una Coca-Cola, ella dice:

- Chato, no deberías pedir Coca-Cola, que te da gases...

[...]

La antítesis de esta pareja es la pareja profesor-alumna: ella suele ser bastante más joven que él, él bastante más cargante que ella; a ella le encanta la cultura de él, a él le encantan las tetas de ella.

También existe un tipo de pareja que podríamos denominar Elena Ochoa: están deseando juntarse con otra pareja para hablar de sexo. Les va el sexo oral: sólo hablan de lo mucho que lo practican y sacan a relucir todas las miserias...

[...]

Y no olvidemos a la pareja Caroline y Charles Ingells, los de la Casa de la Pradera: lo hablan todo, pero en especial, hablan mucho con los hijos. [...] ¿Y quién no conoce a una pareja de sosos? [...]. Una de mis favoritas es la pareja activa: se aburren tanto el uno con el otro que se apuntan a todo. [...] ¡Lo que sea con tal de no verse!

Voy a terminar con la pareja perfecta: son la envidia de todos, encantadores, maravillosos. Si están juntos, son fantásticos, si están separados, también. Se quieren, pero no se agobian. Los amigos, cuando están en crisis, van a consultarles a ellos. Pero un día, por sorpresa, ella confiesa:

³ Esta conversación es “la vida secreta de las palabras”, la intimidad del lenguaje que describe José Luis Pardo (2004)

- Lo hemos dejado, era insoportable, no lo aguantaba más, nuestro matrimonio hubiese funcionado muy bien si nos hubiéramos muerto hace diez años.
¿Se reconocen en alguna de estas parejas?

También explicitan los estereotipos, como el feo, el gordo, la madre, “el nuevo” (El Club de la Comedia, 2002):

¡Qué mal se pasa cuando eres el nuevo! Sobre todo en el trabajo. Al principio quieres quedar bien con todo el mundo, eres muy generoso y no paras de ofrecer cosas. [...] Tienes tantas ganas de caer bien que te ríes de todo. [...] Y es que cuando eres nuevo estás metiendo la pata continuamente y te sientes muy inseguro. Cada vez que te cruzas con alguien, te arrimas a la pared como diciendo: "Se que molesto, pero me esfuerzo, algún día formaré parte de este grupo". Y de pronto, en una reunión, te arrinconas tanto que sin querer apagas las luces con el culo, pero, como eres nuevo, no te das cuenta:

- ¡Anda! Han apagado la luz.
Y todo el mundo protesta:
- ¿Quién ha sido?
- ¡Joder, el nuevo!

Incluso las unidades de medida de uso cotidiano que resume Dani Rovira⁴

Las unidades de medida que hay establecidas a nosotros en Andalucía no nos sirven para nada. El hectómetro, ¿para qué sirve?, yo no lo he utilizado en la vida. Eso no sirve para nada. El decalitro, eso no sirve para nada. La hectárea, eso no sirve para nada. El gramo... ejem. No. No me malinterpretéis. Yo lo digo porque nosotros por ejemplo en nuestra casa tenemos nuestras propias unidades de medida. Tenemos seis unidades de medida y nos entendemos De menor a mayor. El pelín, la mijilla, el peazo, la jartá, la pechá, y lo máximo, ¿qué es? ¡Un huevo!

d) Pequeños objetos cotidianos

Luis Piedrahita está especializado en analizar “sociológicamente” las pequeñas cosas (2008):

Yo venía a hablarles de una de las cosas que más le gusta atesorar a los seres humanos y que, sin embargo, no dan la felicidad: las bolsas de plástico [...]. Y claro la población de bolsas ha ido creciendo tanto que han tenido que organizarse en clases sociales. Por ejemplo, la aristocracia de todas las bolsas son la bolsa del Corte Inglés... fina, elegante, plástico del bueno... Es como magia, todo lo que metas en esa bolsa se dignifica. Puedes entrar con un gato muerto en el hotel Palace que si va en una bolsa del Corte Inglés nadie te dice nada. Luego está la clase media, las bolsas de supermercado. Las pobres a lo máximo que pueden aspirar es a suplente de bolsa de basura. [...] Después de las del corte inglés y las del súper están las bolsas de clase humilde. Las verdes estas que no tienen marca. Que sirven para meter fruta, calcetines y abuelas. ¿No se han fijado que siempre que empieza a llover las abuelas sacan un bolsa verde y se la ponen en la cabeza?

4 <http://www.youtube.com/watch?v=aGzUhQ-TLRQ>

Los juegos de mesa (El Club de la Comedia, 2002):

Pues hay una frase que resume las reglas de todos los juegos del mundo: “No, es que en mi casa jugamos así”.

O las revistas femeninas (El Club de la Comedia, 2003):

¿Ustedes han visto los consejos que dan en esas revistas? Parece que los ha escrito Pinochet: “Aprende a ser mala”; “Cómo conseguir lo que quieras de tu pareja”; “Siete claves para que tu hombre pierda la cabeza”.

e) Explicaciones e imaginarios sociales

Pablo Motos aclara cuál es la diferencia entre un amigo y una posible parejas (El Club de la Comedia, 2003):

Para ellas un amigo se rige por las mismas normas que un Tampax: puedes ir a la piscina con él, montar a caballo, bailar... Lo único que no puedes hacer con él es tener relaciones sexuales.

Aquí, Alexis Valdés desenmascara el imaginario asociado al color negro (El Club de la Comedia, 2002):

Yo soy como dice mi padre suplente blanco con el número uno. Por qué voy a permitir que me llamen negro a mí. Si negro le llaman a todo lo malo: qué día más negro; que alma más negra; un corazón negro; una suerte negra; un negro porvenir, que debe de ser una negra embarazada porque si es un negro por venir...; esto parece una merienda de negros; el mercado, si es prohibido: mercado negro; si el cine es de asesinatos: cine negro. ¿Quieres un beso más feo que el beso negro? Hasta el dinero, si es malo, es dinero negro ¡hay que blanquearlo! Últimamente los científicos tienen acojonado al mundo con el agujero negro ¿por qué? [...]. Por eso muchos negros no quieren que se les llame así. Es como si la palabra negro ya trajera mala suerte. Como los gatos negros.

Por último no queríamos dejar de señalar cómo la sociología del secreto (Gallego Dueñas, 2012a) está magníficamente resumida en el principio de este monólogo, el secreto como acto comunicativo (El Club de la Comedia, 2002):

¿Se han preguntado alguna vez por qué a la gente le da por escribir un diario? Se supone que es para guardar nuestros secretos más inconfesables. Muy bien, ¡y por eso los escribimos en un cuaderno! [...] Tu primer diario te lo regala tu madre en plena edad del pavo: “Cariño, como vas a empezar a tener secretos... Esto es para que escribas todo lo que te pasa...”. Pero en realidad tu madre está pensando: “Esto es para que escribas todo lo que no te atreves a contarme y luego yo lo lea... y me entere de cuándo dejas de ser virgen”. Pero tú, en tu inocencia, en la primera página, escribes: “Está terminantemente prohibido leer este diario”.

4. Conclusiones

En este trabajo se ha querido ver en los monologuistas un corpus uniforme, independientemente de la personalidad concreta de los guionistas, asemejándose a la cultura popular, a los creadores anónimos. Presentan rasgos comunes, un imaginario sorprendido por la visión consciente de lo que la gente hace inconscientemente, de la realidad de unas normas sociales que, explicitadas, aparecen como ridículas, contradictorias. Algo que todos hacen como si fueran decisiones individuales, “piensas que eres especial, que las cosas que haces no las hace nadie más en el mundo. Aunque en realidad lo que haces es repetir las mismas tonterías que hacen todos”. En eso se reconoce la audiencia. Y asiente, “me río porque es verdad”⁵.

Entre los mecanismos del monólogo están su estructura de discurso, su acercamiento a la identificación con su público y la búsqueda de la verdad a pesar de no contar con una formación sociológica académica, lo que les da valor como vox populi. Esta es la razón por la que presentan interés para acercarse a la sociología folk. Sin embargo, uno de los riesgos de fiarse de los monólogos como pistas de lo que la gente realmente piensa, es que se pueden quedar uno deslumbrado por lo ingenioso.

Si del mito de Edipo (antes incluso de ser canonizado por Sófocles) ha salido un término psicoanalítico, si se puede hablar del complejo de Peter Pan, ¿por qué no se pueden tomar los monólogos como indicio fiable para conocer el imaginario colectivo? Son sólo unos pocos ejemplos como inicio para una senda de estudios en la que se pueden analizar los conocimientos sociales. ¿Analizar el nuevo desorden amoroso a partir de los monólogos? ¿Entender las actitudes maternas a través de la comedia? Es evidente que no todos los monólogos tienen el mismo grado de representatividad, no es su principal objetivo. Por otra parte, el distanciamiento irónico puede servir a modo de utopía para analizar el mundo de la vida cotidiana. De igual forma que se incorporan a la investigación obras literarias, cinematográficas o artísticas a la vez que se revisa la bibliografía, los monólogos, el humor en general, pueden ser una fuente de conocimiento sobre las ideas que la gente tiene sobre el funcionamiento de la sociedad.

⁵ Lo que se ha convertido en un tópico también en los monólogos, señalado por Joaquín Reyes.

5. Bibliografía

- Allport, Gordon W. (1977, 1955). La naturaleza del prejuicio. Buenos Aires: Eudeba.
- Attardo, Salvatore (1993). "Violation of conversational maxims and cooperation: The case of jokes" en *Journal of Pragmatics* 19. Págs. 537-558.
- Bárceñas, Paco (2009). "Guía rápida para escribir monólogos cómicos en 10 pasos" recuperado de http://www.miprojectopersonal.es/?page_id=246
- Castellón Alcalá, Heraclia (2008). "Los monólogos. Algunas notas para su análisis" en Moreno Sandoval, Antonio (coord.). El valor de la diversidad (meta)lingüística: Actas del VIII congreso de Lingüística General. Pág. 25.
- Collins, Randall (2009). Cadenas de Rituales de Interacción. Barcelona: Anthropos.
- De la Calle Valverde, Jaime (2011). "El gesto analógico. Una revisión de las 'técnicas del cuerpo' de Marcel Mauss" en *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad - RELACES*. Nº7. Año 3. Diciembre 2011-marzo 2012. Págs. 75-87. recuperado en: <http://www.relaces.com.ar/index.php/relaces/article/view/126/107>
- Gallego Dueñas, Francisco Javier (2012a). Introducción a una Teoría para una (micro)sociología del secreto. (Tesis doctoral inédita). Sociología. UNED.
- Gallego Dueñas, Francisco Javier (2012b). "Sociología folk. El caso de «Cómo conocí a vuestra madre»" en *Actas del VI Congreso Andaluz de Sociología "La Constitución de las Sociedades"*. Cádiz: Asociación Andaluza de Sociología. Págs. 388-390.
- Gómez Martínez, Pedro J (2005). "Estructura retórica del monólogo televisivo" en *Icono, Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías*, 14, nº 5.
- Hirschfeld, Lawrence A. (2011): "On a Folk Theory of Society: Children, Evolution, and Mental Representations of Social Groups" en *Personality and Social Psychology Review*, 5, No. 2. Págs. 107-117.
- Jones, Todd (2010). *What People Believe When They Say That People Believe: Folk Sociology and the Nature of Group Intentions*. Lexington Books.
- Latour, Bruno (2007). *Nunca fuimos modernos. Ensayo de antropología simétrica*, Madrid: Siglo XXI.

- Little, Daniel (2008). "Folk Sociology" in Understanding Society, recuperado de <http://understandingsociety.blogspot.com.es/2008/02/folk-sociology.html>
- Lizcano, Emmánuel (2006). Metáforas que nos piensan. Madrid: Traficantes de sueños.
- Maffesoli, Michel (1993). El conocimiento ordinario. Compendio de Sociología, México: Fondo de Cultura Económica.
- Pardo, José Luis (2004). La intimidad. Valencia: Pretextos.
- Piedrahita, Luis (2005). Un cacahuete flotando en una piscina... ¿sigue siendo un fruto seco? Madrid: Punto de Lectura.
- Piedrahita, Luis (2008). Dios hizo el mundo en siete días... y se nota. Madrid: Aguilar.
- Salvat Ferre, Ricardo (2004). "Historia, temática y poética de los monólogos de Pepe Rubianes. La trilogía inicial (1983-1987)" en Assaig de teatre: Revista de l'associació d'investigació i experimentació teatral, Nº. 43, 2004 , pág. 183.
- VV.AA. (2002). El Club de la Comedia: ventajas de ser incompetente, y otros mono logos. Madrid: Aguilar.
- VV.AA. (2003). El Club De La Comedia Contraataca. Madrid: Punto De Lectura.
- VV.AA. (2002). El Club de la Comedia presenta: La vida según San Francisco. Madrid: Punto de lectura.
- VV.AA. (2003). El Club de la Comedia: 5hombres.com ¿Fingen ellos los orgasmos? Madrid: Aguilar.
- Woolgar, Steve (1991). Ciencia: abriendo la caja negra. Madrid: Anthropos.

Datos del autor

Francisco Javier Gallego Dueñas es Doctor en Sociología, apto cum laude con una tesis sobre Teoría sociológica del secreto bajo la dirección de Luis Castro Nogueira. Licenciado en Historia Medieval (Universidad de Granada), licenciado en Sociología (UNED), DEA y Suficiencia Investigadora en Sociología I (UNED). Ha publicado sobre esclavos en la Edad Media y Moderna, Sociología Urbana y Sociología del Secreto e inicia una línea de investigación en la Sociología Folk. Actualmente trabaja de profesor titular en el IES Arroyo Hondo de Rota.

Historia editorial

Recibido: 20/09/2012

Primera revisión: 22/09/2012

Aceptado: 05/10/2012
