

Humor en interacción: Apuntes para su estudio sociopragmático y geolectal*

Humor in interaction:
Notes for its sociopragmatic and geolectal study

Ana M. Cestero Mancera** y
Nicolás Moreno Martín de Nicolás***

RESUMEN

El estudio del humor verbal lleva recorrido ya un largo camino, lo que ha propiciado que, en el siglo XXI, sea atendido, con perspectivas multidisciplinares, como un fenómeno pragmático de gran interés. Hace ya más de una década que se extendió la investigación sobre el humor a contextos y géneros no puramente humorísticos, desarrollándose el acercamiento que se conoce como *humor interactivo* (Chovanec y Tsakona, 2018). El grupo GRIALE ha sido pionero en analizar el humor conversacional en español en este marco y ha ofrecido un modelo analítico que permite acercarse a diversas dimensiones de la estrategia pragmático-discursiva, partiendo del proceso de producción, pero sin olvidar el de recepción (Ruiz Gurillo, 2012, 2014, 2019, 2021, 2022a, 2022b; Alvarado Ortega, 2012, 2014, 2017, 2022). Tomando los hallazgos y las propuestas de GRIALE como base, se ha iniciado una investigación con el objetivo de conocer el uso y funcionamiento del humor en interacciones en registro medio de lengua, así como de documentar patrones sociopragmáticos y geolectales en su empleo. En este artículo, se presentan los planteamientos teóricos y metodológicos básicos para abordar el estudio

Palabras clave:
humor verbal,
humor interactivo,
sociopragmática,
GRIALE, PRESEEA.

* Este trabajo se inscribe dentro de las actividades científicas del proyecto de I+D+i *Agenda 2050. El español del centro-norte de España: procesos de variación y cambio espaciales y sociales* (PID2019-104982GB-C51), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación-Agencia Estatal de Investigación/10.13039/501100011033. Forma parte del *Proyecto para el estudio sociolingüístico del español de España y América (PRESEEA)*.

** Española. Doctora en Filología hispánica. Catedrática de Lingüística general de la Universidad de Alcalá, España. ORCID: 0000-0001-7836-7943, anam.cestero@uah.es.

*** Español. Graduado en Estudios ingleses y doctorando en Estudios lingüísticos. Investigador en formación de la Universidad de Alcalá, España. ORCID: 0000-0001-7797-3490, nicolas.moreno@uah.es.

coordinado del humor en conversaciones semidirigidas, interacciones en registro semiformal, y se adelantan resultados de los primeros análisis realizados. Los datos revelan que quienes más recurren a esta estrategia son las mujeres y que el mecanismo más rentable en el tipo de actividad es la incongruencia, así como que el marcador de humor habitual es la risa y el indicador más frecuente, el empleo de unidades fraseológicas.

ABSTRACT

The study of verbal humor has come a long way and it remains the interest of several disciplines, which has fostered the appearance in the 21st century of multidisciplinary approaches that consider humor a pragmatic phenomenon with great interest. More than a decade has passed since the investigation about humor extended to non-humoristic contexts and genres, developing into the perspective known as *interactive humor* (Chovanec & Tsakona, 2018). The research group GRIALE has been groundbreaking in analyzing conversational humor in Spanish within this framework and has offered an analytical model that allows for the study of different dimensions of humor as a pragmatic-discursive strategy, attending both the process of production and reception (Ruiz Gurillo, 2012, 2014, 2019, 2021, 2022a, 2022b; Alvarado Ortega, 2012, 2014, 2017, 2022). Taking GRIALE's findings and proposals as the core of our research, we have initiated an investigation with the objective of studying in more detail the uses and functions of verbal humor in interactions in a semiformal register of language, as well as documenting sociopragmatic and geolectal patterns in its employment. In this article, we present the theoretical and methodological foundations required to start the coordinated study of humor in semidirected conversations, interactions in a semiformal register of language, and we provide results from the first analysis. The data reveals that the most frequent users of this strategy are women and that the most profitable mechanism for producing humor in this type of activity is incongruence, as well as that the common humor marker is laughter and the most used indicator is phraseological units.

Keywords:
verbal humor,
interactive humor,
sociopragmatics,
GRIALE, PRESEEA.

Introducción

El estudio del humor verbal lleva recorrido ya un largo camino, lo que ha propiciado que, bien entrado el siglo XXI, sea atendido, con perspectivas multidisciplinares, como un fenómeno pragmático de gran interés. Hace ya más de una década que se extendió la investigación sobre el humor a contextos y géneros no puramente humorísticos, desarrollándose el acercamiento que hoy se conoce como *humor interactivo* (Chovanec y Tsakona, 2018). El grupo GRIALE ha sido pionero en analizar el humor conversacional en español en este marco y ha ofrecido un modelo analítico que permite acercarse a diversas dimensiones de la estrategia pragmático-discursiva, partiendo del proceso de producción, pero sin olvidar el de recepción (Ruiz Gurillo, 2012, 2014, 2019, 2021, 2022a y 2022b; Alvarado Ortega, 2012, 2014, 2017, 2022), pues se trata de una actividad interaccional.

Tomando los hallazgos y las propuestas de GRIALE como base, se ha iniciado una investigación con el objetivo de conocer el uso y funcionamiento del humor en interacciones en registro medio de lengua, así como de documentar patrones sociopragmáticos y geolec-tales en su empleo. En este trabajo, se presentan los planteamientos teóricos y metodológicos básicos para abordar el estudio coordinado del humor en las encuestas orales semidirigidas del corpus del *Proyecto para el estudio del español de España y de América*, conocido como PRESEEA (Moreno Fernández, 1996, 2021a; Cestero Mancera, 2012; Moreno Fernández y Cestero Mancera, 2020), que son extensibles a cual-quier tipo de actividad comunicativa interactiva oral, y se ejemplifica con los primeros hallazgos.

Según recuerda Ruiz Gurillo (2022a), recientemente se ha sumado a los estudios sobre el humor verbal una nueva línea de investigación que se caracteriza por acercarse al humor no como competencia, sino como actuación; tiene como objetivos básicos conocer y describir la naturaleza interactiva del fenómeno, por un lado, y la incidencia en él de funciones determinadas, diversas variables y factores sociales, por otro (Attardo, 2020; Ruiz Gurillo, 2022a). Se ha partido, para su desarrollo, del estudio del humor que se produce en conversación, entendida como la forma más natural y habitual de comunicación humana, social, por lo que se atiende, de manera prioritaria, a un tipo de actividad comunicativa interaccional, no prototípicamente humo-

rística, en la que el humor se emplea como estrategia discursiva con funciones sociointeractivas diversas. De hecho, parece ya consolidada una corriente autónoma, a la que se refiere Ruiz Gurillo (2022a) como *humor conversacional*, que, como no podía ser de otra manera, tiene como base los presupuestos teóricos de E. Goffman, desde la sociolingüística interaccional, y de D. Hymes, desde la etnografía del habla o de la comunicación, y puede incluir entre sus objetivos básicos la variación sociopragmática (Davies, 2017) y, sin duda, la geolectal.

Nuestro propósito con el estudio que hemos puesto en marcha no es ahondar en la interpretación del enunciado humorístico y cómo y por qué se llega a ella, sino conocer el uso y funcionamiento del humor, y las reacciones y los efectos que provoca, en interacción comunicativa natural. Concretamente, lo analizamos en entrevistas sociolingüísticas, esto es, interacciones transaccionales, conocidas como conversaciones semidirigidas, que, por tanto, no tienen una distribución siempre libre de turnos de palabra y en las que se controlan los temas de los que se habla, lo que resulta en el empleo de un registro neutro o medio de lengua: español semiformal.

Trabajamos con el corpus del *Proyecto para el estudio sociolingüístico del español de España y de América (PRESEEA)* y confiamos en que los hallazgos puedan ser complementarios a los que nos han ido ofreciendo los miembros del grupo GRIALE, especialmente Ruiz Gurillo, Alvarado Ortega y Timofeeva Timofeev, teniendo en cuenta que la base teórica y metodológica que constituye nuestro pilar es el modelo analítico del humor que propone el mencionado grupo.

Como venimos haciendo desde hace años, emprendemos el estudio del fenómeno desde un enfoque multidisciplinar, que combina el análisis de la conversación, la pragmática y la sociolingüística, analizando exhaustivamente las ocurrencias en un corpus amplio de habla, de manera que podamos conocer su uso y funcionamiento, y entenderlo en su complejidad, en interacción natural. Nuestra pretensión es, para empezar, ofrecer el marco teórico preciso y el procedimiento metodológico que posibilite la investigación coordinada del fenómeno, con el fin de proyectar el estudio sociolingüístico y geolectal.

El humor en interacción comunicativa oral: apuntes teóricos para su estudio

Como ocurre con muchos fenómenos discursivos a los que se presta atención prioritaria en la actualidad, ya se trató el humor verbal en el mundo clásico, en relación, fundamentalmente, con su empleo estratégico en retórica y en oratoria. A Platón, Aristóteles, Cicerón o Quintiliano debemos, como recuerdan Hidalgo e Iglesias (2009, p. 425), las primeras reflexiones sobre este recurso discursivo, sus formas de producción y sus funciones sociopragmáticas, además de su adecuación contextual. A lo largo del tiempo se han sucedido, o han convivido, diferentes teorías sobre la causa que explica la producción de humor verbal (Attardo, 1994): desde las iniciales de los pensadores y filósofos de siglos pasados, que atribuían el humor al sentimiento de superioridad del hombre hacia el hombre, pasando por las de corte psicológico, que consideran el humor como efecto de descarga de energía, es decir, una liberación, y llegando a las que toman el humor como fruto de incongruencias entre lo esperado y lo dicho o hecho.

En el siglo XXI, el conocimiento que sobre el humor verbal tenemos ha llegado a cotas de profundidad extraordinarias, fruto de la riqueza que aportan los enfoques multidisciplinares, lo que, a su vez, ha impulsado acercamientos diversos, según intereses y perspectivas de distinta índole disciplinar. Desde los modelos iniciales, la *Teoría general sobre el humor verbal* (Raskin, 1985; Attardo y Raskin, 1991; Attardo, 2001, 2008), fundamentada sobre la incongruencia-resolución, la explicación del humor desde el concepto de espacio mental de la lingüística cognitiva (Brône, Feyaerts y Veale, 2006; Ritchie, 2004, 2018; Veale, 2005) o la consideración como principio explicativo del humor de la búsqueda de relevancia óptima desde la teoría de la relevancia pragmática (Curcó, 1996; Torres Sánchez, 1999; Yus, 2016), a partir de las propuestas en gran medida integradoras y que posibilitan el avance en el establecimiento de un marco teórico y metodológico para el estudio del humor verbal en español del grupo GRIALE, que lo analizan con su *modelo pragmático para el humor en español* (Ruiz Gurillo, 2012, 2014, 2019, 2021; Alvarado Ortega, 2012, 2014, 2017, 2022), llegamos a la investigación del *humor interaccional*.

En esta vía, se analizan, para empezar, géneros que no son prototípicamente humorísticos, sino actividades comunicativas habituales, concretamente la conversación coloquial (Chovanec y Tsakona, 2018), con objeto de conocer el uso y la forma del humor verbal, su funcio-

namiento como estrategia discursiva y la incidencia que tienen en su producción factores socioculturales tales como el sexo, la edad, la clase social, la etnia o la cultura¹.

Desde el modelo de análisis del humor verbal conversacional del grupo GRIALE, especialmente de las propuestas de Ruiz Gurillo (2012, 2014, 2019, 2021, 2022a, 2022b; Ruiz Gurillo, De los Heros y Linares, 2021) y Alvarado Ortega (2012, 2014, 2016, 2017, 2021, 2022), que son el cimiento y los pilares del procedimiento metodológico con el que estamos trabajando, se concibe el humor como una estrategia discursiva empleada por los hablantes en la interacción comunicativa con uno de dos propósitos fundamentales, que dan lugar a dos procesos opuestos: reforzar el endogrupo y confrontar (Ruiz Gurillo, 2022b, p. 86). Se atiende a las diversas dimensiones intervinientes en el fenómeno y a la relación que se establece entre ellas; así, se trabaja desde la consideración de la incongruencia como eje vertebrador, y se analiza cómo se produce (los guiones que se oponen) y cómo se resuelve (mecanismos lógicos), sin olvidar el análisis de las marcas y los indicadores empleados por los emisores, convertidos en recursos, y las características propias del género discursivo en relación con todo ello.

Como cualquier acción interaccional, el humor supone una negociación entre los participantes, que posibilita la construcción conjunta de la actividad comunicativa, en la que tienen un protagonismo especial la inmediatez, el dinamismo dialógico y la retroalimentación, característicos de la interacción oral, cara a cara, que nos ocupa (Ruiz Gurillo, 2022b, p. 86). Y, como no podía ser de otra manera, también los rasgos sociales de los interlocutores influyen de manera significativa, pues determinan la distancia social y, con ella, elecciones de diversa clase relacionadas con los usos lingüísticos o la estructuración de la interacción misma, además de dar cuenta, posiblemente, de patrones sociopragmáticos y geolectales.

En los estudios sobre humor interaccional, se toma la *secuencia humorística* como unidad de análisis, que Ruiz Gurillo define y caracteriza de la siguiente manera:

1 Para una revisión de las teorías y propuestas de estudio del humor, véase Ruiz Gurillo, 2012. En Ruiz Gurillo, 2022b, se ofrecen más detalles sobre el recorrido de las aportaciones fundamentales al *humor interactivo*, así como las referencias que consideramos de consulta obligada.

En la conversación la secuencia humorística es una estructura conversacional compuesta por diversos intercambios o diálogos que se estructura en torno a un mismo tema. Por lo común, la secuencia humorística comienza con una intervención irónica o humorística de un participante. Esta intervención puede ser continuada o no, dando lugar a secuencias humorísticas donde predomina el *Principio de Interrupción Mínima*, frente a otras donde el humor se mantiene a lo largo de diversas intervenciones (Ruiz Gurillo, 2022b, p. 89).

Y se tienen en cuenta las condiciones básicas del proceso de negociación conjunta del humor que posibilita su producción, que, en el modelo analítico de GRIALE, según explica Ruiz Gurillo (2022b, p. 90), tiene que ver con dos niveles complementarios: la negociación conversacional y la negociación metapragmática. En la primera, la alternancia característica en el papel de emisor y destinatario promueve el *humor continuado*, que es la forma natural del humor interactivo, si bien puede resultar fallido por causas diversas. La segunda, la negociación de significados en uso, que requiere comprensión o interpretación, activa el *modo humorístico*.

No se puede olvidar, además, el reconocimiento de *marcas e indicadores de humor* que se utilizan. Se trata de variables fundamentales para el análisis de la producción, y del reconocimiento, del humor interaccional y constituyen una seña de identidad del grupo GRIALE de gran valor para el estudio de la estrategia que nos ocupa (Ruiz Gurillo, 2012, 2014, 2020, 2022b; Timofeeva Timofeev y Ruiz Gurillo, 2021). Si bien suele considerarse la risa como marca inequívoca de humor, no es el único recurso que se emplea, además de que, en algunas ocasiones, este signo paralingüístico tiene una función estructural o expresiva que no se relaciona con el humor verbal.

Por ello, en el modelo de GRIALE, se atiende al empleo de distintas marcas humorísticas, concebidas como “un elemento lingüístico, paralingüístico o extralingüístico que ayuda a interpretar el humor” (Timofeeva Timofeev y Ruiz Gurillo, 2021, p. 90; Ruiz Gurillo, 2022b, p. 92), como son el tono irónico, las pausas, el volumen o las risas, y de indicadores humorísticos, esto es, el empleo de ciertos elementos lingüísticos que en el contexto específico solo se pueden interpretar de forma humorística, tales como usos fraseológicos y de neologismos,

utilización de diminutivos, de polisemia, etc. (Timofeeva Timofeev y Ruiz Gurillo, 2018, 2021; Ruiz Gurillo, 2022b, p. 93).

Como se especificaba previamente, en esta propuesta de análisis se atiende no solo a la producción en interacción, sino, también, a los efectos pretendidos o conseguidos con el humor, por lo que son variables fundamentales las que Ruiz Gurillo (2022b) considera “efecto que se logra” con el humor y “estilo de humor predominante” (p. 91). La primera permite diferenciar entre *humor de reforzamiento del endogrupo*, que crea o refuerza solidaridad y vínculo comunitario, esto es, une, y *humor confrontativo*, que permite la oposición o el enfrentamiento, es decir, distancia o separa. La segunda lleva a establecer cuatro estilos de humor básicos que intervienen en la producción y repercuten en la recepción; dos enfocados “al otro” y otros dos, hacia la propia persona: *afiliativo*, *agresivo*, *autodespreciativo* y *reafirmativo*.

Los efectos, por otro lado, se pueden relacionar con la cortesía, tal y como propone Alvarado Ortega (2012, 2017, 2022), y distinguir entre *humor con efecto negativo*, en el que la cortesía no está presente, y que se da cuando, en palabras de la autora “hay presencia de daño hacia la imagen pública de su oyente, de una persona ausente o se produce una crítica hacia una situación” (Alvarado Ortega, 2012, p. 16), y *humor con efecto positivo*, en el que puede estar presente o no la cortesía, que se produce cuando “hay ausencia de daño y crítica” (Alvarado Ortega, 2012, p. 16) y puede concretarse en humor de imagen positiva (dirigido hacia el oyente, una persona ausente o una situación) o en humor de imagen negativa (considerado autohumor). El primero de los tipos suele ser un humor de ataque, mientras que, el segundo, suele ser de afiliación, por lo que refuerza y estrecha lazos (Alvarado Ortega, 2022, p. 123).

Los estudios llevados a cabo sobre el humor en español han permitido a los miembros del grupo GRIALE proponer un marco teórico y metodológico válido para analizar la producción del humor, y, más concretamente para nuestros intereses, el humor interactivo, así como las circunstancias que lo favorecen. Además, el modelo tiene en cuenta los efectos que logran las secuencias humorísticas y el estilo predominante, así como la incidencia de la presencia o ausencia de rasgos coloquializadores.

Con un enfoque claramente interdisciplinario e integrador, desde GRIALE se ha atendido a diversas dimensiones propias del fenómeno que nos ocupa, entendido como estrategia discursiva, posibilitando un avance en el conocimiento que resulta fundamental en el momento que vivimos y que sirve de marco teórico-metodológico básico a la propuesta para el estudio coordinado del humor en interacción que aquí formulamos, partiendo, para empezar, de los corpus de entrevistas sociolingüísticas del *Proyecto para el estudio sociolingüístico del español de España y de América (PRESEEA)*.

Propuesta metodológica para el estudio sociopragmático del humor en interacción

El modelo analítico de GRIALE, que constituye nuestro pilar teórico y metodológico, así como el marco específico en el que se desarrolla o se ha de desarrollar la investigación coordinada del humor en interacción que aquí proyectamos, investiga la conversación espontánea, cuyos rasgos *primarios* y *coloquializadores* favorecen el empleo de esta estrategia pragmática y, como señala Ruiz Gurillo (2022b, p. 93), garantizan la producción y la comprensión de humor, así como su apreciación y su continuación habitual como respuesta.

Nuestra pretensión, sin embargo, no es estudiar la conversación coloquial, sino otro tipo de actividad interactiva cara a cara, producida de manera natural también, pero en un registro medio o semi-formal de lengua que viene dado por su carácter transaccional, conocida como entrevista sociolingüística. Esta forma de interacción presenta rasgos propios de la conversación, como el dinamismo dialógico y la retroalimentación, pero es semidirigida por el investigador o explorador, considerado destinatario en este caso, mediante módulos temáticos predeterminados, aunque no conocidos por el emisor o informante, y no técnicos, sino en su mayoría cotidianos. Investigador e informante, destinatario y emisor, no se conocen, lo que determina un contexto específico y la existencia de distancia social entre ellos.

Sin duda, el tipo de actividad comunicativa con la que trabajamos explica diferencias fundamentales entre los resultados obtenidos en los estudios sociopragmáticos del grupo GRIALE y los nuestros, y ha hecho necesario un ajuste importante de las unidades de análisis y de

las variables y variantes objeto de estudio, de las que se da cuenta en las páginas que siguen.

El corpus de datos y las unidades de análisis

El estudio sociopragmático del humor en interacción que aquí presentamos se enmarca en el macroproyecto internacional *PRESEEA*², desde el que se ha creado el mayor corpus existente de entrevistas semidirigidas, a partir de la recogida de materiales en la amplia red de comunidades hispanohablantes que lo componen, y que lleva más de una década ya de realización de investigaciones coordinadas sobre diversos elementos lingüísticos y fenómenos discursivos variables. La configuración metodológica para el estudio coordinado del humor en interacción la hacen los miembros del equipo de la Comunidad de Madrid que firman el artículo, que han emprendido recientemente su análisis en el habla de la capital española.

Las muestras de habla de la ciudad de Madrid y su entorno³ han sido recogidas por el equipo de sociolingüistas de la Universidad de Alcalá⁴, que ha partido de una estratificación de la población en función de los tres factores señalados en la metodología común del *PRESEEA*: sexo (hombre o mujer), edad (generación 1: de 20 a 34 años; generación 2: de 35 a 54 años, y generación 3: de más de 55 años) y nivel de estudios (sin estudios o con estudios básicos, con estudios medios y con estudios superiores), y ha empleado la clase de encuesta propuesta en el macroproyecto, entrevista realizada en forma de conversación semidirigida, con la que se han obtenido discursos de distintos tipos⁵,

2 Para ampliar información, puede revisarse el portal del proyecto: <https://preseea.uah.es/>

3 En la actualidad, contamos con cuatro corpus de la Comunidad de Madrid: *PRESEEA*-Alcalá de Henares, *PRESEEA*-Madrid (distrito de Salamanca), *PRESEEA*-Madrid (distrito y villa de Vallecas) y *PRESEEA*-Madrid XXI (distrito de Salamanca, en formato audiovisual).

4 Dicho equipo lo componen, en la actualidad, A. M. Cestero Mancera, I. Molina Martos, F. Moreno Fernández, N. Moreno Martín de Nicolás, Z. Núñez Bayo y F. Paredes García.

5 La entrevista está estructurada a partir de módulos temáticos: el tiempo, lugar donde se vive, familia y amistad, costumbres, peligro de muerte, anécdotas importantes en la vida, deseo de mejora económica. Las grabaciones se han transcrito íntegramente. La transcripción y el almacenamiento de los corpus se han realizado siguiendo las directrices marcadas para los materiales del macroproyecto *PRESEEA* (Moreno Fernández, 2021b).

que dan acceso a variables fónicas, morfosintácticas, léxicas y discursivas, así como a fenómenos pragmáticos como el que ahora nos ocupa.

La entrevista nos coloca ante una situación de no mucha solidaridad o inmediatez comunicativa, lo que está en correlación con la mayor presencia de protección de la imagen con estrategias pragmáticas, como el humor o la atenuación (Briz Gómez, 2007), y que previsiblemente nos permite, en principio, contar con un número suficiente de actos de habla con humor para su análisis.

Las entrevistas sociolingüísticas se encuentran, como la conversación, en el grupo segundo de la categorización de géneros discursivos en atención a la aparición en ellos de humor establecida por Tsakona (2017), que, en palabras de Ruiz Gurillo, comprende los “géneros en los que el humor es un rasgo opcional, aunque esperado, ya que su objetivo es crear efectos humorísticos” (2022a, p. 10). Dadas sus características específicas, que tienen que ver, sobre todo, con la semidirección de la interacción para tratar los módulos temáticos previamente establecidos y el desconocimiento entre los participantes, además de ser considerada, al menos en su comienzo, por el informante, como una actividad relativamente formal, es esperable que el empleo de humor verbal en las entrevistas del *PRESEEA* no sea tan frecuente como en la conversación cotidiana, que se produce en registro informal y entre conocidos habitualmente, y que, como antes adelantábamos, presenta una caracterización formal y estructural algo distinta también.

De ello daremos cuenta próximamente (Cestero Mancera, 2024), pero, para comenzar y avanzar, es necesario disponer del procedimiento metodológico para la investigación coordinada, de manera que los datos obtenidos en los análisis que se realicen puedan ser comparables, empezando por establecer las variables y variantes objeto de estudio, a las que se dedica de manera específica este trabajo.

En esta investigación, nos acercamos al humor considerándolo un fenómeno pragmático, una estrategia discursiva, desde una perspectiva interdisciplinar, que combina el análisis interaccionista y el análisis de la conversación con herramientas habituales en la sociolingüística variacionista, con objeto de dar cuenta no solo de su uso y funcionamiento, sino también, si los hay, de patrones sociopragmáticos y, a tra-

vés de la comparación con lo que acontece en otras comunidades, de patrones geolectales.

Como el del grupo GRIALE, nuestro objeto de estudio es el humor interactivo, concebido, a partir de Chovanec y Tsakona (2018, p. 9), como una negociación entre interlocutores del potencial humorístico que pueden tener determinadas formas, situaciones y producciones comunicativas.

El procedimiento analítico que llevamos a cabo para iniciar la investigación coordinada, como viene siendo habitual en los estudios de fenómenos sociopragmáticos en el *PRESEEA*, es de corte deductivo-inductivo. Partimos de las propuestas de unidades de análisis y de variables y variantes reconocidas en estudios previos, sobre todo los del grupo GRIALE, y efectuamos análisis piloto que nos permitieron establecer las necesarias o incidentes en la investigación que se proyecta.

En este caso, tras la revisión bibliográfica pertinente, se realizó un estudio exploratorio de 12 entrevistas de *PRESEEA*-Madrid, 6 del distrito de Salamanca y 6 del distrito de Vallecas, lo que nos permitió delimitar la unidad de análisis, una vez más, al acto de habla, trabajando con diversas formas estructurales de realizar los actos en la interacción comunicativa oral, y configurar las variables y variantes que nos lleven a conocer el uso y funcionamiento del fenómeno, a partir de su producción y su repercusión, acercándonos, tal y como hacen las investigadoras del grupo GRIALE, al humor como actuación (Ruiz Gurillo, 2022a).

Como es bien sabido, el análisis de la conversación ha establecido las unidades de análisis de la interacción comunicativa, especialmente en su dimensión formal, que posibilitan el desarrollo de la actividad de manera coordinada, negociada y, así, ordenada. Estas unidades se estructuran jerárquicamente, desde la menor —el turno— hasta la mayor —la conversación—, sin olvidar que, en interacción, no solo contamos con una unidad básica formal, sino también con una accional —la alternancia— que define el proceso interactivo mismo, que no es otro que el cambio de hablantes con posesión del turno de palabra, esto es, la alternancia en las funciones de hablante y oyente (Cestero Mancera, 2000).

Ahora bien, no siempre las unidades sirven para su cometido y, así, en ocasiones —muchas en la conversación española—, el hablante no puede comunicar todo lo que desea en un único turno, pues la dinámi-

ca interaccional, en la que tiene un papel fundamental la colaboración productiva —por la que surgen, entre otros fenómenos, las interrupciones, especialmente justificadas en nuestra cultura—, hace que los actos de habla programados para el turno se deban extender por más de un turno del mismo hablante, por un lado, y que sean realizados por los intervinientes, en cooperación, algunas veces, por otro.

Con estas evidencias de base, partimos, para el análisis socio-pragmático del humor, como hemos hecho en el de otros fenómenos discursivos en el marco del *PRESEEA*, del turno o de la intervención, como unidad formal estructural —definido como “periodo de tiempo que comienza cuando una persona empieza a hablar, o comunicar, y concluye cuando dicha persona deja de hacerlo” (Cestero Mancera, 2000, p. 20)—, del intercambio —formalmente una “sucesión de dos turnos producidos por participantes diferentes” (p. 37)— y, como no, de la secuencia — esto es, “sucesión de tres o más turnos con coherencia y cohesión temática o funcional” (p. 38)—.

Los movimientos de avance y construcción de la interacción misma son tenidos por actos de habla, que son los que, en realidad, constituyen las unidades básicas con aporte comunicativo. Y no se debe olvidar que un acto de habla puede producirse en un turno, pero, por el dinamismo, la negociación y la coordinación, en ocasiones se co-produce en un intercambio o más, configurando secuencias, tomadas como unidades de análisis por el grupo GRIALE (Ruiz Gurillo, 2012, 2022b) y denominadas, en este marco, *secuencias humorísticas*.

Dado que, en el tipo de interacción con la que trabajamos, el humor no es tan frecuentemente continuado como en la conversación coloquial, no podemos tomar como unidad de análisis la *secuencia* estructural, por lo que, con objeto de no confundir términos y conceptos, denominaremos secuencia humorística al conjunto de turnos e intercambios a través de los que se desarrolla un *acto de habla con humor*. Y será esta última nuestra unidad básica de análisis, entendiéndola como una unidad comunicativa con la que se realiza la acción completa proyectada por el emisor y considerando que puede efectuarse a través de un turno, un intercambio o una secuencia.

Para facilitar la comparabilidad de datos que permita conocer patrones sociopragmáticos y geolectales, como viene siendo habitual en

los estudios coordinados *PRESEEA*, analizamos 35 minutos de cada entrevista, desechando, siempre que sea posible, los 5 primeros, por tratarse de los más formales. Atendemos a las ocurrencias iniciadas por el informante, ya que, en el macroproyecto, no se estudian, salvo por razones determinadas, las intervenciones del investigador; ahora bien, dado que trabajamos con un fenómeno coproducido en muchas ocasiones, tenemos en cuenta las intervenciones del informante como reactivas al humor del explorador, por lo que la primera variable de análisis será siempre si la intervención humorística del emisor inicia acto de habla con humor (variante humor iniciativo) o es reactiva a un acto de habla con humor comenzado por el encuestador (variante humor reactivo).

El carácter transaccional de la conversación semidirigida del *PRE-SEEA*, aunque velado para el informante, y el desconocimiento entre los participantes, así como el contexto general de la interacción —que requiere, en principio, un registro medio o semiformal de lengua—, no favorece, como ocurre en la conversación espontánea, la aparición del humor y, sobre todo, su continuación, lo que establece una diferencia fundamental entre los dos tipos de actividades comunicativas. Ello nos lleva, como hemos mencionado previamente, a estudiar su forma de producción y su función en este tipo de interacción en profundidad, así como su efecto, a partir de un conjunto de variables y variantes que han resultado incidentes o necesarias en los primeros estudios, y que pasamos a detallar.

Variables y variantes de análisis

Para el establecimiento de las variables y variantes intervinientes en la producción y el efecto del humor en interacción comunicativa oral, en registro medio de lengua, se comenzó con un inventario inicial, elaborado, en su mayor parte, a partir de los estudios del grupo *GRIALE*, con el que, tras una depuración fruto de la experiencia investigadora sobre los corpus de entrevistas sociolingüísticas, se empezaron los estudios exploratorios.

El análisis pormenorizado de 12 entrevistas semidirigidas completas del corpus *PRESEEA*-Madrid, en el que se identificaron todas las ocurrencias de humor, nos permitió revisar rasgos, variables y variantes, y, mediante un procedimiento combinado deductivo e inductivo,

establecer factores y dimensiones de análisis para el estudio coordinado del humor en interacción. La ficha analítica, en cualquier caso, no está cerrada, y puede modificarse, reducirse o ampliarse, a medida que se avance en la investigación coordinada.

Los factores que consideramos relevantes para la descripción y explicación del uso y funcionamiento del humor en interacción comunicativa oral se pueden agrupar en diferentes bloques, concretamente, en factores lingüísticos (recursos verbales y no verbales de producción de humor), factores estructurales, factores pragmático-discursivos, factores enunciativos y factores situacionales, sociales y geográficos. Ahora bien, al analizar y codificar los datos partimos de la variable dependiente, como no podía ser de otra manera, que es el propósito con el que se hace humor, esto es, la función básica, y seguimos con el orden lógico de análisis que exponemos a continuación.

1) *Función básica del humor (variable dependiente)*

Siguiendo a Hidalgo e Iglesias (2009, p. 446) y a Ruiz Gurillo (2022b, p. 91), tomamos como variantes del propósito con el que se produce humor en las interacciones con las que trabajamos únicamente dos, que, a nuestro entender, pueden englobar todas las demás y suponen una clara oposición de funciones, a saber:

- Divertir y, con ello, solidarizar⁶ y conectar con el interlocutor, empleando la estrategia del humor;
- Confrontar y, con ello, controlar comportamientos y creencias que puedan crear conflictos⁷, utilizando el humor.

2) *Mecanismo básico para la producción del humor*

Tomando como base los principales motivos por los que se recurre al humor, a partir de Meyer (2000) y Ruiz Gurillo (2012), así como los mecanismos básicos para la producción del humor expuestos en

6 En ella se incluye el reforzamiento del endogrupo de Ruiz Gurillo (2022b, p. 86), así como todas las funciones de naturaleza positiva que menciona Alvarado Ortega (2022, p. 123), tales como reforzar imagen, estrechar lazos, proteger imagen, etc.

7 En ella se incluye el humor confrontativo de Ruiz Gurillo (2022b, p. 86), así como todas las funciones de naturaleza negativa a las que alude Alvarado Ortega (2022, p. 123). Mediante este humor, se ataca y se daña la imagen de otros, a través de la crítica o la burla (Hidalgo e Iglesias 2009, p. 446).

Hidalgo e Iglesias (2009), consideramos los que proceden de las tres teorías tradicionales:

- Incongruencia, producida por violación de patrones desde una perspectiva cognitiva⁸;
- Superioridad, manifestada mediante el humor ante comportamientos o cualidades no deseables⁹;
- Descarga, utilizando el humor para liberar energías o salir de situaciones de tensión o conflictivas¹⁰.

3) *Mecanismo lógico que facilita la resolución de la incongruencia*

Si se ha empleado como mecanismo de producción de humor la incongruencia, siguiendo a Ruiz Gurillo (2012), puede analizarse en mayor profundidad la secuencia humorística o el acto de habla con humor al discriminarse entre el tipo de mecanismo que facilita la resolución, distinguiendo entre:

- Mecanismos basados en relaciones sintagmáticas, cuando es el uso lingüístico el que produce humor;
- Mecanismos basados en razonamientos, cuando no se juega con el lenguaje, sino con el razonamiento para producir humor;
- Combinación de mecanismos, cuando se utiliza el lenguaje y el razonamiento para resolver incongruencias que producen humor.

8 Como menciona Garrote (2021, p. 33), la teoría de la incongruencia se basa en la transgresión de patrones que lleva a lo inesperado, según nuestra información lingüística o pragmática, lo que produce un humor no amenazador; se trata de un “choque entre las expectativas y la realidad” (Hidalgo e Iglesias, 2009, p. 434). Conviene destacar que es un mecanismo “no amenazador”, para no confundirlo así con la superioridad.

9 Como recuerda Garrote (2021, p. 33), esta teoría parte de la creencia de que los humanos se sienten superiores al humorizar con comportamientos ajenos, lo que refuerza identidades y diferencia o distancia de las metas del humor, confiriendo poder a la persona que lo produce. Podemos relacionar el mecanismo con el de “poder” de Hay (2000), tomando el humor como una estrategia que crea conflictos.

10 En este último caso, como apunta Garrote (2021, p. 33), se trata de la teoría de la descarga o liberación, en la que se consideraba ya desde épocas clásicas que el humor producía liberación de energía, reduciendo, así, la tensión y el estrés en situaciones conflictivas. Es posible relacionar este mecanismo con el denominado “liberación” o necesidades psicológicas de Hay (2000), por el que se usa el humor como estrategia para defenderse y hacer frente a problemas contextuales y no contextuales.

4) *Tipos de incongruencia*

Si se ha empleado como mecanismo de producción de humor la incongruencia, se puede analizar, además, el tipo de incongruencia que se da. A partir de Klein (2003, pp. 10-12), como recuerda Garrote (2021, p. 35), podemos diferenciar, para empezar, las siguientes variantes:

- Discrepancia física
- Distorsión y exageración
- Violación de expectativas
- Violación del comportamiento racional
- Violación del pensamiento conceptual
- Violación de las reglas del lenguaje.

5) *Tipos de comicidad*

Se emplee o no la incongruencia como mecanismo, analizamos el tipo de comicidad que se produce atendiendo a la forma de expresión utilizada. En este caso, puede repetirse información si el mecanismo básico es incongruencia, pero no lo hace si es superioridad o liberación, de ahí la necesidad de recoger el dato. Se distinguen tres variantes al respecto:

- Comicidad expresada por el lenguaje, esto es, humor explícito, que se basa en el uso de expresiones y formas lingüísticas, manipuladas o no;
- Comicidad expresada a través de las ideas creadas por medio del lenguaje, es decir, humor implícito, a partir de supuestos culturales, referencias o estímulos de distinto tipo;
- Comicidad de naturaleza híbrida, humor explícito e implícito.

6) *Causas del humor*

Hemos de considerar, también, cuáles son las causas específicas que provocan el humor, diferenciando, en principio, a partir de los estudios de GRIALE, entre las siguientes posibilidades:

- Absurdo
- Contradicción
- Inesperado
- Juegos de palabras y dobles sentidos
- Ruptura de la lógica.

7) *Manifestación humorística*

A continuación, y como variable de análisis previa a los recursos de humor, es necesario recoger la manifestación humorística concreta que emplea el emisor para hacer humor. Aunque solo hemos identificado cuatro en los estudios realizados hasta el momento, apuntamos aquí un repertorio de ocho tipos que creemos que podrían utilizarse:

- Adivinanza
- Anécdota
- Broma (sin componente crítico)
- Burla (con componente crítico)
- Chismorreo
- Chiste
- Enunciado con expresión de creencias o actitudes en tono humorístico
- Fantasía
- Parodia.

8) *Marcas de humor 1: elementos paralingüísticos*

Las variables consideradas recursos de producción de humor, reorganizadas en diversas categorías de marcas e indicadores, se han establecido a partir, sobre todo, de los trabajos de Gumperz (1982), Torres Sánchez (1999), Everts (2003), Hidalgo Navarro (2011), Ruiz Gurillo (2012, 2014, 2016), Malseyenka (2013), Burgers y Mulken (2017), Gironzetti (2017) y Timofeeva Timofeev y Ruiz Gurillo (2018, 2021). Dado que pueden utilizarse más de una marca de igual o diferente tipo en cada acto de habla con humor, se registran todas las que se identifiquen y se computan después, estimando que varía el grado en atención al número de marcas empleadas por el emisor.

Comenzamos con las marcas paralingüísticas, en las que distinguimos las siguientes variantes:

- Alargamiento de sonidos
- Aumento de velocidad de emisión
- Contraste prosódico
- Disminución de la velocidad de emisión

- Distintos tipos de voz
- Emisión entre risas
- Pausas
- Risa del emisor
- Volumen alto.

9) *Marcas de humor 2: elementos quinésicos*

Aunque no podemos trabajar con signos quinésicos en los corpus PRESEEA actuales ni en la mayoría de los corpus disponibles, por estar constituidos únicamente por grabaciones de audio, dado que se están recogiendo en estos momentos muestras en formato audiovisual, hemos considerado pertinente apuntar variantes quinésicas que pueden usarse como marcas de humor; concretamente, de manera general, las siguientes:

- Gestos faciales
- Gestos manuales
- Postura.

10) *Marcas de humor 3: elementos lingüísticos*

Finalmente, recogemos marcas lingüísticas, de las que se diferencian las siguientes posibilidades:

- Acotadores de humor
- Discurso directo
- Imitación de otras personas
- Nombres
- Repeticiones.

11) *Indicadores de humor 1: procedimientos semánticos*

Iniciamos ahora los indicadores de humor que pueden utilizar los emisores con los procedimientos semánticos, de los que reconocemos, hasta ahora, las variantes que mencionamos a continuación, que, como en el caso de las marcas, pueden combinarse, por lo que es necesario identificar también todos los indicadores empleados:

- Ambigüedad
- Antonimia/Retruécano

- Calambur
- Hipérbole
- Homonimia
- Paronimia
- Polisemia
- Pseudoabarcadores
- Sinonimia.

12) Indicadores de humor 2: procedimientos léxicos

El segundo tipo de indicadores lingüísticos de humor que analizamos son los procedimientos léxicos. En este caso, se distinguen los siguientes:

- Fraseología con uso canónico
- Término que expresa tabú
- Término valorativo
- Uso de elementos cuasi-léxicos.

13) Indicadores de humor 3: procedimientos de recreación léxico-semántica

Continuamos con los indicadores lingüísticos, atendiendo ahora a los procedimientos que suponen una creación o recreación léxico-semántica como los que destacamos a continuación:

- Comparación
- Creación léxica (invención de palabra)
- Equívoco lingüístico
- Etimología popular
- Eufemismo
- Fraseología con uso desautomatizado
- Ironía
- Juego de palabras
- Metáfora.

14) Indicadores de humor 4: procedimientos gramaticales

En este caso, diferenciamos las siguientes variantes:

- Composición

- Cuantificador
- Encomiástico
- Estilo directo
- Evidencial
- Oposición
- Prefijación
- Pregunta retórica
- Repetición o reformulación
- Sufijación apreciativa
- Sufijación no apreciativa.

15) Indicadores de humor 5: procedimientos de variación

Por último, distinguimos otros procedimientos que sirven de indicadores y que tienen que ver con el uso de la variación histórica, diatópica, diastrática o diafásica como productor de humor. Concretamente, tenemos en cuenta los que mencionamos a continuación:

- Cambio de dialecto
- Cambio de registro
- Cambio de sociolecto
- Cambio de variedad histórica.

16) Meta o blanco del humor

Una vez identificados los indicadores y las marcas de humor, documentamos hacia quién va dirigido. Para ello, se han establecido dos variables relacionadas. La primera nos permitirá recoger el blanco del humor habitual, distinguiendo entre las siguientes posibilidades:

- Sin blanco
- Hablante
- Interlocutor
- Tercera persona
- Grupo en el que se incluye el hablante
- Grupo en el que se incluye el interlocutor
- Grupo estereotipado
- Tipos, conductas, valores o actitudes sociales

- Prácticas discursivas.

Además, es posible anotar si se trata de humor negro o humor blanco, considerándolos, si aparecen, como variantes independientes.

17) Blanco de humor estereotipado

En caso de que el blanco de humor sea una entidad o un grupo estereotipado, se anota cuál es. De momento, hemos establecido los siguientes tipos:

- Jueces y abogados
- Médicos
- Profesores
- Políticos
- Curas
- Ricos
- Hombres
- Mujeres
- Niños
- Adolescentes, jóvenes
- Mayores, abuelos
- Lugares, regiones, zonas o países
- Vecinos
- Familiares, familia
- Scouts
- Gitanos y grupos conflictivos
- Ladrones
- Drogadictos
- Inmigrantes
- * Humor negro
- * Humor blanco.

18) Posición discursiva de marcas e indicadores fundamentales

Pasamos ahora a los rasgos estructurales y nos fijamos en cuál es la posición discursiva de las marcas y los indicadores que consideremos más relevantes. Somos de la opinión, con Kotthoff (1996) y con Hidal-

go e Iglesias (2009), entre otros, de que, en interacción comunicativa natural, el humor no siempre se realiza con ganchos y remate, por lo que no analizamos tales unidades, sino la ubicación de los recursos de humor en el acto de habla, distinguiendo entre las siguientes:

- Al inicio, en el interior y al final
- Al inicio
- En el interior
- Al final
- En el interior y al final
- Al inicio y al final
- Al inicio y en el interior.

19) *Tipología textual*

Seguimos con los rasgos enunciativos; concretamente, atendemos al tipo de intervención en la que se produce el acto de habla con humor o la secuencia humorística. Al respecto, como se hace habitualmente en los estudios PRESEEA, se establecen las siguientes variantes:

- Intervención expositiva
- Intervención narrativa
- Intervención descriptiva
- Intervención argumentativa
- Intervención ritual
- Intervención con actos impregnados de agresividad.

Y se anota si se trata de discurso reproducido o no, para analizar las posibles incidencias que ello tiene en el uso y funcionamiento del humor.

20) *Fuerza ilocutiva del acto de habla con humor*

Siguiendo también los estudios PRESEEA sobre fenómenos pragmático-discursivos, anotamos, para ver su incidencia en la estrategia de humor, el tipo de acto de habla en el que se produce, en atención a la fuerza ilocutiva, diferenciando entre:

- Directivo en beneficio del hablante
- Directivo en beneficio del oyente
- Asertivo de opinión
- Asertivo de información

- Compromisivo
- Expresivo de efecto negativo
- Expresivo de efecto positivo
- Otros.

21) *Actitud ante el humor*

Atendemos, ahora, a la reacción principal hacia el humor, desde un punto de vista estructural, que nos permite diferenciar tres posibilidades en las encuestas sociolingüísticas, reelaborando las del grupo GRIALE (Alvarado Ortega, 2013, 2014; Ruiz Gurillo, 2022b)¹¹:

- Humor conseguido, esto es, continuado, en la que el interlocutor sigue la interacción con humor también;
- Humor reconocido, pero no continuado, en la que el interlocutor reacciona con risa o algún apoyo o comentario no humorístico;
- Humor fallido, no continuado y no reconocido o no aceptado, en la que el destinatario no reacciona al humor o reacciona con rechazo.

En este caso, cuando no se produce humor continuado, secuencia humorística, no entendemos que el humor sea fallido, ya que puede conseguir su propósito; lo que no hay es humor interactivo.

22) *Estructura del acto de habla con humor (secuencia humorística)*

La reacción del interlocutor ante el humor lleva de manera directa a diferentes estructuras o unidades estructurales de la interacción con humor. En las encuestas sociolingüísticas encontramos los siguientes tres tipos:

- Intervención del hablante, cuando el acto de habla con humor se produce únicamente en la intervención del emisor y el destinatario no realiza ninguna aportación o lo hace en forma de turnos de apoyo, incluyendo en ellos la risa;
- Intercambio hablante-interlocutor, cuando se produce un intercambio, es decir, dos intervenciones a través de las que se desarrolla el humor;

11 Para una mayor profundización en el tema, véanse, entre otros, los trabajos de Hay (2001), Bell (2009) y Attardo (2020).

- Secuencia humorística, en la que el emisor inicia o produce un acto de habla con humor que es continuado por el interlocutor y se desarrolla a través de dos o más intercambios, conformando una secuencia humorística.

23) *Estilo humorístico básico*

Tras los rasgos estructurales, se inicia el análisis de rasgos pragmáticos y sociopragmáticos, empezando por el estilo humorístico, que nos lleva a distinguir, con Ruiz Gurillo (2022b, p. 91)¹², entre:

- Afiliativo, asociativo o cooperativo
- Agresivo
- Autodespreciativo
- Reafirmativo.

24) *Contenido expresado con humor*

A continuación, partiendo de los propósitos, temas, para los que se usa el humor como estrategia de Meyer (2000, pp. 318-322), completados con los documentados en los estudios exploratorios, hemos establecido las variantes que mencionamos aquí, si bien, en este caso, se trata de una variable muy abierta que irá creciendo en número de variantes a medida que se avance en la investigación:

- Identificación con interlocutores y cohesión grupal
- Presentación de punto de vista
- Presentación de emociones, sentimientos y sensaciones
- Crítica a quienes no cumplen normas sociales
- Enalzamiento de quienes cumplen normas sociales
- Distanciamiento y diferenciación de interlocutores o grupos sociales
- Crítica a comportamientos no cívicos
- Enalzamiento de comportamientos cívicos
- Crítica a comportamientos morales
- Enalzamiento de comportamientos morales
- Crítica de características físicas

12 Véase, para obtener información más detallada sobre los estilos de humor, Martin, Puhlik-Doris, Larsen, Gray y Weir (2003).

- Enalzamiento de características físicas
- Crítica de cualidades personales
- Enalzamiento de cualidades personales
- Crítica de habilidades básicas, vitales
- Enalzamiento de habilidades básicas, vitales
- Crítica de comportamientos no deseables
- Enalzamiento de comportamientos deseables
- Detalle de situaciones atípicas (anécdotas, hechos poco comunes, hechos (des)afortunados)
- Detalle de hábitos y costumbres relacionados con la forma de ser o comportamientos de personas
- Escape de circunstancias o coyunturas no deseadas, en la interacción
- Orden, petición o deseo, que implica imposición o acción de otros.

25) *Funciones sociales del humor*

Nos centramos ya en las funciones sociopragmáticas y pragmáticas del humor, comenzando con las consideradas sociales, que se han establecido a partir de las relaciones de poder, solidaridad y psicológicas de Hay (2000), y que permiten detallar más las funciones básicas:

- Agredir
- Mostrar superioridad
- Mostrar solidaridad
- Afiliarse o mostrar identidad grupal
- Defenderse
- Hacer frente a problemas y escapar.

26) *Funciones pragmáticas relacionadas con las imágenes*

Atendemos ahora a las funciones en relación con las imágenes de los interlocutores. A este respecto, se pueden diferenciar las siguientes posibilidades:

- Sin función relacionada con imágenes
- Salvaguardar la imagen propia
- Salvaguardar la imagen del interlocutor

- Salvaguardar la imagen de otros
- Atacar la imagen propia
- Atacar la imagen del interlocutor
- Atacar la imagen de otros
- Reforzar la imagen propia
- Reforzar la imagen del interlocutor
- Reforzar la imagen de otros.

27) *Fines pragmáticos*

Y tras las funciones es conveniente analizar el fin pragmático del humor, si bien, en muchos casos, es difícil decidirse por uno u otro, pues no se percibe claramente o puede producirse una combinación de varios. Distinguimos, en cualquier caso, las siguientes variantes:

- No se percibe fin pragmático claro
- Atenuar
- Reducir tensión
- Intensificar
- Valorar
- Burlarse
- Ridiculizar
- Reavivar la atención
- Divertir sin más.

28) *Recepción del humor*

Pasamos ya a las variables relacionadas con la reacción y el efecto del humor, esto es, con la parte de la interlocución. Empezamos por el tipo de reacción del humor que se produce, variable que complementa la de actitud ante el humor, pero desde la perspectiva pragmática, no estructural, y que nos lleva a distinguir entre tres variantes:

- Favorable, cuando hay co-construcción de humor;
- Neutra, cuando hay reconocimiento o reacción en forma de apoyo, pero no hay co-construcción de humor, o no se manifiesta reconocimiento, pero tampoco reacción en contra del humor;
- Desfavorable, cuando se produce reacción en contra del humor.

29) *Reacciones interaccionales fruto del humor*

Las reacciones del interlocutor al humor, según su posición al respecto, pueden manifestarse de maneras diferentes, lo que nos ha llevado a establecer las siguientes variantes, de momento, teniendo en cuenta consideraciones de Hidalgo e Iglesias (2009) o Alvarado Ortega (2022), que pueden darse de manera individual o combinadas:

- Sin reacción manifiesta
- Risa
- Sonrisa
- Sarcasmo
- Juego
- Comentario lúdico (continuación con humor)
- Cambio de tema
- Enunciado de repulsa
- Silencio
- Continuación sin atender al humor
- Contraataque
- Comentario en forma de apoyo o retroalimentación, no lúdico.

30) *Funciones de la continuación del humor*

Y se atiende ahora a qué función cumple la continuación del humor cuando se da, es decir, las intervenciones del destinatario en el humor co-construido o continuado. Siguiendo a Attardo (2001, p. 120) y a Alvarado Ortega (2014, 2017), distinguimos entre las siguientes variantes:

- Estrechar lazos, cooperando en interacción
- Proteger la imagen negativa
- Proteger la imagen positiva
- Proteger la imagen negativa del interlocutor
- Proteger la imagen positiva del interlocutor.

31) *Respuesta al humor*

En atención a la reacción del interlocutor, analizamos, también, a qué responde el interlocutor, cuando lo hace, teniendo en cuenta las variantes que se mencionan a continuación:

- Respuesta a la persona que produce humor
- Respuesta a lo dicho o hecho
- Respuesta a la persona que produce el humor y a lo dicho o hecho

32) *Efecto social del humor en la interacción*

Como última variable sociopragmática, se analiza y codifica, siguiendo la propuesta de Alvarado Ortega (2013, 2017, 2022), el efecto del humor en la interacción, diferenciando, como hace la investigadora, a partir de un efecto negativo, con daño, y un efecto positivo, sin daño, las variantes que siguen:

- Humor con efecto negativo hacia interlocutor
- Humor con efecto negativo hacia otro u otros
- Humor con efecto negativo hacia una situación
- Humor con efecto positivo hacia sí mismo
- Humor con efecto positivo hacia interlocutor
- Humor con efecto positivo hacia otro u otros
- Humor con efecto positivo hacia una situación.

Y pasamos ya al último grupo de variables, las situacionales, sociales y geográficas, que se mantienen constantes en los estudios coordinados PRESEEA para conocer la incidencia de estos factores en el uso y funcionamiento de los fenómenos y en la configuración de patrones. Las variables y variantes que se contemplan son las siguientes:

33) *Temática*

- Tema cotidiano
- Tema especializado
- Fórmulas rituales.

34) *Fin de la secuencia interaccional*

- Interpersonal, charla de manera natural;
- Transaccional, respuesta a pregunta formulada o a requerimiento de información.

35) *Registro*

Aunque el registro de las encuestas sociolingüísticas es semiformal o neutro, se aprecia un cambio del comienzo al fin de la interacción

que permite establecer tres posibles registros en grado de mayor a menor formalidad:

- Formal (entre el minuto 05 y 15 de la grabación)
- Neutro (entre el minuto 15 y 30 de la grabación)
- Informal (entre el minuto 30 y el 40 de la grabación).

36) *Edad*

- Grupo 1: edad comprendida entre 20-34 años
- Grupo 2: edad comprendida entre 35-54 años
- Grupo 3: de 55 años o más.

37) *Sexo*

- Mujer
- Hombre

38) *Nivel de instrucción*

- Nivel 1: con estudios primarios, terminados o sin terminar
- Nivel 2: con estudios secundarios, terminados o sin terminar
- Nivel 3: con estudios universitarios, terminados o sin terminar.

39) *Área geográfica o comunidad de habla*

- Madrid (distrito de Salamanca)
- Madrid (distrito de Vallecas)

...

Como acabamos de detallar, proponemos trabajar con 38 variables, consideradas dimensiones a través de las que se analizan cualitativamente y se codifican las ocurrencias de producción de humor y de reacción a humor en las interacciones comunicativas orales en el orden en que las hemos presentado. A ellas se puede añadir la variable 39, cuando se realicen comparaciones entre diferentes zonas o comunidades de habla que hayan sido estudiadas. Los resultados de los análisis cuantitativos nos llevarán a establecer las relaciones oportunas entre variables y variantes e, incluso, a modificar esta ficha inicial. Con vistas a aportar claridad con respecto a las variables establecidas, ofrecemos la Tabla 1, en la que se recogen todas las inventariadas, clasificadas por factores generales.

Tabla 1
Variables y variantes para el estudio coordinado del humor en interacción

Variable dependiente	Propósito de uso de humor	Funciones básicas del humor
	Factores cognitivos o híbridos	Mecanismo de producción de humor Mecanismo lógico de la incongruencia Tipos de incongruencia Tipos de comicidad Causas del humor
	Factores lingüísticos (paralingüísticos y quinésicos)	Marcas de humor 1: elementos paralingüísticos Marcas de humor 2: elementos quinésicos Marcas de humor 3: elementos lingüísticos Indicadores de humor 1: procedimientos semánticos Indicadores de humor 2: procedimientos léxicos Indicadores de humor 3: procedimientos de recreación léxico-semántica Indicadores de humor 4: procedimientos gramaticales Indicadores de humor 5: procedimientos de variación
	Factores enunciativos y pragmático-enunciativos	Manifestación humorística Tipología textual Fuerza ilocutiva del acto de habla con humor Blanco del humor Grupo estereotipado Contenido del acto de habla con humor Temática
	Factores estructurales	Posición discursiva de marcas e indicadores Estructura de la secuencia de humor
Variables independientes	Producción de humor	Estilo humorístico Funciones sociales Funciones pragmáticas relacionadas con imágenes Fines pragmáticos
	Recepción de humor	Actitud ante el humor Recepción del humor Reacciones interaccionales fruto del humor Funciones de la continuación del humor Respuesta al humor Efecto social del humor en la interacción
Variables independientes	Factores situacionales, sociales y geográficos	Fin de la secuencia interaccional Registro Edad Sexo Nivel de instrucción Comunidad de habla

Fuente: Elaboración propia.

Criterios específicos para el estudio coordinado del humor en interacción

El fin último del estudio coordinado del humor en interacción, como el de todos los fenómenos sociopragmáticos abordados hasta ahora en el marco del *PRESEEA*, es el conocimiento del uso y funcionamiento de la estrategia discursiva, en todas las dimensiones posibles; en este caso, en la producción y la recepción, así como el establecimiento de patrones socio y geolectales. Para ello, es necesario proyectar la investigación coordinada desde el principio, a partir de una ficha precisa de variables y variantes a las que se han de atender, que acabamos de presentar, y de unos criterios claros de análisis, que resumimos a continuación.

Fase 1. Análisis cualitativos

Se comenzará siempre con la identificación de ocurrencias en el corpus¹³, sobre la que se llevará a cabo el análisis cualitativo que permita la codificación de datos, a partir de las variantes de cada variable que aparezcan en cada una de ellas. Los datos quedarán, así, dispuestos para los análisis cuantitativos.

Fase 2. Análisis cuantitativos

(i) Los análisis cuantitativos se efectuarán sobre una parte de las entrevistas, con objeto de facilitar la comparabilidad de resultados, aunque se analizan completamente para conocer en profundidad el funcionamiento de la estrategia. Se tomarán 35 minutos de cada grabación analizada: del minuto 5 al 40. Se contabilizará, para sacar proporciones, el número de turnos de habla producidos por el informante en cada entrevista (en los 35 minutos seleccionados), así como los turnos con actos de habla con humor, y se hallarán frecuencias absolutas y relativas por sexo y grupos de edad y nivel de instrucción. Si se considera pertinente, se contarán también las palabras totales de los fragmentos utilizados para análisis cuantitativo y las palabras de turnos con humor, para disponer de más criterios de comparación.

13 Para la identificación de actos de habla con humor verbal, se establece, como principal, el criterio de que haya marcas y/o indicadores de humor; si no es así, no se ha de considerar que se trata de humor estratégico, ya que no da indicios de ello el hablante. No se puede olvidar, además, que el humor se analiza como estrategia pragmática, interaccional, y que, por tanto, ha de cumplir una función y debe responder a un mecanismo básico de producción (incongruencia, superioridad o descarga).

- (ii) Se analizarán únicamente las participaciones del informante como productor de humor, si bien se tendrán en cuenta las intervenciones del entrevistador en la conformación de intercambios y secuencias humorísticas, esto es, en la recepción, así como las reacciones del informante, si las hubiera, al humor iniciado por el investigador. Estas últimas se analizan de manera reducida y se marcarán con la variante *reactivo* en la codificación.
- (iii) Se tomará como unidad de análisis el acto de habla con humor, teniendo en cuenta las intervenciones a través de las que se realiza o co-produce, constituyan estos turnos, intercambios o secuencias.
- (iv) Los resultados fundamentales serán los obtenidos en los análisis cuantitativos. Se ha de efectuar estadística descriptiva, tablas de contingencia y pruebas de significación, como mínimo. Se recomienda el empleo del programa *Goldvarb* para manejar todos los datos a la vez, así como el del paquete SPSS, que ayudará a conseguir datos sobre el funcionamiento de las variables y la covariación relevante.

Fase 3. Interpretación y explicación de los datos

Para interpretar y explicar los datos, se considerarán las variables pragmáticas y, sobre todo, las situacionales, sociales y geográficas, así como las diferencias culturales y la incidencia del poder y la identidad a través de la práctica discursiva e interaccional.

Presentamos, a continuación, como adelanto del estudio socio-pragmático coordinado del humor en interacción, los primeros resultados relevantes, en comparación, cuando es posible, con los obtenidos en conversación coloquial por Ruiz Gurillo y Alvarado Ortega desde el grupo GRIALE¹⁴.

El humor en el habla de Madrid: primeros resultados

Como inicio del estudio del humor verbal en corpus orales en español, hemos analizado el rendimiento funcional de este fenómeno y los patrones sociolectales en el habla de informantes de la ciudad de Madrid. La investigación llevada a cabo nos ha permitido conocer el uso

14 Pueden verse los resultados de un primer estudio sobre 18 interacciones semidiri-gidas de PRESEEA-Madrid (distrito de Vallecas) en Cestero Mancera (2024).

estratégico de este recurso y, sobre todo, patrones sociolingüísticos y sociopragmáticos que nos llevan a entender en mayor profundidad su empleo en interacción. Presentamos, a modo de muestra, algunos resultados relevantes.

La investigación realizada sobre el corpus *PRESEEA*-Madrid (distrito de Salamanca) nos ofrece datos de interés acerca de la utilización del humor en esta comunidad, que se ha revelado de la forma que se describe a continuación. En primer lugar, el humor verbal es un recurso de uso frecuente en el habla de los madrileños, ya que, en 630 minutos de grabación analizados, de 18 entrevistas semidirigidas (9 de mujeres y 9 de hombres, todos del distrito de Salamanca, considerado tradicionalmente como de clases medias y medias altas), hemos documentado 164 casos de actos de habla con humor, lo que nos da una proporción de un acto de habla con humor cada 3,84 minutos de interacción.

En relación con los factores sociales con los que trabajamos (sexo, edad y nivel de instrucción), los resultados muestran que son las mujeres quienes producen un mayor número de actos de habla con humor, pues son las que emiten el 61 % de todos los casos identificados (100 de los 164 registros del corpus), mientras que los hombres efectúan 64, el 39 %, como se muestra en la Tabla 2. Este resultado revela que, en interacción semidirigida, las mujeres recurren más que los hombres a la estrategia discursiva que nos ocupa, pero también ocurre igual en interacción conversacional, tal y como han documentado, para el español, las investigadoras del grupo GRIALE (Ruiz Gurillo, 2012, 2022b; Alvarado Ortega, 2014) y, para el inglés, otros estudiosos del tema (Hay, 2000; Holmes, 2006; Kotthoff, 2006). Los datos de los que ahora damos cuenta parecen revelar el uso frecuente de una estrategia discursiva que podría tomarse como identitaria en el caso de la interacción comunicativa entre mujeres.

Tabla 2

Humor en interacción, en Madrid: sexo

		Sexo			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mujer	100	61.0	61.0	61.0
	Hombre	64	39.0	39.0	100.0
	Total	164	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Junto con las mujeres, son las personas de los grupos etarios 1 y 2 quienes más humor emplean, pues, en nuestro corpus, jóvenes y adultos realizan el 37.8 % y el 37.8 % de los actos de habla con humor, respectivamente (un total de 124 actos de habla con humor entre los dos grupos, el 75.6 %), mientras que el grupo de mayores de 55 años produce 40 casos de empleo de la estrategia, el 24.4 % del total. La diferencia entre los grupos de menor y mayor edad en el uso de humor apunta a que hay una progresión descendente en el uso de humor verbal como estrategia discursiva a medida que se avanza en edad.

Tal hecho podría ponerse en relación con las imágenes y su exposición, de manera que las personas de menor edad son más directas y espontáneas, y utilizan la estrategia como autoprotección también, mientras que los mayores intentan exponer las imágenes en menor medida en interacción semiformal. Por otro lado, la proporción de empleo mayor que hemos constatado puede explicarse también como señal de identidad, esto es, como marcador sociolingüístico.

Tabla 3

Humor en interacción, en Madrid: edad

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20-34 años	62	37.8	37.8	37.8
	35-54	62	37.8	37.8	75.6
	55 o más	40	24.4	24.4	100.0
Total		164	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

El nivel de instrucción de los hablantes, por último, se ha revelado, también, como incidente en el empleo de humor en interacción, como

puede apreciarse en la Tabla 4. Los hablantes con estudios básicos son los que producen humor con mayor frecuencia (60 actos de habla con humor en el corpus analizado, un 36.6 % del total), tanto hombres como mujeres, lo que indica que, en un contexto como el de la entrevista semidirigida, en un registro semiformal de lengua, la estrategia se convierte en un recurso de gran rendimiento funcional. Y lo mismo ocurre con los sujetos que tienen estudios superiores, que producen casi el mismo número de actos de habla con humor en nuestro corpus que los de estudios primarios, concretamente, 57 casos, el 34.8 % del total. Los hablantes de instrucción media, como ocurre con otros fenómenos sociopragmáticos, hacen un uso menos característico de humor en sus interacciones semidirigidas (47 casos, el 24.4 % del total).

Tabla 4
Humor en interacción, en Madrid: nivel de instrucción

		Nivel de estudios			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Estudios primarios	60	36.6	36.6	36.6
	Estudios secundarios	47	28.7	28.7	65.2
	Estudios superiores	57	34.8	34.8	100.0
Total		164	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Si atendemos ahora a la función básica con la que se emplea el humor en nuestras interacciones semidirigidas, hemos de decir que los resultados son contundentes y caracterizan, creemos, el empleo de humor en actividades comunicativas no prototípicamente humorísticas. En nuestro corpus, el 94.5 % de los casos identificados han sido producidos con el propósito de divertir y socializar, y únicamente el 5.5 % tiene como objetivo confrontar o controlar.

Las entrevistas de informantes de todos los sociolectos con los que trabajamos (por edad, nivel de instrucción y sexo) presentan usos de humor verbal con una función positiva en la gran mayoría de los casos, lo que confirma la utilización del humor como estrategia discursiva de cooperación en interacción, para mostrar solidaridad y estrechar lazos. Los resultados que hemos obtenido en Madrid son similares a los que presentan Ruiz Gurillo y Alvarado Ortega de sus conversaciones

entre valencianos (Ruiz Gurillo, 2022b; Alvarado Ortega, 2022), en las que el humor con una función positiva se emplea en el 85 % de los casos en interacciones entre hombres y en un 97 % entre mujeres, cifras cercanas a las de Madrid: 94 % y 95 %, respectivamente.

En estrecha relación con la función básica se encuentra el mecanismo empleado para generar el humor: incongruencia, superioridad y descarga o liberación. Como era de esperar, pues es el eje vertebrador del humor verbal, el mecanismo que genera asiduamente humor en la interacción de los madrileños es la incongruencia, con 118 registros, el 72 % del total de casos documentados en el corpus. La superioridad y la descarga son causantes únicamente del 28 % de los actos de habla con humor analizados.

La *incongruencia*, a partir de oposición de guiones, de la que puede verse un ejemplo en (1), resulta, como acabamos de mencionar, el mecanismo más rentable en interacción semiformal, mientras que la *superioridad*, que se manifiesta con cierta agresividad y crítica abierta, como se aprecia en (2), y la *descarga*, mediante la que se libera energía fruto de tensiones contextuales e interaccionales, como en (3), son tan poco frecuentes que pueden ser considerados peculiares. Estos resultados podrían, quizás, explicarse por el contexto de entrevistas semidirigidas con el que trabajamos, actividades transaccionales, en las que el control sobre las estrategias discursivas es mayor que en la conversación coloquial, más espontáneas siempre, por lo que no es habitual emplear estrategias que ataquen las imágenes de los interlocutores o terceras personas en nuestras interacciones semiformales:

(1)¹⁵

E: y // ehh el tráfico / hálbame del tráfico en este

I: ¿en el barrio?

E: en el barrio en este barrio

15 El entrevistador (E) pregunta al informante acerca del tráfico en la ciudad de Madrid que, por razones obvias, al informante (I) le parece un gran problema. En la crítica que hace, (I) alude a su forma de desplazamiento por la ciudad, que habitualmente es el metro. Parece, en un primer momento, que la razón de tomar el metro es que no quiere conducir por el barrio porque el tráfico es "horrible"; sin embargo, el motivo es que no tiene carné de conducir. Se trata, pues, de una incongruencia basada en una ruptura de expectativas (ya que, si se considera que el tráfico es "¡horrible!" es porque se conduce, y se va en transporte público para evitarlo).

I: ¡horrible!

E: en la ciudad / bueno la ciudad en la <ininteligible>

I: la ciudad en sí ya es un / ¡coñazo! **vamos yo me / yo habitualmente voy en metro / primero porque no tengo carné de conducir // ¡parece mentira! <risas = "E; I"/> oye // y segundo porque porque es lo más rápido**

PRESEEA-Madrid_H13_015

(2)¹⁶

I: ¡bueno! sí / hay hay <entre_risas> el clásico caco </entre_risas> la persona que se pone en los grandes eeh centros de de de estos de<alargamiento/> comerciales y que eeh son descuideros / vamos son descuideros o sea creo que no no son<alargamiento/> aah no creo que sea el el clásico criminal vamos a llamarlo

E: <simultáneo> hm hm hm </simultáneo>

I: <simultáneo> así ¿no? </simultáneo> que te<alargamiento/> navaja o tal para

quitarte / **a mi<alargamiento/> esposa<alargamiento/> en alguna ocasión ha habido una señora que ya la conoce todo el mundo que esa <entre_risas> en la confluencia <risas = "E"/> de Goya con Alcalá </entre_risas> ¡que ya la conocemos todos! ¡es que es tonta además! tonta porque / hace unos días un señor que la vio <cita> tú ¿qué haces aquí? <entre_risas> lárgate </entre_risas> <risas = "E"/> caradura no sé qué </cita>** pero / ese es el tipo de delincuencia porque // a mi madre así también una anciana han han la han abierto el piso en esa casa donde vive mi madre / el eeh el <vacilación/> la mayoría son jubilados y / los avispados estos que / entran en la casa se llevan las cuatro cositas que tienen / pero vamos delincuencia e<alargamiento/>n a ese nivel / a otro no no lo sé ya <simultáneo> tampoco puedo </simultáneo>

E: <simultáneo> sí sí sí </simultáneo>

PRESEEA-Madrid_H32_043

16 El entrevistador (E) pregunta al informante si hay delincuencia en el barrio. El informante (I) responde afirmando que sí hay delincuencia, aunque poco importante, y cuenta una anécdota en la que insulta a la persona a la que alude y se burla de ella, mostrando superioridad con el modo humorístico.

(3)¹⁷

E: ¿dónde viven? ¿viven lejos de Madrid?

I: <tiempo = "21:58"/> viven en Valencia / **¡me estás haciendo hija mía!** <entre_risas>**¡me estás <simultáneo> haciendo!** </entre_risas> </simultáneo>E: <simultáneo> **¡claro la </simultáneo> radiografía!**I: <entre_risas> **¡no no esto no es una radiografía!** </entre_risas>
<risas = "E"/> **¡me****han hecho una radiografía hace un rato y no era tanto como esto!**

E: ¿sí? <simultáneo> ¿te es <palabra_cortada/> </simultáneo>

I: <simultáneo> sí </simultáneo>

E: te está resultando?

I: sí porque son datos como muy personales

PRESEEA-Madrid_M32_047

Como mencionamos en el apartado previo, en el modelo de estudio del humor verbal propuesto por el grupo GRIALE son primordiales las marcas y los indicadores, esto es, elementos de la comunicación en forma de señales y pistas que emplea el hablante para completar el sentido de su enunciado y, al mismo tiempo, orientar al oyente hacia una correcta interpretación (Ruiz Gurillo, 2012, 2014). En la propuesta de investigación coordinada que aquí presentamos, las marcas y los indicadores son variables de gran relevancia, que permiten caracterizar la forma de los actos de habla con humor verbal en el tipo de actividad comunicativa que nos ocupa, así como identificarlos.

Los datos muestran que las marcas más comunes en el humor verbal en el habla de Madrid son aquellas de naturaleza paralingüística, de las que hemos documentado 324 en 164 actos de habla con humor, entre las que destacan las risas del emisor (72 casos, en 164 actos de habla) y la emisión entre risas (63 casos, en 164 actos de ha-

17 En intervenciones anteriores, la entrevistadora (E) ha solicitado información personal a la informante (I), preguntándole, entre otros, datos de su familia. En estos momentos, I siente que las preguntas son sobre temas muy personales, se siente incómoda con ellas, y así se lo hace ver a la entrevistadora, pero, dado que se trata de una acción no deseable en la interacción, utiliza el modo humorístico. El uso del humor le permite a I liberar las tensiones de la situación comunicativa.

bla), acompañadas asiduamente de una intensificación de palabras clave mediante subida de volumen (57 casos, en 164 actos de habla), y, en menor medida, el aumento de velocidad de emisión (39 casos), el alargamiento de sonidos (25 casos), el contraste prosódico (22 casos), la reproducción de distintos tipos de voz (18 casos), la disminución de velocidad de emisión (18 casos) o las pausas (10 casos). Las marcas lingüísticas, por su parte, no ocupan un lugar tan importante en la producción de humor en interacción, pues se han registrado únicamente 42. La más frecuente es el uso del discurso directo (26 casos), seguido de las imitaciones de personas (9 casos) y de repeticiones (6 casos)¹⁸.

Los indicadores humorísticos basados en recreación léxico-semántica y en procedimientos gramaticales son los que más rentabilidad han presentado en los actos de habla con humor de nuestros informantes. Concretamente, hemos documentado 32 casos de comparaciones, 13 de juegos de palabras y 9 de ironía, como procedimientos frecuentes. Cabe destacar, también, aunque sea un recurso léxico, el empleo habitual de unidades fraseológicas, pues ha sido el indicador más frecuente en nuestro corpus, con 38 ocurrencias. Este dato cobra sentido si tenemos en cuenta que el humor, para conseguirse, requiere cierto conocimiento compartido entre los interlocutores, por lo que no resulta extraño que se recurra asiduamente a este tipo de unidades culturales (de acervo común) para producirlo.

Por otra parte, los indicadores que menos emplean nuestros madrileños en interacción semidirigida son los basados en procedimientos semánticos (27 casos en total) y en procedimientos de variación (20 ocurrencias), que, sin embargo, parecen de uso frecuente en otros géneros humorísticos, como los monólogos, según ha apuntado en varias ocasiones Ruiz Gurillo (2012, 2014).

Por último, damos cuenta de algunos resultados relacionados con los factores sociopragmáticos de recepción del humor verbal, la otra dimensión propia de las actividades interaccionales que propone estudiar el grupo GRIALE. Atendiendo, concretamente, a los efectos

18 En esta ocasión, no hemos podido identificar marcas quinésicas, pues el corpus *PRESEEA*-Madrid está conformado por grabaciones de audio; no obstante, incluiremos el estudio de esta variable cuando se analice el corpus *PRESEEA*-Madrid XXI, que se está recogiendo en formato audiovisual, lo que permitirá ofrecer datos relevantes sobre este tipo de marcas no verbales.

sociales y al estilo humorístico, estudiados en conversación cotidiana por Ruiz Gurillo (2022b) y Alvarado Ortega (2022), hemos de mencionar que, en interacción comunicativa, tanto informal como semi-formal, es claramente característico el humor con efecto positivo. En nuestro corpus, es el efecto que tiene el 81.7 % de los actos de habla con humor documentados, frente a un 19.3 % de ocurrencias de efecto negativo.

Los efectos positivos más frecuentes han sido en humor dirigido hacia situaciones (en 57 actos) o hacia el propio hablante (en 47 actos); en el segundo de los casos, el emisor crea humor a partir de su propia imagen, siendo él, por tanto, el blanco, y lo hace utilizando un estilo humorístico autodespreciativo o reafirmativo. El efecto positivo es, como vemos, el más frecuente en las interacciones de nuestros madrileños; no obstante, el humor con efecto negativo tiene cierta presencia también, aunque no lo podemos considerar rentable, pues solo hemos registrado un 18.3 % del total de los casos con tal efecto, dirigido hacia imágenes de terceros.

En cuanto al estilo humorístico, el patrón hallado parece indicar que los madrileños, en interacción semidirigida, exhiben estilos cooperativos y asociativos, pues casi la mitad de los actos de habla con humor de nuestro corpus (el 46.3 %) se producen en estilo afiliativo. Los estilos agresivo, autodespreciativo y reafirmativo, como se puede ver en la Tabla 5, no tienen tanta rentabilidad ni difieren en proporciones de uso de manera significativa, si bien es destacable que hayamos documentado 33 casos de estilo agresivo en el humor interaccional analizado.

Tabla 5
Humor en interacción, en Madrid: estilos humorísticos

		Estilo humorístico básico			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Afiliativo / Asociativo / Cooperativo	76	46.3	46.3	46.3
	Agresivo	33	20.1	20.1	66.5
	Autodespreciativo	30	18.3	18.3	84.8
	Reafirmativo	25	15.2	15.2	100.0
	Total	164	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Consideraciones finales

Para desarrollar la investigación sobre el humor en interacción en el marco del *PRESEEA* que aquí presentamos, hemos partido de los presupuestos teórico-metodológicos del grupo GRIALE. Tomamos como base, de manera específica, sus estudios sobre el humor en la conversación espontánea, teniendo en cuenta que, en este tipo de interacción, como señala Ruiz Gurillo (2022b, p. 93), los rasgos *primarios* y *coloquializadores* favorecen el empleo de la estrategia que nos ocupa y garantizan la producción y la comprensión de humor, a la par que su apreciación y su continuación habitual como respuesta, conformando, de manera habitual, secuencias humorísticas.

Ahora bien, nuestras muestras no son de conversación coloquial, sino de otro tipo de actividad interactiva, producida de manera natural, pero de índole transaccional, en principio, y en un registro medio o semiformal de lengua, que se conoce como conversación semidirigida o entrevista sociolingüística. Se trata de una forma de interacción que tiene rasgos compartidos con la conversación, por ser un tipo de actividad comunicativa interactiva, como son el dinamismo dialógico y la retroalimentación, pero no es tan libre como ella, ya que la semidirige uno de los participantes, el investigador (que tiene el rol de destinatario o interlocutor), de manera oculta para el informante (emisor o hablante), a través de módulos temáticos, lo que proporciona un corpus homogéneo en cuanto a los temas tratados y a los elementos y recursos variables que se pueden emplear, pero, junto con el hecho de que los participantes no se conocen, la distancia bastante de la conversación cotidiana.

El tipo de actividad comunicativa explica, sin duda, las pocas diferencias generales documentadas en el uso del humor y la reacción a él en nuestros resultados y los de estudios recientes del grupo GRIALE (Cestero Mancera, 2024), que hemos avanzado, en parte, como ejemplo del modelo teórico y metodológico para el estudio coordinado del humor en interacción presentado.

La investigación iniciada nos ha permitido constatar ya que el humor es una estrategia de uso frecuente en el habla de los madrileños, como en el de los valencianos, en géneros no prototípicamente humorísticos, como son las interacciones semidirigidas o las conversaciones. Por otro lado, los resultados de los primeros análisis realiza-

dos han dado cuenta de la existencia de patrones sociopragmáticos: las mujeres y los jóvenes, así como los sujetos con nivel de instrucción bajo y alto, son los que más parecen mostrar, o reforzar, identidad grupal mediante el uso habitual de humor verbal; la distancia social también se ha revelado como factor explicativo, especialmente en relación con el menor rendimiento funcional de la estrategia en la interacción de los mayores de 55 años. El efecto del humor en interacción comunicativa suele ser positivo, y se dirige hacia imágenes, sobre todo del propio hablante, pero también implicadas en situaciones y, en menor medida, de otras personas; se consigue, sobre todo, con un estilo afiliativo, enfocado hacia “el otro”, aunque no falta el autodespreciativo o el reafirmativo, enfocado hacia “uno mismo”.

Los datos ofrecidos nos han permitido comprobar, finalmente, que el procedimiento metodológico para el estudio coordinado del humor verbal del que hemos dado cuenta en este artículo es viable, y que los corpus *PRESEEA* son idóneos para este tipo de investigaciones, por lo que no nos queda más que animar a los investigadores interesados en avanzar en el conocimiento del funcionamiento del humor verbal en interacción a emprender estudios sobre muestras de actividades interaccionales orales de otras comunidades españolas y americanas. Los resultados, y su contraste, nos llevarán al establecimiento de patrones sociopragmáticos y geolectales.

Referencias bibliográficas

- Alvarado Ortega, M. B. (2012). Una propuesta de estudio para el humor en la conversación coloquial. *ELUA*, 26, 7-28. <https://doi.org/10.14198/ELUA2012.26>
- Alvarado Ortega, M. B. (2013). Failed humor in conversational utterances in Spanish: A matter of impoliteness. En L. Ruiz Gurillo y M. B. Alvarado Ortega (Eds.), *Irony and Humor: From Pragmatics to Discourse* (pp. 191-217). John Benjamins.
- Alvarado Ortega, M. B. (2014). Humor y género: análisis de conversaciones entre mujeres. *Feminismo/s*, 24, 17-39.
- Alvarado Ortega, M. B. (2016). Variability, adaptability and negotiability in conversational humor: A question of gender. En L. Ruiz Gurillo (Ed.), *Metapragmatics of Humor: Current Research Trends* (pp. 192-214). John Benjamins.

- Alvarado Ortega, M. B. (2017). An approach to verbal humor in interaction. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 95, 594-603.
- Alvarado Ortega, M. B. (2021). Elementos lingüísticos del humor: el caso de la fraseología en las conversaciones de hombres. En E. Linares (Ed.), *Gender and Identity in Humorous Discourse / Género e identidad en el discurso humorístico* (pp. 75-93). Peter Lang.
- Alvarado Ortega, M. B. (2022). La conversación. Reacciones y efectos en el humor conversacional. En L. Ruiz Gurillo (Ed.), *Interactividad en modo humorístico. Géneros orales, escritos y tecnológicos* (pp. 113-136). Iberoamericana/Vervuert.
- Attardo, S. (1994). *Linguistic Theories of Humor*. Mouton de Gruyter.
- Attardo, S. (2001). *Humorous Texts: A Semantic and Pragmatic Analysis*. Mouton de Gruyter.
- Attardo, S. (2008). A primer for the linguistics of humor. En V. Raskin (Ed.), *The Primer of Humor Research* (pp. 101-155). Mouton de Gruyter.
- Attardo, S. (2020). *The Linguistics of Humor: An Introduction*. Oxford University Press.
- Attardo, S., y V. Raskin (1991). Script theory revis(it)ed: Joke similarity and joke representation model. *Humor*, 4(3-4), 293-347.
- Bell, N. D. (2009). Responses to failed humor. *Journal of Pragmatics*, 41(9), 1825-1836.
- Briz Gómez, A. (2007). Para un análisis semántico, pragmático y sociopragmático de la cortesía atenuadora en España y América. *Lingüística Española Actual*, 29(1), 5-40.
- Brône, G., Feyaerts, K., y T. Veale (2006). Introduction: Cognitive linguistics approaches to humor. *Humor*, 19(3), 203-228.
- Burgers, C., y M. van Mulken (2017). Humor markers. En S. Attardo (Ed.), *The Routledge Handbook of Language and Humor* (pp. 385-399). Routledge.
- Cestero Mancera, A. M. (2000). *El intercambio de turnos de habla en la conversación. Análisis sociolingüístico*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alcalá.
- Cestero Mancera, A. M. (2012). El proyecto para el estudio sociolingüístico del español de España y América. *Español Actual*, 98, 227-234.

- Cestero Mancera, A. M. (2024). Humor en interacción: patrones sociopragmáticos en el habla de Madrid. *ELUA. Estudios de Lingüística*, 41, 79-105. <https://doi.org/10.14198/ELUA.25454>
- Chovanec, J., y V. Tsakona (2018). Investigating the dynamics of humor: Towards a theory of interactional humor. En J. Chovanec y V. Tsakona (Eds.), *The Dynamics of Interactional Humor. Creating and Negotiating Humor in Everyday Encounters* (pp. 1-26). John Benjamins.
- Curcó, C. (1996). The implicit expression of attitudes, mutual manifestness and verbal humour. *UCL. Working Papers in Linguistics*, 8, 89-99.
- Davies, C. E. (2017). Sociolinguistic approaches to humor. En S. Attardo (Ed.), *The Routledge Handbook of Language and Humor* (pp. 472-488). Routledge.
- Everts, E. (2003). Identifying a particular family humor style: A sociolinguistics discourse análisis. *Humor*, 16(4), 369-412.
- Garrote, M. (2021). Análisis del humor en un corpus de habla infantil espontánea. *Spanish in Context*, 18(1), 30-55.
- Gironzetti, E. (2017). Prosodic and multimodal markers of humor. En S. Attardo (Ed.), *The Routledge Handbook of Language and Humor* (pp. 400-413). Routledge.
- Gumperz, J. (1982). *Discourse Strategies*. Cambridge University Press.
- Hay, J. (2000). Functions of humor in the conversations of men and women. *Journal of Pragmatics*, 32, 709-742.
- Hay, J. (2001). The pragmatics of humor support. *Humor*, 14(1), 55-82.
- Hidalgo Downing, R., y S. Iglesias Recuero (2009). Humor e ironía: una relación compleja. En L. Ruiz Gurillo y X. A. Padilla García (Eds.), *Dime cómo ironizas y te diré quién eres. Una aproximación pragmática a la ironía* (pp. 423-455). Peter Lang.
- Hidalgo Navarro, A. (2011). Humor, prosodia e intensificación pragmática en la conversación coloquial española. *Verba*, 38, 271-292.
- Holmes, J. (2006). Sharing a laugh: Pragmatic aspects of humor and gender in the work-place. *Journal of Pragmatics*, 38, 26-50.
- Klein, A. J. (2003). Introduction: A global perspective of humor. En A. J. Klein (Ed.), *Humor in Children's Lives: A Guidebook for Practitioners* (pp. 3-15). CT, Praeger.

- Kotthoff, H. (1996). Impoliteness and conversational joking: On relational politics. *Folia Lingüística*, XXX, 299-325.
- Kotthoff, H. (2006). Gender and humor: the state of the art. *Journal of Pragmatics*, 38, 4-25.
- Malseyenka, M. (2013). *Humor verbal en los discursos políticos a base del análisis de los discursos de Hugo Chávez*. En M. B. Alvarado y L. Ruiz Gurillo (Coords.), *Humor, ironía y géneros textuales* (pp. 61-81). Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- Martin, R. A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J., y K. Weir (2003). Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the Humor Styles Questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 37(1), 48-75.
- Meyer, J. C. (2000). Humor as a double-edged sword: Four functions of humor in communication. *Communication Theory*, 10(3), 310-331.
- Moreno Fernández, F. (1996). Metodología del 'Proyecto para el estudio sociolingüístico del Español de España y de América' (PRESEEA). *Lingüística*, 8, 257-287.
- Moreno Fernández, F. (2021a). Metodología del "Proyecto para el estudio sociolingüístico del español de España y de América" (PRESEEA). *Documentos PRESEEA de investigación, Documentos de trabajo*, Monografía 1. <https://doi.org/10.37536/preseea.2021.doc1>
- Moreno Fernández, F. (2021b). Marcas y etiquetas mínimas obligatorias para materiales de PRESEEA. *Documentos PRESEEA de investigación, Documentos de trabajo*, Monografía 2. <https://doi.org/10.37536/preseea.2021.doc2>
- Moreno Fernández, F., y A. M. Cestero Mancera (2020). El proyecto PRESEEA: desarrollos analíticos. *Verba*, Anexo 80, 119-138. <https://dx.doi.org/10.15304/9788418445316>
- Raskin, V. (1985). *Semantic Mechanisms of Humor*. Reidel. <https://doi.org/10.3765/bls.v5i0.2164>
- Ritchie, G. (2004). *The Linguistic Analyses of Jokes*. Routledge.
- Ritchie, G. (2018). *The Comprehension of Jokes. A Cognitive Science Framework*. Routledge.
- Ruiz Gurillo, L. (2012). *La lingüística del humor en español*. Arco/Libros.

- Ruiz Gurillo, L. (2014). Infiriendo el humor. Un modelo de análisis para el español. *CLAC*, 59, 148-162. http://dx.doi.org/10.5209/rev_CLAC.2014.v59.46712
- Ruiz Gurillo, L. (Ed.) (2016). *Metapragmatics of Humor: Current Research Trends*. John Benjamins.
- Ruiz Gurillo, L. (2019). El humor como hecho pragmático en español. *Revista de Investigación Lingüística*, 22, 183-198.
- Ruiz Gurillo, L. (2020). Humor e ironía. En M. V. Escandell-Vidal, J. Amenós Pons y A. K. Ahern (Eds.), *Pragmática* (pp. 591-607). Akal.
- Ruiz-Gurillo, L. (2021). Disrupted vs. sustained humor in colloquial conversations in peninsular Spanish. *Journal of Pragmatics*, 178, 162-174.
- Ruiz Gurillo, L. (2022a). Adoptando un humor interactivo. En L. Ruiz Gurillo (Ed.), *Interactividad en modo humorístico. Géneros orales, escritos y tecnológicos* (pp. 9-16). Iberoamericana/Vervuert.
- Ruiz Gurillo, L. (2022b). La conversación, la interacción coloquial y la negociación humorística. En L. Ruiz Gurillo (Ed.), *Interactividad en modo humorístico. Géneros orales, escritos y tecnológicos* (pp. 85-112). Iberoamericana/Vervuert.
- Ruiz Gurillo, L., de los Heros, S., y E. Linares Bernabéu (2021). Discurso y humor conversacional. En C. López Ferrero, I. E. Carranza y T. A. van Dijk (Eds.), *Estudios del Discurso / The Routledge Handbook of Spanish Language Discourse Studies* (pp. 316-330). Routledge.
- Timofeeva Timofeev, L., y L. Ruiz Gurillo (2018). Fraseología y humor: de semántica y pragmática. En A. Pamies, A. Magdalena e I. M. Balsas (Eds.), *Lenguaje figurado y competencia interlingüística* (pp. 151-163). Comares.
- Timofeeva Timofeev, L., y L. Ruiz Gurillo (2021). Marcas e indicadores humorísticos en las narraciones escritas de niños y niñas de 8, 10 y 12 años en español. Propuesta tipológica. *Spanish in Context*, 18(1), 83-112.
- Torres Sánchez, M. Á. (1999). *Estudio pragmático del humor verbal*. Universidad de Cádiz.
- Tsakona, V. (2017). Genres of humor. En S. Attardo (Ed.), *The Routledge Handbook of Language and Humor* (pp. 489-503). Routledge.

Veale, T. (2005). Incongruity in humor: Root cause or epiphenomenon?
Humor, 17(4), 410-428.

Yus Ramos, F. (2016). *Humour and Relevance*. John Benjamins.