

UNA PROPUESTA DE ESTUDIO PARA EL HUMOR EN LA CONVERSACIÓN COLOQUIAL¹

M. BELÉN ALVARADO ORTEGA

Universidad de Alicante

Belen.Alvarado@ua.es

Resumen

En el grupo de investigación GRIALE hemos desarrollado un método teórico que aplicamos a los enunciados irónicos con humor en diferentes géneros textuales, a partir de la violación de principios conversacionales. Además, tendremos en cuenta para el análisis la Teoría General del Humor Verbal propuesta por Attardo. Así pues, estudiamos la ironía y el humor en ejemplos de conversaciones extraídos de corpus de muestras reales del español peninsular (*COVJA* y *Corpus de conversaciones coloquiales*). En este trabajo, nos centramos en la aplicación de dichas teorías a los enunciados irónicos humorísticos que se producen en la conversación y estudiaremos los efectos que desarrollan; y comprobaremos que ironía y humor conviven en un mismo intercambio conversacional con un fin comunicativo.

PALABRAS CLAVE: ironía, humor, cortesía, efecto.

Abstract

In GRIALE research group we have developed a theoretical method to explain the ironic and humour utterances in different genres (Principle of Inversion). In this paper we focus on the application of this method and the General Theory of Verbal Humor by Attardo in ironic and humour utterances that occur in conversation, so that irony and humor coexist in a conversational exchanges. Therefore, we studied irony and humour with examples of spanish real conversations (*COVJA*, *Corpus colloquial conversations*).

KEY WORDS: irony, humour, politeness, effect

1. Introducción

En este trabajo presentamos una propuesta de estudio para analizar enunciados irónicos con efecto humorístico en la conversación, ya que, hasta el momento, se ha estudiado de forma preferente el humor en los géneros propiamente humorísticos, en los

¹ Este trabajo ha sido posible gracias al Proyecto FFI2008-00179: “Aplicaciones a la clase de español como lengua extranjera de la ironía y el humor”.

que el oyente está predispuesto al mismo, como el monólogo (Ruiz Gurillo, 2010), los chistes (Yus, 1996), las viñetas cómicas (Padilla, 2010) o los textos humorísticos (Attardo, 2001a), y se han dejado a un lado los géneros no humorísticos *per se*. Por eso, nos ocupamos en este trabajo de analizar enunciados reales de conversación coloquial en los que aparece el humor en el enunciado sin que el oyente se lo espere. En muchos de estos casos, observaremos que el humor se convierte en una estrategia narrativa y social, al igual que lo es la ironía y la cortesía. Así, nuestra hipótesis de partida en este trabajo es demostrar que el humor junto con otros efectos, como la ironía y la cortesía, se utiliza en la conversación con una finalidad positiva, como puede ser, por ejemplo, estrechar lazos entre hablante y oyente, y desmentir así la idea de que ironía y humor conviven únicamente con efectos negativos en la conversación.

Así, a pesar de que la mayoría de los trabajos relacionados con el humor desarrollan la idea de que el humor es un modo de agresión, como Ritchie (2005), Norrick (1993), Kotthoff (2003), Rogerson-Revell (2007) o Archakis y Tsakona (2005), entre otros; algunos de ellos incluyen la idea de que el humor puede ser una forma de cohesionar a un grupo conversacional (Norrick, 2003: 1342; Alba Juez, 2000, 2001). Por eso, nosotros nos centramos en demostrar que nuestra hipótesis de partida sobre la existencia de un humor positivo es verídica, y nos basamos en trabajos que estudian el humor y sus efectos, ya que en muchas ocasiones humor e ironía van unidos en el enunciado, desde un punto de vista verbal, y se pueden aplicar a enunciados de géneros no propiamente humorísticos.

Para llevar a cabo nuestro propósito, partiremos de la siguiente metodología. En primer lugar, del análisis que desarrolla el grupo GRIALE para el estudio de la ironía y el humor en español (Ruiz Gurillo y Padilla, 2009), y su relación con la cortesía. En segundo lugar, del estudio que realiza la Teoría General del Humor Verbal² propuesta por Attardo (2001a, 2008), y Attardo y Raskin (1991), en adelante TGHV, para el análisis de enunciados humorísticos, ya que consideramos que su propuesta se adecua en parte con la filosofía del grupo GRIALE (Ruiz Gurillo y Padilla, 2009), pues presenta un estudio de estos hechos desde el punto de vista pragmático y conversacional, y se puede aplicar a todo tipo de enunciados, no solamente a los que aparecen en géneros propiamente humorísticos (epígrafe 2). Este estudio se corroborará con ejemplos de humor,

² Existen tres grandes teorías (Raskin, 1985: 31-36) que se ocupan del humor verbal: las Teorías de la Incongruencia, las Teorías de la Agresión y las Teorías de la Liberación. La Teoría General del Humor Verbal (TGHV) de Attardo se encuentra dentro de las Teorías de la Incongruencia, como él mismo manifiesta (Attardo, 2001a: 22).

extraídos del *Corpus de conversaciones coloquiales* de Briz y el grupo Val.Es.Co. (2002) y del COVJA (*Corpus de la variedad juvenil universitaria del español hablado en Alicante*), de los que presentamos seis, para observar si el modelo que propone el grupo GRIALE y el modelo de Attardo dan una nueva visión para el estudio de estos enunciados conversacionales en los que aparece el humor y otros fenómenos, como estrategias conversacionales (epígrafe 3); y, finalmente, llegaremos a unas conclusiones sobre el estudio de este hecho pragmático (epígrafe 4).

2. El humor y la ironía en la interacción

Como hemos dicho anteriormente, la mayoría de los estudios que se han realizado sobre la relación que existe entre ironía y humor se fundamentan en el análisis del concepto de *agresión*³, ya que, hasta el momento, se han obtenido ideas preconcebidas sobre ironía y humor como formas que se utilizan en la interacción para mostrar la superioridad del hablante frente al oyente (Ritchie, 2005; Norrick, 1993; Kotthoff, 2003; Rogerson-Revell 2007; Archakis y Tsakona, 2005, entre otros).

Sin embargo, en un trabajo anterior en el que analizamos enunciados conversacionales irónico-humorísticos (Alvarado, en prensa) observamos que la ironía y el humor son hechos pragmáticos que pueden convivir en la interacción sin que su fin sea agredir al interlocutor. En estos casos, se utiliza la ironía y el humor, por ejemplo, para obtener complicidad entre los interlocutores, e, incluso, mostrar cortesía, es decir, presentan un fin positivo en la conversación y, por tanto, son considerados estrategias conversacionales.

Antes de comenzar con el desarrollo de nuestra hipótesis, creemos necesario dedicar dos subepígrafes a dilucidar qué entendemos por ironía y humor, y cuáles son las teorías que vamos a utilizar para explicar nuestro trabajo.

2.1. La ironía verbal

Las explicaciones pragmáticas más destacadas sobre la ironía aluden a diversas teorías entre las que afirman que la ironía es un acto de habla indirecto (Searle, 1980), una transgresión de la máxima de manera (Grice, 1991[1975]), un fenómeno que conlleva un uso interpretativo del lenguaje, que se explica como eco o como fingimiento (Sper-

³ Para obtener más información del tema, véase el monográfico dedicado al humor *Journal of Pragmatics*, 35 (2003).

ber y Wilson, 1994: 274; Wilson y Sperber, 2004: 265), o, incluso, un recurso de argumentación o polifonía (Anscombe y Ducrot, 1994).

Sin embargo, en el ámbito español, las explicaciones de ironía se ciñen básicamente a los trabajos de Haverkate (1985), (1990) y (1994), Reyes (1984), (1994), Reyes *et alii* (2000), Torres Sánchez (1999) y el grupo GRIALE (Ruiz Gurillo y Padilla, 2009). Nos centramos en esta última referencia, el grupo GRIALE, porque ofrece una explicación sistemática de la ironía verbal y se apoya en la pragmática de S. C. Levinson (Rodríguez Rosique, 2009). Sin negar el carácter particularizado de la ironía, se considera imprescindible recurrir a aquellas inferencias generalizables que conllevan la codificación de algunos indicadores y marcas como irónicos⁴.

De esta manera, la ironía es explicada por el Grupo GRIALE por medio de la inversión de los principios conversacionales levinsonianos (Rodríguez Rosique, 2009: 120). Recordamos que Levinson (2000) parte de que el requisito de Calidad (ofrecer un enunciado verdadero) es una condición previa que se debe dar en todo intercambio comunicativo. Cuando esto no sucede es porque alguno de los participantes del acto comunicativo ha violado algún principio conversacional de Levinson (2000).

Para GRIALE, en los contextos irónicos la inversión de distintos principios da lugar a diferentes tipos de ironía. Así, cuando se viola el Principio de Cantidad (C), que es el que nos sugiere dar la información exacta, estaríamos frente a la ironía prototípica (decir lo contrario), ya que las inferencias se obtienen por negación del enunciado. Mientras que en los casos en los que se invierte el Principio de Informatividad (I), que es el que propone dar la información suficiente, y el Principio de Manera (M), que es el que recomienda no utilizar expresiones ambiguas, la ironía es no prototípica, puesto que se infiere por la multiplicidad de referentes, en el primer caso, o por la aparición de expresiones marcadas, en el segundo (Ruiz Gurillo, 2011). De esta manera, el enunciado ofrece un significado figurado, en el que se utilizan expresiones marcadas para referirse a la realidad. Así, la teoría que propone GRIALE tiene como motor principal la inversión, es decir, las implicaturas conversacionales particularizadas que genera el enunciado se invertirían y, por tanto, se invierten a su vez los principios conversacionales. Este hecho prevalece sobre otros principios conversacionales que pueden aparecer en el mismo enunciado, como el de Manera o el de Calidad. Con esta explicación, podemos encontrar en los enunciados ciertos patrones recurrentes en el comportamiento de la ironía,

⁴ Entendemos por *marcas* aquellos elementos que ayudan a la interpretación irónica. Por su parte, los *indicadores* son estructuras de por sí irónicas. Puede consultarse también Ruiz Gurillo *et alii* (2004) y Alvarado (2005).

más allá de lo esencialmente contextual. Además, las marcas e indicadores que aparecen en el enunciado colaboran en crear un contexto irónico que el destinatario debe comprender como tal.

Por tanto, la ironía se concibe como fenómeno pragmático que se apoya en indicadores y marcas, por lo que es posible ofrecer una explicación que va más allá de los contextos particulares en los que la ironía se produce. Por tanto, este modelo nos permite explicar un mayor número de ejemplos irónicos humorísticos con significado inferido.

2.2. El humor verbal

Por su parte, el humor se ha tratado desde diferentes puntos de vista, como la sociolingüística, la etnografía, etc., aunque en este estudio nos interesa la perspectiva pragmática.

Dentro de las corrientes que se han ocupado del humor, Attardo (1994: 47) destaca las teorías de la agresión (para las que toda experiencia humorística surge como manifestación del sentimiento de superioridad del hombre hacia el hombre), teorías de la liberación (para las que el humor es efecto de una liberación de energía acumulada) y teorías de la incongruencia (que consideran que el humor se basa en el descubrimiento de una realidad o un pensamiento que resulta incongruente con lo que se esperaba). De todas estas visiones, nos interesan las teorías de la incongruencia, que tienen una visión pragmática, aunque dentro de ellas, obtenemos a su vez diferentes perspectivas, de las que destacamos la relevancia y la TGHV, porque se pueden aplicar a enunciados contextuales concretos y, a su vez, establecer generalizaciones.

Así, desde una visión relevantista, Yus (1996: 502) afirma que el humor se produce como una estrategia a la que llama *incongruencia-resolución*. Esta estrategia consiste, en primer lugar, en la producción por parte del oyente de expectativas cognitivas inválidas y, en segundo lugar, en la resolución por parte del hablante del dilema cognitivo, en el que el oyente reconoce que ha sido *engañado*, ya que no ha tenido en cuenta otras posibles interpretaciones. Este reconocimiento de engaño por parte del oyente da lugar al efecto humorístico. La ruptura de expectativas se afianza en términos de relevancia (Yus 1996: 504), es decir, el oyente interpreta el enunciado según el grado de pertinencia que considere que tiene y descarta la información que no es relevante para interpretar el enunciado correctamente. Esta visión exclusivamente relevantista no nos sirve para realizar generalizaciones en los intercambios conversacionales; de ahí que estudiemos la propuesta de la Teoría General del Humor Verbal de Attardo (2001a).

Para Attardo (2001a: 167) existen dos etapas en el humor: la capacidad para el humor (*humor competence*) y la actuación o el funcionamiento del humor (*humor performance*). La primera fase es la capacidad que tiene el hablante y el oyente de hacer y reconocer el humor en un contexto determinado, mientras que la segunda tiene que ver con el deseo y la disposición de apreciarlo. De esta manera, hablante y oyente participan activamente en el intercambio comunicativo, a partir de una serie de mecanismos lingüísticos en el enunciado que ayudan al interlocutor a la correcta interpretación del mismo (Alvarado, 2006). Esta idea es la que une la TGHV de Attardo con la propuesta de GRIALE que afirmaba que todo intercambio comunicativo irónico tiene a disposición del oyente indicadores o marcas, es decir, mecanismos lingüísticos bajo la terminología de Attardo, que sirven de pista para interpretar el enunciado de ese modo, en términos irónico-humorísticos, y no de otro. Por eso, a continuación, desarrollamos la TGHV de Attardo y Raskin (1991) que aplicaremos más tarde a los enunciados.

La Teoría General del Humor Verbal (TGHV) nace en 1991, cuando Attardo y Raskin realizan una revisión, de forma conjunta, de la propuesta de Raskin de 1985 sobre la Teoría del Humor de los Guiones Semánticos (Attardo, 2008: 107). En la teoría inicial, Raskin (1985) proponía una teoría exclusivamente semántica en la que afirmaba que el humor se basaba en la oposición de dos guiones semánticos distintos. Esta teoría no permitía hacer una distinción clara entre la información semántica y la información pragmática que ocasionaba el humor, lo que manifestaba sus deficiencias explicativas. Además, sólo es aplicable al análisis de los chistes, que es una forma humorística prototípica y muy simple en su estructura.

En ese momento de discusión entre Attardo y Raskin, ambos autores plantean una teoría que difiere de la anterior, porque, además de que amplía la perspectiva semántica a otras perspectivas como la pragmática, permite analizar formas más complejas de humor, por ejemplo, el humor en la interacción o en los monólogos.

De acuerdo con la TGHV (Attardo, 2001a: 22; 2008: 108), existen seis tipos de fuentes de conocimiento que permiten detectar si un texto es humorístico o no y que muestran entre sí una relación jerárquica. Estas fuentes de conocimiento son la oposición de guiones, el mecanismo lógico, la situación, la meta, las estrategias narrativas y el lenguaje, que describimos a continuación:

- La oposición de guiones (*script opposition*) es la única fuente de conocimiento que se ha heredado de la teoría inicial de Raskin. La oposición de marcos o guiones semánticos opuestos a la hora de interpretar un enunciado humorístico genera unas incongruencias que el oyente debe resolver en su interpretación final.

- El mecanismo lógico (*logical mechanism*) es el parámetro más problemático que tiene la TGHV, ya que es el que rodea al proceso de incongruencia-resolución, y la resolución es opcional en algunos casos de humor⁵ (Attardo, 2001a: 25); por tanto, no siempre vamos a disponer de esta fuente de conocimiento.
- La situación (*situation*) es todo aquello que rodea al humor, es decir, el contexto que evoca y genera el marco en el discurso del humor.
- La meta (*target*) muestra quién es el objetivo del humor. Attardo (2001a: 24) también considera que esta fuente de conocimiento puede ser opcional, porque existe un humor que no ridiculiza a nadie y no tiene un objetivo personal. Esta idea está estrechamente relacionada con el humor con efecto positivo y el humor con efecto negativo, que desarrollaremos más adelante.
- La estrategia narrativa (*narrative strategy*) tiene que ver con el género que se esté utilizando para expresar humor, es decir, si se trata de un chiste, la estrategia puede ser de pregunta-respuesta o de acertijo, por ejemplo, aunque puede ser mucho más compleja y basarse en mecanismos lógicos y razonamientos.
- Por último, el lenguaje (*language*) contiene toda la información necesaria para poder verbalizar un texto humorístico, es decir, el hablante posee todos los instrumentos necesarios para que un texto contenga las palabras adecuadas que den lugar a una oposición de sentidos y a una doble interpretación (polisemia, ambigüedad, polifonía, hipérbole, etc.)⁶.

Además, Attardo (2001a: 62) manifiesta que el humor es diferente según se produzca en textos narrativos o en la conversación. La diferencia fundamental se encuentra en la falta de planificación que existe en esta última y en la importancia que tiene el contexto para la correcta interpretación del enunciado. Sin embargo, el método de análisis de los diferentes textos humorísticos es el mismo (Attardo, 2001a: 82), ya que tiene que ver con la localización de los elementos lingüísticos humorísticos que aparecen en él, es decir, según se sitúen en la trama (*jab lines*⁷) o al final (*punch lines*⁸) del texto. Semánticamente son elementos iguales, y la única diferencia que presentan es su posición tex-

⁵ Téngase en cuenta el humor absurdo, por ejemplo, en el que no se espera que el oyente resuelva ningún enunciado.

⁶ Para GRIALE se trata de indicadores que facilitan la interpretación en clave irónica-humorística (Ruiz Gurillo y Padilla, 2009: 133).

⁷ Traduciremos como *gancho*, que es un golpe de boxeo, siguiendo con la terminología que utiliza Attardo.

⁸ Traduciremos como *remate final*.

tual y su función pragmática. De este modo, si aparecen en el centro de la conversación sirven para dar pistas al oyente sobre su intención humorística, es decir, se utilizan como gancho, mientras que si se dan al final se utilizan como remate humorístico.

En los casos en los que aparece un remate final, el hablante obliga al oyente a activar un nuevo marco o guión semántico para la correcta interpretación del enunciado, que contrasta con el que aparece al inicio del texto. Todo ello, se complementa perfectamente con la explicación que propone GRIALE para los enunciados irónico-humorísticos, ya que a partir de indicadores y marcas (última fuente de conocimiento que enuncia Attardo), el oyente puede interpretar el intercambio comunicativo como irónico y humorístico (Alvarado, 2006).

Además, como en este trabajo nos basamos en intercambios conversacionales, y no estamos ante un género humorístico de partida, como podría ser el monólogo o el chiste, el oyente debe poner en marcha su capacidad pragmática para entender el humor (*humor performance*).

Desde el punto de vista interaccional, Hay (2000) manifiesta que existen tres funciones principales del humor en la conversación: la solidaridad, el poder y las necesidades psicológicas. Cada una de estas funciones mantiene sus propias estrategias, así, en primer lugar, las estrategias que utiliza el hablante para mostrar solidaridad con el humor son: compartir vivencias, exaltar similitudes, cooperar en las bromas y bromear (Hay, 2000: 718). En este sentido, Holmes y Marra (2002) realizan un estudio del humor como estrategia social que sirve para estrechar relaciones interpersonales en el ámbito laboral. Además, esta voluntad del hablante de mostrar solidaridad a través del humor se relaciona con la hipótesis de partida del trabajo en la que pretendemos demostrar que hay enunciados conversacionales en los que el humor, la ironía y otros efectos surgen como estrategia conversacional para estrechar lazos entre los interlocutores, como veremos en el análisis de los ejemplos. En segundo lugar, para Hay (2000: 721) las estrategias que muestran poder con el humor son: crear conflictos, controlar el humor y bromear. Esta idea está relacionada con las teorías de la agresión (Attardo, 1994) que muestran la superioridad del hablante ante el oyente.

Por último, Hay (2000) enumera las estrategias que sirven para mostrar con el humor las necesidades psicológicas que son: defenderse, y hacer frente a problemas contextuales y no contextuales (Hay, 2000: 725) que, a su vez, mantiene una relación estrecha con las teorías de la liberación (Attardo, 1994), ya que el humor se utiliza de forma necesaria para liberar energía acumulada. Por tanto, Hay (2000) afirma que la solidaridad es una función del humor en la conversación, idea que compartimos para explicar sus efectos en la conversación.

3. Los efectos de la ironía y el humor en la conversación

En el epígrafe anterior hemos explicado qué se entiende por ironía y por humor verbal, desde el modelo teórico que propone GRIALE (Ruiz Gurillo y Padilla, 2009) para la ironía del español y desde la Teoría General del Humor Verbal de Attardo (2001a).

Si tenemos en cuenta el funcionamiento del humor (*humor performance*), Attardo (2001a: 120) relaciona la ironía y el humor en la interacción, y manifiesta que ambos hechos se utilizan fundamentalmente como estrategias de gestión social, y destaca de ellas la afiliación a un grupo, tanto inclusiva como exclusiva; la sofisticación, que tiene que ver con la destreza mental que posee el hablante; la evaluación, entendida como actitud ante el enunciado o valoración del mismo; y la cortesía, que sirve para salvaguardar la imagen social del hablante en los intercambios comunicativos.

Como vemos, en numerosas ocasiones, los efectos que puede causar el humor en la conversación, se encuentran relacionados con los que puede producir la ironía⁹, ya que humor e ironía son dos hechos pragmáticos que han estado vinculados desde la retórica tradicional, como explican Hidalgo e Iglesias (2009: 424). Además, el humor se ha tratado como un rasgo fundamental que sirve para evaluar la ironía negativa, es decir, el hablante que ironiza, ridiculiza a su víctima con el enunciado irónico, y ésta queda en evidencia ante sus interlocutores, produciendo humor.

Si partimos de esa idea, observamos que la ironía y el humor también se relacionan a su vez de forma positiva con la cortesía¹⁰, es decir, su uso sirve para destacar la imagen positiva del interlocutor y para estrechar lazos (Alvarado, en prensa). Si seguimos la definición de Brown y Levinson (1978, 1987: 13) sobre la cortesía, afirman que se basa en el concepto de *imagen pública*, que hay que proteger y, para ello, hay que evitar dañar la imagen pública de los demás:

Central to our model is a highly abstract notion of face which consists of two specific kinds of desire (face-wants) attributed by interactants to one another: the desire to be unimpeded in one's actions (negative face), and the desire (in some respects) to be approved of (positive face).

La imagen positiva es aquella que el individuo tiene de sí mismo y que aspira a que sea reconocida por el resto de miembros, esto es, que los demás acepten su forma de ser y actuar en alguna de sus manifestaciones. La imagen negativa se refiere al deseo de

⁹ Recordemos que la ironía es explicada por el Grupo GRIALE por medio de la inversión de los principios levinsonianos (Rodríguez Rosique, 2009: 120).

¹⁰ Véase también Matthews *et alii* (2006) para otros estudios que relacionan cortesía y humor.

cada individuo de que sus actos no sean irrespetados por otros, es decir, que sus acciones no sean impedidas y se afiance su derecho a la intimidad. De esta manera, el hablante desarrolla estrategias de comunicación que le sirven para mantener su imagen positiva y para defender su imagen negativa ante el oyente.

Brown y Levinson (1978, 1987: 213) enumeran en su obra una serie de estrategias indirectas para producir cortesía a través del lenguaje, entre las que están las bromas y la ironía. Según estos autores, estas estrategias ayudarían al hablante a defender su *imagen*¹¹ a través de implicaturas conversacionales, es decir, el hablante no sería claro en su intervención, puesto que viola la máxima de manera y de informatividad (Rodríguez Rosique, 2009: 110), y su oyente debe inferir en términos irónico-humorísticos lo que le está intentando comunicar en su enunciado. Con todo ello, deducimos que la ironía y el humor son estrategias que pueden utilizar la cortesía para llegar a su último fin (Alvarado, 2005: 45), pero no por ello son indispensables, como corroborará el análisis de ejemplos.

Por tanto, parece que podremos aplicar al humor el mismo esquema que planteamos en un trabajo anterior (Alvarado, 2009: 337) para resumir los efectos de la ironía en la conversación y su relación con la cortesía, ya que observaremos que gracias a la aplicación de la TGHV y al estudio del grupo GRIALE, ambos fenómenos funcionan de manera similar en la conversación:

HUMOR CON EFECTO NEGATIVO (- cortesía)	HUMOR CON EFECTO POSITIVO (+/- cortesía)	
-Hacia su oyente	Humor de imagen positiva	-Hacia su oyente
-Hacia una persona ausente		-Hacia una persona ausente
-Hacia una situación		-Hacia una situación
	Humor de imagen negativa	-Auto-humor

1. Cuadro adaptado de Alvarado (2009: 337)

De este modo, distinguiremos dos variables de humor según sus efectos en la conversación. Se da humor *con efecto negativo* en un enunciado cuando hay presencia de daño hacia la imagen pública de su oyente, de una persona ausente o se produce una crítica hacia una situación. En estos casos la cortesía no está presente porque el contexto no la admite. Si en el enunciado humorístico hay ausencia de daño y de crítica, estamos

¹¹ Sobre este concepto véase Bravo (2003: 101).

ante humor *con efecto positivo*. Esta perspectiva de humor se relaciona con la idea de *solidaridad* de la que han hablado autores como Attardo (2001b: 174), Kotthoff (2007: 264), Holmes y Marra (2002: 1684) o Hay (2000: 716), entre otros. Asimismo, este último tipo de humor con efecto positivo puede ser, a su vez, de imagen negativa o de imagen positiva, y la cortesía¹² puede aparecer como estrategia pragmática. Si es de imagen negativa, se produce auto-humor en el que el hablante se convierte en la meta del humor (Attardo, 2001a: 23; Kotthoff, 2007: 271) y debe conservar su imagen social, con el objetivo de que el resto de miembros de la conversación reconozcan su forma de ser y actuar. Por último, si el humor es de imagen positiva, el hablante desea integrarse en el grupo conversacional y el humor se puede producir hacia su oyente, hacia una persona ausente o hacia una situación¹³.

Así pues, demostraremos que el humor y la ironía son dos estrategias comunicativas que están al servicio del hablante y de la cortesía, y que se pueden utilizar para incluir o excluir a alguien del grupo conversacional, como veremos en el estudio de ocurrencias de conversación que realizamos a continuación.

En (1)¹⁴ observamos a varios interlocutores que dialogan sobre la etapa de estudiante de A en el extranjero y las comidas que se preparaba:

- (1) C: perooo un plato combinao
 A: ¡coño! platos combinaos me lo hago yo§
 B: § de tapas ni de coña ¿no?§
 A: § tenía una- tapas tampoco→ ¡qué va!// plato combinao me lo hago yo/ si tenía allí yooo una cocina/// mis huevos y mis cosas (RISAS)
 C: [(RISAS)]
 B: [(RISAS)=]
 D: [sus huevos]¹⁵
 B: = sus huevos y sus-§

¹² La relación directa entre cortesía y humor ha sido estudiada por Holmes (2000), y Holmes y Marra (2002).

¹³ La idea de que el humor es una estrategia conversacional ha sido estudiada por autores como Archakis y Tsakona (2005), que afirman que el humor *construye la identidad* de los hablantes.

¹⁴ Sistema de transcripción del grupo Val.Es.Co. (Briz y Grupo Val.Es.Co., 2002: 29-31)

¹⁵ Entre risas.

D: § mis huevos y yo somos así ¹⁶§
(Briz y Grupo Val.Es.Co., 2002: 62 [H.38.A.1:469-480])

En (1) observamos cómo el humor se desencadena por la emisión del enunciado *mis huevos y mis cosas* que reproduce A, en el que se juega con la polisemia de la palabra *huevos*. Así, los oyentes D y B interpretan el enunciado de forma irónica, y D construye una frase en estilo directo, *mis huevos y yo somos así*, emulando las palabras de A, en la que *huevos* se interpreta en sentido sexual como *testículos*. De este modo, se desencadenan las risas¹⁷ que, en este caso, son la consecuencia directa del humor verbal.

En este ejemplo, además, se produce la violación del Principio de Informatividad y Manera, puesto que con el uso de palabras polisémicas, que sirven de indicadores de ironía, el hablante activa varios referentes que el oyente interpreta adecuadamente, es decir, se ha producido una oposición de guiones que viene dada por la ambigüedad de significado que presenta la palabra *huevos*, como alimento o como parte sexual masculina. A esto hay que añadir que el mecanismo lógico de interpretación se ha visto alterado por un razonamiento imperfecto, ya que el oyente ha interpretado huevos como testículos. La situación en la que se produce el enunciado es una conversación coloquial entre amigos que han ido a comer al campo. En su enunciado, el hablante no pretende realizar humor de partida; sin embargo, la situación distendida en la que se encuentra y la ambigüedad de la palabra que utiliza hace que los oyentes interpreten de forma humorística *mis huevos y mis cosas*, que funciona como un gancho (*jab line*) en el enunciado. De ahí que sus interlocutores continúen y reproduzcan el remate humorístico en estilo directo *mis huevos y yo somos así*. Todo ello hace que A se convierta en la meta humorística del enunciado, sin que se dañe su imagen pública, ya que se trata de un grupo de amigos, y el humor en A tiene un efecto positivo en la conversación, estrechar lazos de camaradería entre ellos, por lo que la cortesía y la identidad de grupo se ven reflejados en este ejemplo de humor con efecto positivo hacia su oyente. La estrategia narrativa que se utiliza en esta conversación es la ironía, que favorece la interpretación humorística, como nos muestra la aparición de las risas, que es la marca y el efecto del humor.

En (2) los mismos interlocutores que aparecen en la conversación anterior dialogan sobre el tema de la infidelidad:

¹⁶ D reproduce irónicamente lo que supone podría haber afirmado A.

¹⁷ Sobre la relación entre risas y humor, véase Attardo (2008: 120), Archakis y Tsakona (2005: 44), Hay (2000: 711) o Kotthoff (2000: 64), entre otros.

- (2) C: si no pasa ná ↓ porque tenemos todos cuernos ↑ no pasa nada
 A: a mí no me ha puesto nadie los cuernos
 B: se los ha puesto él
 A: no he tenido ocasión de pon- de que me los pusieran aún
 B: se los has puesto tú a alguien ¿no?
 A: tampoco// se los han puesto// yo no le he puesto a nadie los cuernos
 B: has colaborado activamente
 A: por supuesto [(RISAS)=]
 B: [(RISAS)]
 A: = pero yo lo hacía sin- sin conocimiento§
 B: § de causa/ y de efecto (RISAS)
 (Briz y Grupo Val.Es.Co., 2002: 65 [H.38.A.1:599-610])

En (2) B intenta demostrar que A pertenece al grupo de los “cornudos”, como el resto de miembros del grupo, ya que estuvo con una chica que le fue infiel a su novio con él. El enunciado se interpreta de manera irónica y humorística gracias a la intervención de B *has colaborado activamente*, en la que se produce una variación diafásica, porque se utilizan palabras del registro formal en una conversación coloquial. Seguidamente, observamos que A participa en el mismo enunciado y responde a su interlocutor con el uso de un marcador del discurso que expresa acuerdo (*por supuesto*), con sentido recto y, por tanto, A reconoce ante sus amigos que es un *cornudo*. A ello se le suma la intervención de que lo hacía *sin conocimiento* (locución adverbial), y B apostilla *sin conocimiento de causa y efecto*, lo que convierte la locución coloquial en una locución con aspecto técnico, propia de una variedad más elaborada.

Además, se viola el Principio de Informatividad y Manera, puesto que con el uso de la fraseología se activan varios referentes a partir de la oposición de guiones entre *poner los cuernos* y que *le pongan a alguien los cuernos*, ya que el hablante diferencia entre estos dos marcos, porque no considera que él haya sido el agente de la acción. También se da una alteración del mecanismo lógico por parte del oyente, ya que el razonamiento que plantea el hablante es correcto, pero el oyente lo interpreta de otro modo para producir ironía y humor. Los indicadores que se utilizan, en este caso, el cambio de registro y la fraseología, funcionan como pista o gancho (*jab line*), *has colaborado activamente*, para desencadenar el remate final, *sin conocimiento de causa y efecto*. Además, la situación comunicativa se produce en un ambiente distendido entre amigos que están pasando un día en el campo, por lo que la meta del humor, aunque es de nuevo A, no se produce para dañar su imagen pública, sino para mostrar la identidad de grupo; por tanto, es un humor con efecto positivo hacia el oyente. La ironía que aparece en el

enunciado se utiliza como una estrategia narrativa que está al servicio del humor en la conversación.

En (3) continúan los mismos interlocutores que aparecen en los ejemplos anteriores conversando sobre una chica ausente, amiga de D:

(3) B: ¿QUÉ has estao en su casa/ cabrón↑ y te la has tirao ya?

D: no/ pero me lo dijo queee§

A: § se la lleva todos los días aaa casa hombre

D: sí/ y en el coche↑/ me coge la marcha↑ y (RISAS) y me pone la primera/ tú pásame las [papaas]

C: [(RISAS)]

B: [(RISAS)]/// pues tú en seguida pones la marcha atrás ¿no Caty?

D: yo sí

(Briz y Grupo Val.Es.Co., 2002: 55 [H.38.A.1:195-204])

En (3) los participantes pretenden que D confirme que se ha ligado a su amiga llevándola a casa en su coche. Sin embargo, como esto no ha sido así, D contesta a sus interlocutores con un enunciado irónico, (*sí/ y en el coche/ me coge la marcha y me pone la primera*), en el que juega con el doble sentido que presenta el verbo *coger*, que funciona como indicador; además, personaliza este juego de palabras con el uso del pronombre *me* (*me coge la marcha, me pone la primera*), para causar mayor impacto en su oyente. Por tanto, observamos que aparece una oposición de guiones semánticos, por un lado, se activa el marco semántico *llevar a su amiga en coche* y, por otro, *tener sexo con ella*. Se trata del primer gancho que aparece en el fragmento de conversación y que está dando pistas al oyente para su correcta interpretación. Esta oposición general de guiones favorece las incongruencias en la situación comunicativa en la que se encuentran los participantes, no olvidemos que están pasando el día en el campo. La meta del humor es la amiga ausente en la conversación. En este caso, la ironía y el humor tienen un efecto negativo sobre una persona ausente en la conversación, la amiga de D, ya que está insinuando que es una chica fácil. Sin embargo, por el contrario, este enunciado humorístico tiene efectos positivos en el grupo conversacional, ya que la ironía y el humor se utilizan como estrategias para corroborar la identidad del grupo y estrechar lazos con los interlocutores a través del lenguaje, que, en este caso, se manifiesta con la polisemia. Estamos ante un ejemplo de ironía continuada en el que las intervenciones producen continuos ganchos que el oyente interpreta de forma humorística por la ruptura de expectativas, tal y como nos muestran las risas.

En (4), continuamos con los mismos interlocutores que aparecen en los ejemplos anteriores. En este caso, D propone a sus amigos ver una película de vídeo por la tarde, en concreto una película de acción:

- (4) D: ver↓ esta] tarde se podía ver una película de video
 B: y mañana otra (RISAS)
 A: nooo Caty/ no te envíes/ hay que descansar esta [tarde]
 D: [no↓ pero] un- película de video normal↓ de esas deee acción
 A: (RISAS)
 B: de acción (RISAS)
 D: de acción/ hombre/// de Bruce Li [(RISAS)]
 B: [Susi y Puti] se van de→ (RISAS)
 (Briz y Grupo Val.Es.Co., 2002: 59 [H.38.A.1:355-364])

En (4) D quiere ver una película con sus amigos y hace una propuesta, a la que contesta B, provocando una ironía de efecto positivo, que continúa en varias intervenciones posteriores. Así, B se hace eco de lo dicho previamente por su interlocutor D (*-película de video_normal_de_esas_deee_acción*), y le otorga un doble sentido a la expresión "película de acción", juega con su uso metafórico y polisémico. Por lo que hay una oposición de guiones, por un lado, interpretamos *película de acción* y, por otro, *película pornográfica*.

Aunque D, tras la intervención irónica de B, responde defendiendo su argumento de ver una película de aventuras, es decir, no erótica, sus palabras *una película de video normal, de esas de acción*, son el gancho que utiliza para continuar la ironía, y de ellas se infiere que, en realidad, está colaborando con la ironía y produciendo humor, como muestran la aparición de las risas. La meta del humor es D, sin embargo, no se daña su imagen pública, sino que la ironía se utiliza como estrategia narrativa y comunicativa que sirve para estrechar lazos con sus interlocutores, y se manifiesta a través de los juegos de palabras, tal y como muestra el remate final, *Susi y puti se van de...* Por lo que se trata de humor e ironía con efecto positivo hacia su oyente.

En (5) los interlocutores están hablando de una noticia que apareció en televisión en la que se comentaba que el chocolate contenía una sustancia antidepresiva, que también lleva la marihuana:

- (5) [E1]: El cho- el cho- sí (--->)... *el chocolate de comer* [/simultáneo].
 [H2]: ¡Huy!, pues a mí me gusta mucho, ¿eh?
 [H3]: Si hablando de drogas, metes el chocolate (--->)... pues...

[E1]: Sí (--->), la gente deprimida siempre en las películas toma bombones.

[H4]: Porque es má[(s)] barato [risas].

[E1]: Pero, bueno [silencio] y es eso, y lleva la misma sustancia que lleva la marihuana... y la gente por eso se queda más a gusto, por lo mismo, en vez de, de comerse una tableta de chocolate, te fumas un porro, y no engorda.

(ALCORE, COVJA, grupo 10)

En (5) los interlocutores producen un diálogo con ironía continuada. Esto sucede porque E1 utiliza la palabra *chocolate* y especifica que es *de comer*. Aparece, así, una oposición de guiones, al igual que en los casos anteriores, ya que el oyente interpreta por un lado, el chocolate como alimento y, por otro, el chocolate como droga, es decir, el interlocutor ante una incongruencia resuelve con la interpretación más apropiada en este contexto. De este modo, se ha violado el Principio de Informatividad, puesto que se ha producido una multiplicación de referentes a partir de la polisemia de la palabra *chocolate* (chocolate como cacao y chocolate como marihuana) y, como consecuencia, también se ha violado el Principio de Manera, ya que se ha dicho algo de forma marcada (se ha especificado que el chocolate era de comer). Además, H4 cree pertinente realizar el comentario *porque es más barato*, intervención que utilizan el resto de interlocutores como gancho para continuar el humor, en el que la meta es la *gente deprimida*, es decir, terceras personas ausentes en la conversación. De este modo, la ironía se utiliza como estrategia comunicativa para producir humor con efecto positivo hacia una situación, puesto que los participantes del acto comunicativo han afianzado sus lazos de unión, y tiene, además, un efecto humorístico continuado que crea un ambiente de complicidad entre ellos, como vemos con la aparición de las risas.

En (6) encontramos a los mismos interlocutores que aparecían en el ejemplo (1). En este caso, se les ha caído el tapón de la botella y no lo limpian antes de ponerlo de nuevo:

(6) A: [sí sí] CÓGELÓ

C: pásame una poca/ bueno↓me pongo yo cocacol- y lo cojo

B: limpiarlo un poco ¡coño!

D: [(RISAS)]

B: [(RISAS)] desde luego tío→

D: (RISAS) es NATuraleza (RISAS) ¡hostia! esto estamos→ eeen la jungla/ (RISAS)§

B: § sí↓ la jungla de asfalto/ ¡no te jode! ¡me cagüen la puta!

(Briz y Grupo Val.Es.Co., 2002: 51 [H.38.A.1:41-49])

En (6) D ha cogido el tapón de la botella de Coca-cola que se les había caído al suelo, pero no lo ha limpiado antes de colocarlo de nuevo en la botella, como muestra la utilización por parte de B de la fórmula rutinaria subjetiva *desde luego tío*, lo que produce una oposición de guiones que causan el humor, ya que todos esperan que D limpie el tapón y no lo hace. El mecanismo lógico está basado en un razonamiento correcto, puesto que se supone que debería haberlo limpiado. La estrategia narrativa que utiliza es la ironía, así, D se encuentra en una situación comunicativa entre amigos y apropiada para no limpiar el tapón, como muestra su intervención irónica posterior es *NAturalaleza (RISAS) ¡hostia! esto estamos→ eeen la jungla*.

De este modo, D se convierte en la meta del humor, sin haberlo pretendido al inicio de su intervención, como observamos con las risas y la intervención de B, y se ve obligado a proteger su imagen negativa, que ha quedado dañada ante sus hechos. En este caso, se trata de un humor con efecto positivo pero de imagen negativa, ya que es un caso de auto-humor no intencionado.

4. Conclusiones

Una vez realizado el análisis de ejemplos de enunciados de conversación coloquial y aplicadas las teorías que fundamentan dicho análisis, debemos concluir afirmando que:

- En primer lugar, estamos ante enunciados que contienen ironía no prototípica y humor, es decir, en ellos no se dice lo contrario de lo que aparece, sino que se dice otra cosa distinta, y, por tanto, se pretende estrechar lazos con el interlocutor, aunque para ello deban atacar la imagen pública de otros, como ocurre en (3).
- En segundo lugar, los ejemplos muestran que la ironía y el humor se utilizan de forma mayoritaria para mostrar solidaridad, que nosotros denominamos efecto positivo, idea que autores como Attardo (2001b: 174), Kotthoff (2007: 264), Holmes y Marra (2002: 1684) o Hay (2000: 716), entre otros, ligaban exclusivamente al humor. Nosotros hemos demostrado en (1), (2), (4), (5) y (6) que ironía y humor conviven y pueden presentar un efecto positivo, siguiendo el esquema propuesto en Alvarado (2009), es decir, son estrategias conversacionales que están al servicio de los interlocutores y de la cortesía y, por tanto, se pueden utilizar para incluir o excluir a alguien del grupo conversacional. Se desacredita, así, la creencia tradicional que afirmaba que exclusivamente la ironía negativa estaba unida al humor.
- Como hemos visto, en nuestro análisis predominan los enunciados irónico-humorísticos con efecto positivo en la conversación, ya que en ellos no se ataca a la

imagen pública de ningún participante de la conversación, sino que se estrechan lazos entre ellos.

- En los ejemplos analizados, parece claro que no hay intención humorística de partida en el enunciado del hablante, sino que la polisemia y los juegos de palabras, que se utilizan como indicadores de humor e ironía y como ganchos, convierten la intervención en humorística, es decir, el humor surge como consecuencia de la oposición de guiones semánticos y de la violación del Principio de Informatividad y de Manera, que favorecen la ironía continuada, y, a su vez, la complicidad entre hablante y oyente.
- En definitiva, comprobamos que el modelo teórico de GRIALE y el modelo de la TGHV de Attardo se complementan para explicar enunciados conversacionales irónico-humorísticos, que emergen de la violación y la inversión de principios conversacionales, a los que le suceden una serie de inferencias y fuentes de conocimiento generalizables que el oyente debe interpretar de ese modo. Por tanto, el humor con efecto positivo es uno de los valores que puede presentar el enunciado irónico en la conversación, producido por la ruptura de expectativas en el oyente.

Recibido: 21-IX-2011

Aceptado: 23-XI-2011

6. Referencias bibliográficas

- Alvarado, M. B. (2005): "La ironía y la cortesía: una aproximación desde sus efectos", *ELUA*, 19, págs. 33-47.
- Alvarado, M. B. (2006): "Las marcas de la ironía", *Interlingüística*, 16, págs. 151-161.
- Alvarado, M. B. (2009): "Ironía y cortesía". En Ruiz Gurillo L. y X. Padilla (eds.): *Dime cómo ironizas y te diré quién eres: una aproximación pragmática a la ironía*. Frankfurt, Peter Lang, págs. 333-345.
- Alvarado, M. B. (2010): *Las fórmulas rutinarias del español: teoría y aplicaciones*. Frankfurt, Peter Lang.
- Alvarado, M. B. (en prensa): "Humor in colloquial conversation", *HUMOR. International Journal of Humor Research*.
- Archakis, A. y V. Tsakona (2005): "Analyzing conversational data in GTVH terms: A new approach to the issue of identity construction via humor", *HUMOR. International Journal of Humor Research*, 18, págs. 41-68.
- Attardo, S. (2001a): *Humorous texts: a semantic and pragmatic analysis*. Berlin, Mouton De Gruyter.

- Attardo, S. (2001b): "Humor and irony in interaction: from mode adoption to failure of detection". En Anolli, L., R. Ciceri & G. Riva (eds.): *Say not to say: new perspectives on miscommunication*, págs. 166-186.
- Attardo, S. (2003): "Multimodal markers of irony and sarcasm", *Humor: International Journal of Humor Research*, 16:2, págs. 243-260.
- Attardo, S. (2008): "A primer for the linguistics of humor". En Raskin, V. (ed.): *The primer of humor research*. Berlin, Mouton de Gruyter.
- Attardo, S. y V. Raskin (1991): "Script theory revis(it)ed: Joke similarity and joke representation model, *HUMOR: International Journal of Humor Research*, 4, págs. 293-347.
- Azorín Fernández, D. (Coord.) (2002): *ALCORE. Alicante Corpus del Español*. ISBN: 84-7908-684-X.
- Bravo, D. (ed.) (2003): *Actas del Primer coloquio del programa EDICE: La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*. Estocolmo, Universidad de Estocolmo.
- Bravo, D. y A. Briz. (eds.)(2004): *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Barcelona, Ariel.
- Briz, A. y Grupo Val.Es.Co. (2002): *Corpus de conversaciones coloquiales*. Madrid, Arco Libros.
- Brown, P. y S. Levinson (1978, 1987): *Politeness: Some universals in language usage*. New York, Cambridge University Press.
- Díaz Pérez, F. J. (2003): *La cortesía verbal en inglés y en español. Actos de habla y pragmática intercultural*. Jaén, Universidad de Jaén.
- Ducrot, O. (1986): "Esbozo de una teoría polifónica de la enunciación". En *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación*. Barcelona, Paidós, págs. 175-238.
- Escandell Vidal, M. V. (1995): "Cortesía, fórmulas convencionales y estrategias indirectas", *Revista Española de Lingüística*, 25, 1, págs. 21-66.
- Escandell Vidal, M. V. (1996): *Introducción a la pragmática*. Barcelona, Ariel.
- Fernández García, F. (2001): "Ironía y (des)cortesía", *Oralia*, 4, págs. 103-127.
- Goffman, E. (1981): *Forms of talk*. Oxford, Blackwell.
- Grice, H. P. (1975, 1991): "Lógica y conversación". En Valdés, L. (ed.): *La búsqueda del significado*. Murcia, Tecnos, págs. 511-530.
- Haverkate, H. (1985): "La ironía verbal: análisis pragmalingüístico", *Revista Española de Lingüística*, 15, 2, págs. 343-391.
- Haverkate, H. (1990): "A speech act analysis of irony", *Journal of Pragmatics*, 14, págs. 77-110.
- Haverkate, H. (1994): *La cortesía verbal. Estudio pragmalingüístico*. Madrid, Gredos.

- Haverkate, H. (2003): "El análisis de la cortesía comunicativa: categorización pragmalingüística de la cultura española". En Bravo, D. (ed.), págs. 60-70.
- Hay, J. (2000): "Functions of humor in the conversation of men and women", *Journal of Pragmatics*, 32, págs. 709-742.
- Hidalgo, R. y I. Iglesias (2009): "Humor e Ironía: una relación compleja". En Ruiz Gurillo L. y X. Padilla (eds.): *Dime cómo ironizas y te diré quién eres: una aproximación pragmática a la ironía*. Frankfurt, Peter Lang, págs. 423-455.
- Holmes, J. (2006): "Sharing a laugh: Pragmatic aspects of humor and gender in the work-place", *Journal of Pragmatics*, 38, págs. 26-50.
- Holmes, J. y M. Marra (2002): "Having a laugh at work: how humour contributes to workplace culture", *Journal of Pragmatics*, 34, págs. 1683-1710.
- Horn, L. H. ([1984] 1998): "Towards a new taxonomy for Pragmatic Inference: Q-based and R-based Implicature". En Kasher, A. (ed.): *Pragmatics*, vol. IV. Londres, Routledge, págs. 383-418.
- Kotthoff, H. (2000): "Gender and joking: on the complexities of women's image politics in humorous narratives", *Journal of Pragmatics*, 32, págs. 55-80.
- Kotthoff, H. (2003): "Responding to irony in different contexts: on cognition in conversation", *Journal of Pragmatics*, 35, págs. 1387-1411.
- Kotthoff, H. (2006): "Gender and humor: The state of the art", *Journal of Pragmatics*, 38, pág. 4-25.
- Kotthoff, H. (2007): "Oral genres of humor: on the dialectic of genre knowledge and creative authoring", *Pragmatics*, 17, págs. 263-296.
- Lakoff, R. (1973): "The logic of politeness or minding your p's and q's". En *Papers from the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society*. Chicago, Chicago Linguistic Society, págs. 292-305.
- Leech, G. H. (1983): *Principles of Pragmatics*. Londres, Longman.
- Levinson, S. (2000): *Presumptive Meanings*. Cambridge, MIT Press.
- Marimón, C. (2009): "La Retórica". En Ruiz Gurillo L. y X. Padilla (eds.): *Dime cómo ironizas y te diré quién eres: una aproximación pragmática a la ironía*. Frankfurt, Peter Lang, págs. 13-42.
- Matsumoto, Y. (1988): "Reexamination of the universality of face: Politeness phenomena in Japanese", *Journal of Pragmatics*, 12, págs. 403-426.
- Matthews, J. y J. Hancock y P. Dunham, P. (2006): "The roles of politeness and humor in the asymmetry of affect in verbal irony", *Discourse Processes*, 41 (1), págs. 3-24.
- Muecke, D. C. (1978): "Irony markers", *Poetics*, 7, págs. 363-375.
- Norricks, N. (1993): *Conversational joking: humour in everyday talk*. Bloomington, Indiana University Press.

- Padilla, X. (2004): "El tono irónico: estudio fonopragmático", *Español Actual*, 81, págs. 85-98.
- Padilla, X. (2005): "Del oyente receptor al oyente combatiente", *Estudios de Lingüística de la Universidad de Alicante*, 18, págs. 213-230.
- Padilla, X. y B. Alvarado (2010): "Being polite through irony". En April y Rodríguez (eds.): *Dialogue in Spanish. Studies in functions and contexts*, págs. 55-68.
- Raskin, V. (1985): *Semantic Mechanisms of Humor*. Dordrecht, D. Reidel.
- Reyes, G. (1992): "Lo serio, lo irónico y la búsqueda de interlocutor", *Voz y Letra*, III/I, págs. 19-34.
- Reyes, G. (1994): *Los procedimientos de cita, citas encubiertas y ecos*. Madrid, Arco-Libros.
- Reyes, G. (2002): *Metapragmática: Lenguaje sobre lenguaje, ficciones y figuras*, Valladolid, Secretariado de publicaciones.
- Reyes, G., E. Baena y E. Urios (2000): *Ejercicios de pragmática*. Madrid, Arco Libros (2 vols.).
- Ritchie, D. (2005): "Frame-shifting in humor and irony", *Metaphor and Symbol*, 20, págs. 275-294.
- Rodríguez Rosique, S. (2009): "Una propuesta neogriceana". En Ruiz Gurillo L. y X. Padilla (eds.): *Dime cómo ironizas y te diré quién eres: una aproximación pragmática a la ironía*. Frankfurt, Peter Lang, págs. 109-133.
- Rogerson-Revell, P. (2007): "Humor in business: a double-edged sword. A study of humour and style shifting in intercultural business meetings", *Journal of Pragmatics*, 39, págs. 4-28.
- Ruiz Gurillo, L. (2006): *Hechos pragmáticos del español*. Alicante, Servicio de publicaciones Universidad de Alicante.
- Ruiz Gurillo, L. (2009): "¿Cómo se gestiona la ironía en la conversación?", *RILCE*, 25.2, págs. 363-377.
- Ruiz Gurillo, L. (2011): "Para una aproximación neogriceana a la ironía y al humor en español", *RFE*, págs. 95-124.
- Ruiz Gurillo, L. (2012): *La lingüística del humor en español*. Madrid, Arco Libros.
- Ruiz Gurillo L. y X. Padilla (eds.) (2009): *Dime cómo ironizas y te diré quién eres: una aproximación pragmática a la ironía*. Frankfurt, Peter Lang.
- Schoentjes, P. (2003): *La poética de la ironía*. Madrid, Cátedra.
- Torres Sánchez, M. Á. (1999): *Aproximación pragmática a la ironía verbal*. Cádiz, Servicio de publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- Wilson, D. & D. Sperber (2004): "La teoría de la relevancia", *Revista de Investigación Lingüística*, VII, págs. 233-282.

Yus, F. (1996): “La Teoría de la Relevancia y la estrategia humorística de la incongruencia-resolución”, *Pragmalingüística*, 3-4, págs. 497-508.

Yus, F. (2003): *Cooperación y relevancia. Dos aproximaciones pragmáticas a la interpretación*. Alicante, Universidad de Alicante, Servicio de Publicaciones.