

Humor en interacción: Patrones sociopragmáticos en el habla de Madrid

Humor in interaction: Sociopragmatic patterns in the spoken language of Madrid

Autoría

ANA MARÍA CESTERO MANCERA
Universidad de Alcalá, España
anam.cestero@uah.es
<https://orcid.org/0000-0001-7836-7943>

Resumen

El estudio del humor verbal ha experimentado un desarrollo considerable en las últimas décadas, en las que se ha abordado, especialmente, desde disciplinas que trabajan con el habla, como la pragmática, la lingüística cognitiva o el análisis del discurso y de la conversación, lo que ha favorecido una ampliación del objeto de estudio y la aparición de propuestas y enfoques interdisciplinarios. Uno de los aspectos menos trabajados en relación con el humor verbal, no obstante, es su utilización como estrategia discursiva, de interacción, además de la variación condicionada por factores sociales. Con el objetivo de profundizar en el conocimiento del uso y funcionamiento del humor verbal en interacciones en registro medio de lengua, y de la incidencia que tienen en su producción factores como la edad, el sexo y el nivel de instrucción de los hablantes, hemos iniciado una investigación sociopragmática sobre el humor en el habla de Madrid, enmarcada dentro del *Proyecto para el Estudio Sociolingüístico del Español de España y América* (PRESEEA), que parte de los presupuestos teórico-metodológicos del Grupo de investigación sobre ironía y humor en español (GRIALE). En este artículo, presentamos los primeros resultados, que permiten confirmar que se trata de una estrategia de no mucha rentabilidad en la interacción semiformal de los madrileños, que se emplea sobre todo para divertir y unir, marcándose asiduamente con risa, emisión entre risas y contraste prosódico, y que así lo hacen, en los distritos de Vallecas de Madrid, en mayor medida, los jóvenes, las mujeres y las personas con nivel de instrucción medio o alto. Es habitual, además, que los interlocutores reconozcan el humor cuando se realiza y, en ocasiones, incluso, que colaboren en su co-construcción, mostrando con ello una actitud neutra o favorable, que tiene un efecto social positivo, con mucha frecuencia hacia la persona que lo produce, aunque, también, hacia otros sujetos y determinadas situaciones.

Palabras clave:

humor interactivo; variación sociolingüística; variación sociopragmática; PRESEEA; GRIALE; Madrid; España.

Para citar este artículo:

Cestero Mancera, A.M. (2024). Humor en interacción: Patrones sociopragmáticos en el habla de Madrid, *ELUA*, 41, 79-105.
<https://doi.org/10.14198/ELUA.25454>

Recibido: 27/06/2023

Aceptado: 14/09/2023

© 2024 Ana María Cestero Mancera

Financiación: 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.



Licencia: Este trabajo se comparte bajo la licencia de Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional de Creative Commons (CC BY-NC-SA 4.0): <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Abstract

The study of verbal humor has undergone a considerable development in the last decades, which has been approached from disciplines on discourse and, specifically, the spoken language, such as pragmatics, cognitive linguistics or discourse and conversation analysis. These multiple perspectives have favored an expansion of the object of study and the appearance of interdisciplinary theoretical approaches and methodological proposals in recent years. However, one aspect of verbal humor that has received very little attention is its use as a discursive and interactional strategy, as well as its variation according to social factors such as age, gender or educational background. Within the framework of the *Project for de Sociolinguistic Study of Spanish from Spain and America* (PRESEEA), a socio-pragmatic investigation to study verbal humor in the language from Madrid has been initiated, whose focus is the use of verbal humor in semi-formal register interactions, taking into account those sociocultural factors that have been less attended to in the literature by including age, gender, and level of instruction among the variables. The theoretical and methodological frameworks employed for the study are the ones developed by the research group GRIALE (*Research Group on Irony and Humor in Spanish*). In this article, we present preliminary results from the study of the one district in Madrid, Vallecas, which confirm that verbal humor is a socio-pragmatic strategy, mainly used to amuse and entertain, with low profitability for the speakers. The main manifestations of humor are continuous laugh, emission with laughter, and prosodic contrast, particularly so among younger generations, women, and speakers with an intermediate and high level of instruction. Interlocutors usually recognize humor whenever this occurs and, at times, speakers cooperate in the co-construction of humor, displaying a neutral or favorable attitude, with a positive social impact, mainly towards the person who utters the humorous act, but also towards other subjects or situations.

Keywords:

interactive humor; sociolinguistic variation; sociopragmatic variation; PRESEEA, GRIALE; Madrid; Spain.

1. INTRODUCCIÓN: EL ESTUDIO DEL HUMOR INTERACTIVO

Las cotas de profundidad a las que se ha llegado en el siglo XXI en el estudio del humor verbal, fruto de varias décadas de atención continuada al fenómeno desde perspectivas interdisciplinarias, han posibilitado la extensión de la investigación sobre esta estrategia a tipos de actividades discursivas y géneros no considerados prototípicamente humorísticos, entre los que está conociendo una relevancia especial el que ha venido a llamarse *humor interactivo* (Chovanec y Tsakona 2018). En España, el *Grupo de investigación sobre ironía y humor en español* (GRIALE), primordialmente su directora, Leonor Ruiz Gurillo, y dos de sus miembros más destacados, Belén Alvarado Ortega y Larissa Timofeeva Timofeev (Ruiz Gurillo 2012, 2014, 2019, 2021, 2022a, 2022b; Alvarado Ortega 2012, 2014, 2017, 2022; Timofeeva Timofeev y Ruiz Gurillo 2018, 2021), han iniciado y desarrollado el estudio del humor interactivo conversacional, y

han proporcionado un modelo analítico que posibilita su investigación desde diversos prismas, no solo la competencia sino también la actuación, la producción y la recepción, que está llevando a un conocimiento integral de gran interés en la actualidad.

GRIALE estudia el humor conversacional, con una propuesta teórico-metodológica de corte pragmático, fruto de la experiencia investigadora, en la que quedan integrados los aportes fundamentales de los modelos más influyentes (Ruiz Gurillo 2012, 2022b)¹, con el fin de conocer su forma de producción y su funcionamiento en interacción, así

¹ Concretamente, el conocido como *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 el que considera como principio explicativo del humor la búsqueda de relevancia óptima desde la teoría de la relevancia pragmática (Curcú 1996; Torres Sánchez 1999; Yus Ramos 2016; véase también Verschueren 2017).

como la incidencia que tienen en su uso factores sociales, situacionales y culturales (Ruiz Gurillo 2012, 2014, 2019, 2021, 2022a, 2022b; Ruiz Gurillo *et al.* 2021; Alvarado Ortega 2012, 2014, 2016a, 2017, 2021a, 2022). Las autoras consideran que los hablantes utilizan el humor, en conversación, como una estrategia discursiva, para *reforzar el endogrupo*, esto es, unir, o para *confrontar*, desunir y distanciar (Ruiz Gurillo 2022b, p. 86); que la *incongruencia* es el mecanismo que lo produce y explica, y que, para obtener un conocimiento exhaustivo, por el dinamismo interaccional, se ha de prestar atención tanto a la *acción* del emisor como a la *recepción* del destinatario. Se trata, por tanto, de un acercamiento multidimensional, que tiene en cuenta no solo la realización, sino, también, los efectos y la reacción al humor, y que se efectúa a partir de análisis cualitativos y cuantitativos, contextualizados siempre, sobre muestras de conversaciones reales ocurridas de manera natural.

La unidad de análisis con la que trabaja el grupo GRIALE es la *secuencia humorística*, definida por Ruiz Gurillo como “una estructura conversacional compuesta por diversos intercambios o diálogos que se estructura en torno a un mismo tema” (Ruiz Gurillo 2022b, p. 89), que comienza con la intervención humorística o irónica de un interlocutor, normalmente continuada por otro u otros, si bien también puede no dilatarse e, incluso, no contestarse. Según explica la investigadora, la negociación propia de la actividad interaccional comunicativa se concreta en la producción de humor en dos niveles diferentes, aunque relacionados: por un lado, la negociación conversacional en la alternancia en los papeles de emisor y receptor, que favorece el *humor continuado* y se ha revelado en los trabajos del grupo GRIALE como la forma más asidua y natural de humor interactivo; por otro lado, la negociación de significados en uso, que requiere producción y comprensión e interpretación y que activa el llamado *modo humorístico*.

Y hemos de destacar dos piezas de este modelo analítico que, sin duda alguna, constituyen una seña de identidad de GRIALE y son claves para la identificación y

caracterización de la producción de humor: las *marcas* y los *indicadores* que utiliza el emisor y han de ser reconocidos por el destinatario para el adecuado funcionamiento de la estrategia discursiva (Ruiz Gurillo 2012, 2014, 2020, 2022b; Timofeeva Timofeev y Ruiz Gurillo 2018, 2021). Las primeras, de entre las que destacan la risa o la elevación de volumen, son elementos lingüísticos, paralingüísticos o kinésicos que produce el emisor como marcas de humor y ayudan al destinatario a interpretarlo o recibirlo como tal (Timofeeva Timofeev y Ruiz Gurillo 2021, p. 90; Ruiz Gurillo 2022b, p. 92). Los indicadores de humor, como ambigüedades y polisemias, usos fraseológicos canónicos o desautomatizados, eufemismos, ironías, repeticiones, preguntas retóricas o cambios de registro, entre otros, pueden considerarse elementos o fenómenos lingüísticos interpretables en el contexto en que se dan únicamente en clave de humor (Timofeeva Timofeev y Ruiz Gurillo 2018, 2021; Ruiz Gurillo 2022b, p. 93).

Como antes mencionábamos, en esta propuesta original, GRIALE atiende, además, al “efecto que se logra” con el humor, pretendido y conseguido, lo que se relaciona, de manera directa, con el “estilo de humor predominante” y, también, con la cortesía. Los efectos del humor verbal, según indica Ruiz Gurillo (2022b, p. 91), son el *reforzamiento del endogrupo*, de manera que funciona como estrategia de solidaridad y vínculo comunitario, o el *confrontativo*, que enfrenta y separa o distancia. Si se relaciona, por otro lado, los efectos del humor con la cortesía, como hace Alvarado Ortega (2012, 2017, 2022), se puede distinguir entre *humor con efecto negativo*, en el que hay daño hacia una imagen pública o crítica hacia una situación (Alvarado 2012, p. 16), y *humor con efecto positivo*, en el que no se produce daño o hay ausencia de crítica (Alvarado 2012, p. 16); el positivo tiene efecto afiliativo y estrecha lazos y el negativo ataca y resulta, por tanto, confrontativo (Alvarado 2022, p. 123). Las investigadoras, finalmente, trabajan con cuatro estilos de humor básicos que se dan en la producción y repercuten en la recepción, a saber, *afiliativo* y *agresivo*, enfocados



hacia el interlocutor o terceras personas, y *autodespreciativo* y *reafirmativo*, dirigidos hacia el propio emisor (Martin *et al.* 2003).

Al igual que otras muchas acciones interaccionales, el humor supone una negociación entre los participantes que lleva a la construcción conjunta de la actividad comunicativa. Son de gran relevancia, por tanto, la inmediatez, el dinamismo dialógico y la retroalimentación que caracterizan la interacción oral, cara a cara, así como los rasgos coloquializadores propios de la conversación informal, que no se pierden de vista, en ningún momento, en el estudio empírico del humor verbal (Ruiz Gurillo 2022b, p. 86). Y se atiende, por último, de manera prioritaria en este modelo analítico, a la incidencia de rasgos sociales de los participantes en el uso y funcionamiento del humor verbal en interacción, pues determinan la distancia social y, con ella, selecciones de recursos lingüísticos o estructurales, además de configurar, seguramente, patrones sociopragmáticos y culturales.

En las páginas que siguen, presentamos los primeros resultados del estudio que se ha puesto en marcha recientemente con el propósito de conocer el uso y funcionamiento del humor en el habla de Madrid. Se trata de un trabajo de corte sociopragmático, que nos lleva a conocer, por un lado, el rendimiento funcional de esta estrategia en interacción oral en registro semiformal y, por otro, patrones de empleo y recepción, lingüísticos y sociolingüísticos, en la capital española. Para su realización, hemos partido del modelo analítico del humor conversacional propuesto por el grupo GRIALE, especialmente en los trabajos de Ruiz Gurillo, Alvarado Ortega y Timofeeva Timofeev, adaptado a nuestro objeto de estudio específico, entrevistas semidirigidas, lo que nos ha llevado a redefinir la unidad de estudio, para nosotros el acto de habla, y a establecer variables y variantes objeto de análisis específicas, perfilando una metodología de investigación que proyecta, creemos, el estudio coordinado del humor en interacción (Cestero Mancera y Moreno Martín de Nicolás en prensa a y en prensa b).

2. HUMOR EN LAS INTERACCIONES SEMIDIRIGIDAS DEL CORPUS PRESEEA-MADRID: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El modelo de análisis del *humor conversacional* propuesto por el grupo GRIALE, que ha dado ya frutos de gran interés, permitiendo, de manera clara, el avance en el conocimiento del funcionamiento de la estrategia interaccional, es el marco teórico y metodológico de la investigación coordinada que hemos iniciado y proyectado desde el macroproyecto internacional PRESEEA (*Proyecto para el estudio sociolingüístico del español de España y de América*)². No nos centramos, no obstante, en la conversación, actividad comunicativa cuyos rasgos primarios y coloquializadores favorecen, como apunta Ruiz Gurillo (2022b, p. 93), la producción de humor verbal y su continuación como muestra de cooperación, sino en interacciones semidirigidas, en registro medio de lengua, que, aunque comparten características fundamentales con la interacción conversacional, como el dinamismo dialógico y la retroalimentación, sin duda, son de naturaleza distinta, lo que permite comprobar, como mostramos más adelante, diferencias significativas. Nuestro fin es conocer el uso y funcionamiento del humor verbal en interacción oral, así como documentar variación condicionada por factores sociales y geolectales. Para conseguirlo, hemos iniciado una investigación coordinada, de corte sociolingüístico, en la que se propone la aplicación de una misma metodología y se trabaja con corpus de similares características de distintas comunidades de habla hispana, corpus PRESEEA, lo que permitirá dar cuenta, esperamos, del rendimiento funcional del recurso estratégico, como resultado del estudio sistemático de todas las dimensiones incidentes, y comparar hallazgos para establecer patrones sociopragmáticos y dialectales. El estudio específico planteado

² Para conocer en mayor detalle el *Proyecto para el estudio sociolingüístico del español de España y América (PRESEEA)*, puede consultarse Moreno Fernández (1996, 2021) y Moreno Fernández y Cestero Mancera (2020). Véase, también, el portal del proyecto: <https://preseea.uah.es/>.

y el tipo de actividad comunicativa con la que trabajamos nos ha llevado a efectuar ajustes en el modelo del grupo GRIALE, esto es, concreciones necesarias, especialmente en la unidad de análisis y en las variables y variantes objeto de investigación³.

Como es habitual en los estudios sociopragmáticos llevados a cabo en el seno del *PRESEEA*, nos acercamos al fenómeno desde una perspectiva interdisciplinar que combina el análisis de la conversación, la pragmática y la sociolingüística, y analizamos, cualitativa y cuantitativamente, la aparición de la estrategia que nos ocupa en el corpus. En este artículo, presentamos los primeros resultados de la investigación proyectada. Hemos comenzado por examinar la producción y recepción de humor, como fenómeno estratégico, en una muestra de 18 interacciones semidirigidas del corpus *PRESEEA*-Madrid (distrito de Vallecas). Las grabaciones han sido seleccionadas con completo control de variables sociales; así, hemos elegido las muestras de 1 hombre y 1 mujer, de cada uno de los grupos etarios establecidos en el *PRESEEA* (de entre 20 y 34 años, de entre 35 y 54 años y de 55 años o más) y de cada nivel de instrucción contemplado en el macroproyecto (con estudios primarios, con estudios medios, con estudios superiores). Además, dado que, en Madrid, se han recogido materiales de dos zonas habitualmente asociadas a determinadas clases sociales, los datos obtenidos con respecto al distrito de Vallecas (mayoritariamente de clases medias y medias bajas) pueden compararse con los que registre Moreno Martín de Nicolás, que está analizando un corpus más amplio del distrito de Salamanca (tradicionalmente poblado por personas de clases medias y medias altas). Finalmente, algunos de nuestros resultados serán comparados con los obtenidos por Ruiz Gurillo (2022b) y Alvarado Ortega (2022) en sus últimos estudios sobre variación sociopragmática en conversaciones coloquiales del corpus Val.Es.Co, (Briz Gómez 1995; Briz Gómez y Grupo Val.Es.Co

2002), de manera que podrán comprobarse diferencias relevantes que apuntan patrones característicos de los dos tipos de actividades comunicativas interaccionales.

Las entrevistas que conforman los corpus *PRESEEA* son interacciones semidirigidas por el investigador a través de módulos temáticos, que permiten obtener grabaciones homogéneas en los temas tratados (el tiempo, lugar donde se vive y cambios acaecidos, familia y amistad, costumbres, peligro de muerte, anécdotas importantes en la vida, deseo de mejora económica), y pueden ser consideradas un tipo de transacciones, en registro medio de lengua, que el participante explorador intenta llevar hacia la mera charla. Las grabaciones duran entre 45 minutos y una hora, si bien, para comparar de manera directa y precisa los datos, cruzarlos y evitar la incidencia en los resultados de diferentes tamaños de muestras, y con objeto de trabajar sobre fragmentos en los que se desarrollan los mismos temas, analizamos 35 minutos de cada una de ellas, del minuto 5 al 40 (para desechar los primeros, más formales, y los últimos, más informales). En el estudio del que aquí damos cuenta, hemos analizado, como se ha dicho, 18 interacciones de *PRESEEA*-Madrid (distrito de Vallecas), en total, por tanto, 10 horas y media de grabación, que, como se verá, han sido suficientes para documentar tendencias y patrones y comprobar la existencia de variación diastrática y diafásica.

Las entrevistas sociolingüísticas se consideran situaciones de no mucha solidaridad o inmediatez comunicativa, interacciones semiformales, a pesar de que, en las del corpus *PRESEEA*, la semidirección que hace el participante explorador, que tiende a la simulación de una conversación, posibilite la modificación del registro de lengua a medida que se avanza, hacia el polo informal del continuum. Este hecho determina, creemos, diferencias fundamentales en la producción y recepción del humor estratégico en las conversaciones analizadas por las investigadoras de GRIALE y en nuestras interacciones semidirigidas. Una de ellas es el tipo de estructuras que construye el humor verbal, secuencias en la conversación, en la que se suele producir humor continuado, muy poco

³ Para conocer con más detalle la metodología de investigación propuesta para el estudio coordinado del humor verbal en interacciones semidirigidas, puede consultarse Cestero Mancera y Moreno Martín de Nicolás (en prensa a y en prensa b).



habitual, sin embargo, en las entrevistas con las que trabajamos, en las que el humor verbal no va más allá, normalmente, de un turno o un intercambio. Por ello, nuestra unidad de análisis no es la secuencia humorística, sino el acto de habla con humor, y, para conocer su rendimiento funcional en la interacción semiformal, no prototípicamente humorística, aunque, como en la conversación, se espera que se utilice en ella como estrategia (Tsakona 2017; Ruiz Gurillo 2022a), efectuamos dos tipos de análisis sobre el corpus en fases sucesivas: un análisis cualitativo, a través del que identificamos y describimos el funcionamiento del fenómeno y las características formales y funcionales que presenta usualmente, y un análisis cuantitativo, con el que obtenemos información sobre la frecuencia de aparición de variantes, así como las relaciones existentes entre ellas y la incidencia que en la producción y recepción del humor tienen la edad, el sexo y el nivel de instrucción de los hablantes. Los fragmentos del corpus analizado que reproducimos a continuación pueden servir como ejemplos de uso de humor en interacciones semidirigidas.

(1)

I.: a mí no<alargamiento/> a mí no me ha pasado nunca / me han intentado atracar pero no<alargamiento/> // no al final no<alargamiento/> / <simultáneo> lo típico </simultáneo>

E.: <simultáneo> uhum </simultáneo>

I.: de<alargamiento/> <cita> ¿tienes hora? </cita> / <cita> sí </cita> / <cita> a ver ¿me enseñas el reloj? </cita> // <cita> sí </cita> // <cita> ¡vale vale hasta luego! </cita> /

E.: hm

I.: no sé / si<alargamiento/> a lo mejor intentaban algo o<alargamiento/>

E.: sí sí sí sí /

I.: pero bueno

E.: pero<alargamiento/>

I.: tampoco tenía un reloj<alargamiento/>j <risas = “todos”/> <entre_risas> a lo mejor <simultáneo> dijeron <cita> ¡bueno! </cita> </entre_risas> </simultáneo>

E.: <simultáneo> <entre_risas> que mereciese la </simultáneo> pena </entre_risas> <risas = “E”/> </simultáneo>

I.: <entre_risas> ¡claro! <cita> ¡es que

no merece la pena! nos vamos </cita> </entre_risas> <risas = “todos”/> /

E.: hm

I.: pero no sé no<alargamiento/> // vamos / a mí no pero sí sé que<alargamiento/> que han pasado cosas // (MADRID-Val_1H2_008)⁴

(2)

E.: ¿y tú cómo lo ves <vacilación/> lo / <vacilación/> tu<alargamiento/> / tu futuro cómo<alargamiento/> / cómo se te <simultáneo> presenta? </simultáneo>

I.: <simultáneo> ¿mi futuro? </simultáneo> con enchufe <simultáneo> o si no no hago nada </simultáneo> <risas = “T”/>

E.: <simultáneo> ¿con enchufe? </simultáneo> / ¿pero ya has encontrado el enchufe<alargamiento/> / correspondiente o estás en ello?

I.: estoy indagando <risas = “E”/> // de momento a estudiar / luego ya se verá (MADRID-Val_1H3_014)

(3)

I.: [...] bueno la cosa es que cuando iba a la universidad tenía / era cuando tenía la cuarenta y<alargamiento/> cuatro / tirando a cuarenta y seis o por ahí / y<alargamiento/> hubo un día que mis compañeras estaban todas más delgadas que yo / y una <vacilación/> una un día para comprar o no sé qué me dijo <cita> pero E / tú no estás tan gorda </cita> / y me sonó un poco de<alargamiento/> <cita> vale / o sea estoy gorda / <entre_risas> pero no es para tanto </entre_risas> /

E.: no <risas = “E”/>

I.: todavía hacen ropa para mí </cita> y tal / a mí me acomplejaba bastante / luego ya entre que adelgacé y <simultáneo> que ya </simultáneo> (MADRID-Val_1M3_018)

4 Entre paréntesis se mencionan los datos sobre los informantes y el corpus para facilitar la identificación de los ejemplos. Las convenciones utilizadas son las siguientes: ciudad y distrito (MADRID-Vallecas), grupo etario (1, 2 o 3), sexo (Hombre o Mujer) y nivel de instrucción (1 bajo, 2 medio o 3 alto), y número de identificación de informante. En los fragmentos reproducidos, I es el hablante, esto es, el informante que ha colaborado, y E el investigador o explorador, interlocutor, por tanto, en las entrevistas semidirigidas.

(4)
I.: no el examen tú reclamas / <entre_risas> y si te suben bien y si no / te aguantas </entre_risas> / y yo reclamé en todas menos en inglés // porque inglés lo tenía aprobado ¡vamos inglés! <entre_risas> ¡si ya suspendo inglés ya sí

que me deprimos vamos! </entre_risas> / (MADRID-Val_1M2_011)

Las variables y variantes con las que trabajamos quedaron establecidas tras un estudio piloto efectuado sobre 12 entrevistas del corpus de Madrid. Partimos de dimensiones

Variable dependiente	(A) Propósito de uso de humor		1. Funciones básicas del humor ✓ Divertir ✓ Confrontar
Variables independientes	Producción de humor	(B) Factores cognitivos o híbridos	2. Mecanismo de producción de humor ✓ Incongruencia ✓ Superioridad ✓ Descarga 3. Mecanismo lógico de la incongruencia 4. Tipos de incongruencia 5. Tipos de comicidad 6. Causas del humor
		(C) Factores lingüísticos (paralingüísticos y quinésicos)	7. Marcas de humor 1: elementos paralingüísticos 8. Marcas de humor 2: elementos quinésicos 9. Marcas de humor 3: elementos lingüísticos 10. Indicadores de humor 1: procedimientos semánticos 11. Indicadores de humor 2: procedimientos léxicos 12. Indicadores de humor 3: procedimientos de recreación léxico-semántica 13. Indicadores de humor 4: procedimientos gramaticales 14. Indicadores de humor 5: procedimientos de variación
		(D) Factores enunciativos y pragmático-enunciativos	15. Manifestación humorística 16. Tipología textual 17. Fuerza ilocutiva del acto de habla con humor 18. Blanco del humor 19. Grupo estereotipado 20. Contenido del acto de habla con humor 21. Temática
		(E) Factores estructurales	22. Posición discursiva de marcas e indicadores 23. Estructura de la secuencia de humor
		(F) Rasgos sociopragmáticos de producción	24. Estilo humorístico ✓ Afiliativo ✓ Agresivo ✓ Autodespreciativo ✓ Reafirmativo 25. Funciones sociales 26. Funciones pragmáticas relacionadas con imágenes 27. Fines pragmáticos
Variables independientes	Recepción de humor	(G) Factores sociopragmáticos de recepción	28. Actitud ante el humor ✓ Humor conseguido ✓ Humor reconocido ✓ Humor fallido 29. Recepción del humor ✓ Favorable ✓ Neutra ✓ Desfavorable 30. Reacciones interaccionales fruto del humor 31. Funciones de la continuación del humor 32. Respuesta al humor 33. Efecto social del humor en la interacción
Variables independientes	(H) Factores situacionales, sociales y geográficos		34. Fin de la secuencia interaccional 35. Registro 36. Edad 37. Sexo 38. Nivel de instrucción 39. Comunidad de habla

Tabla 1. Humor en interacción: variables de investigación



y rasgos formales y funcionales reconocidos en los estudios sobre el humor verbal tradicionales y, sobre todo, de las dimensiones incidentes con las que trabaja el grupo GRIALE. Tras la elaboración de un primer repertorio de variables y variantes, efectuamos análisis detallados sobre un subcorpus de muestras completas de PRESEEA-Madrid, que nos llevó a determinar la nómina relevante para el estudio pretendido de la estrategia, y a concretar el modelo en 39 variables, con sus variantes específicas, que intervienen y configuran la producción y recepción de humor en interacción comunicativa oral⁵, organizadas por tipos y grupos de factores como se muestra en la tabla 1.

Nuestra pretensión con el estudio del humor en interacción en el marco del *PRESEEA*, como el de todos los fenómenos sociopragmáticos abordados hasta ahora, es, como hemos mencionado en varias ocasiones, el conocimiento del uso y funcionamiento de la estrategia discursiva, en todas las dimensiones posibles, en este caso, en su producción y su recepción, así como el establecimiento de patrones sociolingüísticos y geolectales. Para ello, se ha proyectado una investigación coordinada, a partir de ciertos criterios de análisis y una ficha de variables y variantes precisa, de la que presentamos, a continuación, a modo de adelanto, los primeros resultados generales sobre rendimiento funcional del humor verbal en interacción semiformal, y los comparamos, para avanzar, con los obtenidos en conversación coloquial por Ruiz Gurillo y Alvarado Ortega desde el grupo GRIALE.

3. HUMOR EN EL HABLA DE MADRID: PATRONES DE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN

En la muestra del corpus PRESEEA-Madrid (distrito de Vallecas) con la que hemos trabajado, compuesta por 18 interacciones semidirigidas y, en total, 10 horas y media de grabación, hemos documentado 174

⁵ Remitimos al lector interesado a trabajos en los que se presentan las variables y variantes objeto de estudio en detalle, concretamente a Cestero Mancera y Moreno Martín de Nicolás (en prensa a y en prensa b), dado el límite de espacio razonable en el artículo.

casos de utilización estratégica de humor verbal, lo que indica que no se trata de un recurso especialmente habitual en registro semiformal, al menos en la interacción de los sujetos de la gran urbe española. Esas 174 ocurrencias de actos de habla con humor se distribuyen entre 271 turnos de palabra, de un total de 5204 turnos que producen los informantes en los fragmentos de las entrevistas sobre los que se ha efectuado la investigación, lo que supone que el 5,2% de los turnos de los madrileños contiene humor. Como puede apreciarse, el número de casos de humor en interacción no es muy elevado, pero sí suficiente, como veremos, para caracterizar el uso y funcionamiento de la estrategia y aventurar patrones de producción y recepción en la actividad comunicativa de los madrileños de la zona, pues se pueden ver, claramente, ciertas tendencias, así como diferencias sociolectales, que resultan de gran interés. Ofrecemos, a continuación, los resultados más destacados de esta primera investigación.

3.1. Uso y funcionamiento del humor verbal en interacción comunicativa semiformal

La variable que hemos tomado como dependiente, primordial en este estudio, es la función que cumple el humor en la interacción comunicativa, esto es, el propósito con el que se produce. Como ya lo hicieron las investigadoras del grupo GRIALE, distinguimos dos funciones básicas generales: divertir, reforzando con ello la conexión con el interlocutor, que se corresponde con el reforzamiento del endogrupo de Ruiz Gurillo (2022b, p. 86), y confrontar, atacando y distanciándose del blanco al que se dirige el acto con humor. Los resultados obtenidos en los análisis realizados son contundentes: los madrileños de Vallecas utilizan habitualmente el humor como estrategia cooperativa, de unión a través de la diversión, en sus interacciones semiformales, como era de esperar, dado el tipo de actividad comunicativa; así lo hacen en 163 ocasiones, el 93,7% del total, frente a 11 veces, el 6,3%, en que lo usan para confrontar en nuestro corpus, como puede apreciarse en el gráfico 1.

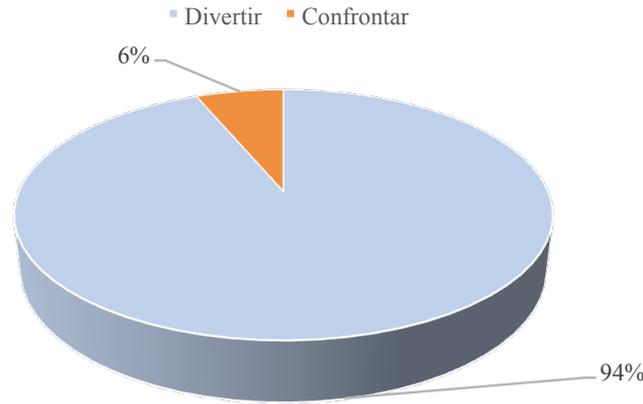


Gráfico 1. Función básica del humor en interacción semiformal, en Madrid

Estos datos se correlacionan, en parte, con el mecanismo básico para producir humor más empleado en las encuestas, que es la incongruencia (150 casos, el 86,2% del total), pues, en 5 de los 11 casos de utilización de la estrategia para confrontar, este es el mecanismo de producción de humor, si bien, en 6 ocasiones, se confronta empleando el mecanismo de la superioridad, que se usa, en total, en nuestro corpus, en 11 ocasiones (el 6,3%), y nunca se hace, lógicamente, con el mecanismos de descarga o liberación, del que hemos registrado 13 casos en nuestro corpus (el 7,5%), todos con la función básica de divertir y unir. El gráfico 2 permite ver, en contraste, el empleo de cada una de las tres variantes de “Mecanismo básico para la producción de humor” tenidas en cuenta en la investigación.

Los resultados obtenidos en los análisis realizados muestran, además, que los madrileños producen humor generando

incongruencias fundamentalmente a través de violación de expectativas; así es en el 74,66% de los casos registrados, frente a un 17,33% en que la incongruencia es por violación de comportamiento racional, a un 5,33% de incongruencia por distorsión y exageración o a un 2,66% en que aparece una discrepancia física. Por otro lado, los mecanismos que facilitan la resolución de la incongruencia, cuando esta se produce, suelen ser los basados en razonamientos (el 65,33% de las ocasiones) o en una combinación de razonamientos y relaciones sintagmáticas del uso lingüístico (34,66%). Y relacionado con el mecanismo lógico que facilita la resolución de la incongruencia está el tipo de comicidad, aunque esta variable es general y no se aplica solo a los casos de humor por incongruencia; en el tipo de interacción que nos ocupa, los madrileños de Vallecas suelen construir humor a través de ideas creadas por medio del lenguaje, esto es, humor implicado, en un 55,17% de las

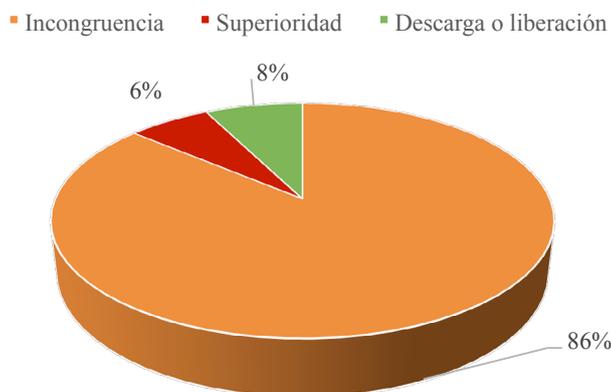


Gráfico 2. Mecanismo básico para la producción de humor en interacción semiformal, en Madrid

ocasiones en que lo usan como estrategia, y con una combinación de comicidad expresada por el lenguaje y por ideas creadas mediante el lenguaje, en el 44,82% restante.

Podemos caracterizar también el humor de los madrileños en interacción comunicativa semiformal a partir de las razones que lo provocan, recogidas en la variable “Causas del humor”. A este respecto, lo habitual en la interacción semiformal de los madrileños es que se base en lo inesperado, pues así ocurre en el 75,3% de la producción de actos de habla con humor; con bastante menos frecuencia tiene que ver con ruptura de la lógica, concretamente el 15,5% de las ocasiones; es muy poco frecuente que surja de una contradicción (4,6%) o de juegos de palabras y dobles sentidos (7%), y prácticamente circunstancial que nazca de un absurdo (0,6%).

Más interesante es, creemos, para la caracterización del humor en interacción semiformal que estamos haciendo, las marcas y los indicadores que emplean asiduamente los madrileños y que, sin duda, suponen una diferencia fundamental, especialmente la utilización de indicadores, con respecto a lo que acontece en los géneros humorísticos prototípicos. Hemos trabajado, en esta ocasión, con dos tipos diferentes de las primeras (marcas paralingüísticas y marcas lingüísticas)⁶ y con cinco clases de indicadores (procedimientos semánticos, procedimientos léxicos, procedimientos de recreación léxico-semántica, procedimientos gramaticales y procedimientos de variación). Además, hemos de mencionar que, en la mayoría de los actos de habla con humor, no se emplea una única marca o un indicador, sino que lo habitual es que se produzcan varios indicios, del mismo tipo o de diferentes categorías, combinados.

Como era de esperar, pues ha sido establecido por Alvarado Ortega (2012, 2021b, 2022) en sus estudios repetidamente, la risa es la marca de humor más empleada en cualquier tipo de actividad comunicativa;

⁶ En la ficha de análisis y codificación de variables y variantes, tenemos en cuenta, además, marcas kinésicas. Sin embargo, esta variable no ha sido operativa en el estudio del que aquí damos cuenta, pues las grabaciones de PRESEEA-Madrid son solo de audio.

en nuestro corpus, aparece como signo paralingüístico independiente en 98 actos de habla con humor, y en 77 ocasiones, además, el emisor produce habla entre risas. Es bastante frecuente, también, el contraste prosódico que marca, pues, en nuestras interacciones, los informantes lo utilizan en 89 ocasiones, así como las pausas marcadoras, que se registran en 84 actos de habla con humor en la muestra de Madrid. Los alargamientos son también marcas paralingüísticas muy rentables, pues son utilizadas en 57 casos en el corpus, contrariamente a lo que sucede con la elevación de volumen para enfatizar, de la que solo documentamos 19 ocurrencias, el aumento de velocidad, con 6, y la producción de diferentes tipos de voz, con 2. Sin duda, las marcas paralingüísticas son las más productivas en las interacciones semiformales de los madrileños, ya que no hay ningún caso de producción de humor que no se marque con alguna de ellas y, en la gran mayoría de ocasiones, el hablante utiliza hasta tres marcas de este tipo distintas (en 93 de los 174 ejemplos de humor registrados, se usan 3 marcas paralingüísticas; en 165, dos).

Hay marcas lingüísticas, por otro lado, que también son de uso bastante frecuente en el tipo de interacción que analizamos, como se aprecia en el gráfico 3, si bien no tanto como las paralingüísticas, sin duda por la naturaleza estructural de estas últimas. El discurso directo, con 44 ocurrencias, es la de mayor uso, seguida de las repeticiones, con 28 ocurrencias, y, de manera ocasional ya, de imitación de otras personas, con 11, de uso de nombres, con 2, y de acotadores de humor, con 2 también. Hemos de decir que esta clase de marcas no aparece en todos los actos con humor del corpus, pues en 102 ocasiones no se registra ninguna marca lingüística, aunque en 14 ejemplos el hablante usa 2 de estas marcas y en 1, emplea 3.

En el uso de indicadores es donde, a nuestro entender, se da la mayor diferencia en los recursos de producción de humor en géneros humorísticos prototípicos y en actividades comunicativas no humorísticas *per se*. Los madrileños de Vallecas, en interacción semidirigida, indican humor, fundamentalmente, a través de procedimientos

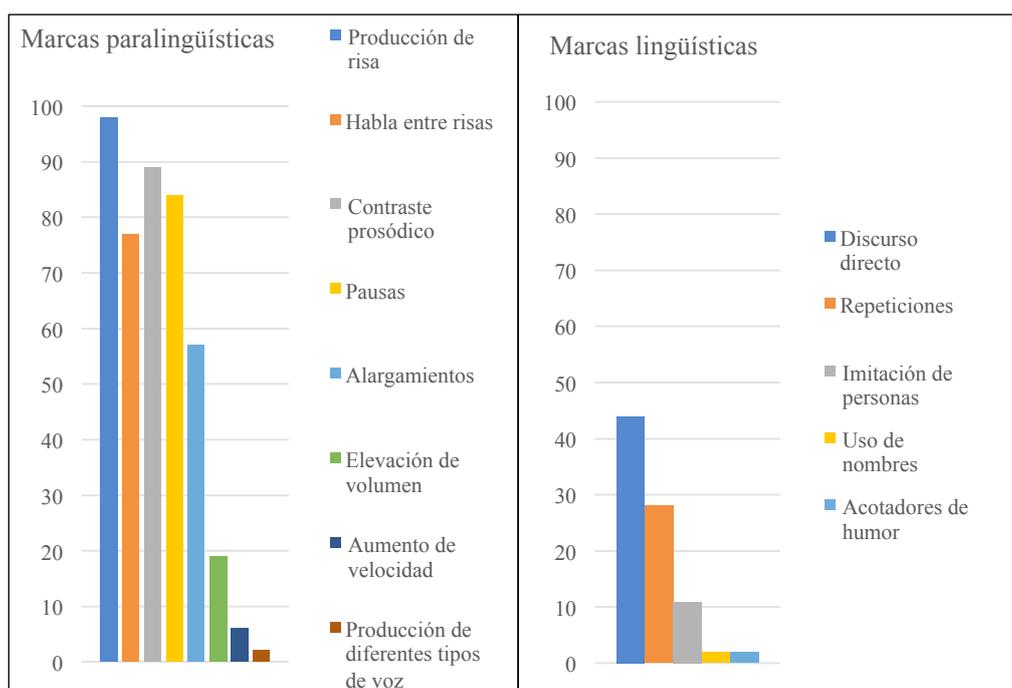


Gráfico 3. Marcas empleadas por los madrileños en la producción de humor en interacción

gramaticales (así es en 135 actos de habla con humor) o léxicos (en 111 actos de habla), y, ocasionalmente, a través de variación (en 56 actos de habla), de recreación léxico-semántica (en 49 actos de habla) y semánticos (en 32 actos de habla). Como acabamos de mencionar, en el corpus analizado, los sujetos no suelen utilizar procedimientos semánticos y, si lo hacen, el que emplean es la hipérbole (22 casos) y solo ocasionalmente pseudoabarcadores (6 casos), antonimia (3 casos) o ambigüedad (1 caso). Los procedimientos léxicos son usados por nuestros madrileños con mayor frecuencia en sus actos de habla con humor (así es en 111 de los 174 registrados en el corpus), incluso, a veces, combinando dos (33 ocasiones) o tres (3 ocasiones) en el mismo acto; lo más habitual es la producción de términos valorativos como indicadores léxicos (75 ocurrencias), seguida del de unidades fraseológicas con su significado idiomático (36 ocurrencias), y, ya más esporádicamente, de la de términos tabú (20 ocurrencias) y signos cuasi-léxicos (16 ocurrencias). Tampoco es normal registrar ejemplos de empleo de procedimientos de recreación léxico-semántica; de ellos, no obstante, el más asiduo es la comparación (con 26 ejemplos en el corpus), seguido de los eufemismos (11 ejemplos), de juegos

de palabras (9 ejemplos), de ironía (solo 3 ejemplos), de fraseología desidiomatizada (3 ejemplos) y, esporádicamente, de metáforas (1 ejemplo). Los procedimientos más usuales son los gramaticales, como hemos mencionado, empezando por los cuantificadores (70 casos en el corpus) y por dos indicadores que funcionan también habitualmente como marcas: estilo directo (40 casos) y repeticiones o reformulaciones (36 casos), y siguiendo, aunque en usos ya ocasionales, con oposiciones (14 casos) y utilización de evidenciales (9 casos), sufijación apreciativa (9 casos), preguntas retóricas (7 casos), encomiásticos (2 casos) y prefijación (1 caso). Por último, y aunque no es frecuente, hemos documentado la utilización de cambio de registro, hacia el informal, en 55 ocasiones, y 1 cambio de código como indicadores de humor. En el gráfico 4 se puede ver claramente el patrón de los madrileños con respecto al empleo de indicadores de humor, en interacción semidirigida.

La posición que suelen ocupar marcas e indicadores en el acto de habla con humor es, en buena parte de los casos, en el interior y al final (así es en 78 ocasiones, el 44,8% del total), o al inicio, en el interior y al final, esto es, por todo el acto (aparece así en 59 ocasiones, el 33,9%

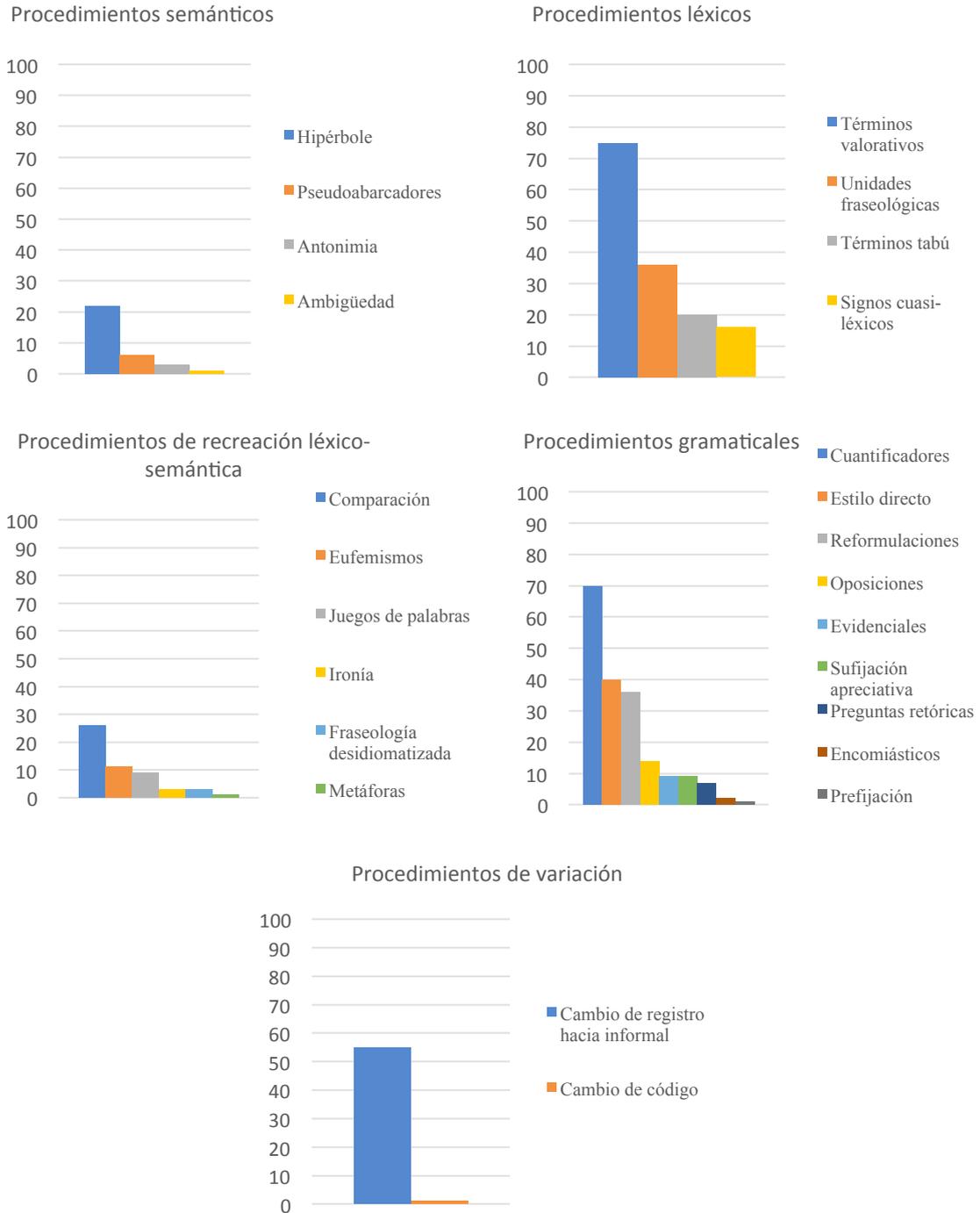


Gráfico 4. Indicadores utilizados por los madrileños en la producción de humor en interacción

del total). Con cierta frecuencia, no obstante, los hablantes las producen solo en el interior del acto de habla (en 30 ocasiones en nuestro corpus, el 17,2% del total) y, esporádicamente, al inicio y en el interior (3 casos, el 1,7%), solo al inicio (2 casos, el 1,1%) o al final (1 caso, el 0,6%) y al inicio y al final (1 caso, el 0,6%). Como puede apreciarse, por tanto, la

posición discursiva de marcas e indicadores fundamentales está en consonancia con el uso de varios procedimientos en el mismo acto, y los madrileños tienden a acumularlos hacia el interior y el final del humor verbal.

Pasando a tratar los factores enunciativos y pragmático-enunciativos, hemos de empezar por mencionar que la broma y la burla, con

un 62,1% y un 20,1%, respectivamente, son las dos formas de manifestación de humor más habituales en el habla, en registro semiformal, de los vallecanos; si bien, según las proporciones, podemos decir que lo característico, realmente, es que el madrileño bromea. Hemos documentado, también, casos en que nuestros informantes narran alguna anécdota graciosa (8%) o expresan creencias y actitudes (7,5%) en tono humorístico, así como en que cuentan un chiste (1,1%) o una fantasía (0,6%), o hacen una parodia (0,6%), aunque estos últimos son, como puede verse por los porcentajes, esporádicos.

El tipo de interacción semidirigida con el que trabajamos explica, creemos, que los actos de habla con humor se produzcan, sobre todo, en intervenciones expositivas (45,5% de los casos) y narrativas (26,4%) y, en menor medida, en intervenciones argumentativas (16,7%) y descriptivas (14,4%), pues es lo habitual en las entrevistas del corpus. Y lo mismo ocurre con la fuerza ilocutiva del acto de habla con humor, que, por el tipo de actividad interaccional, se trata prácticamente siempre de actos asertivos, sobre todo de opinión (62,6%) y de información (36,8%), si bien hemos registrado 1 ejemplo de acto directivo (en beneficio del hablante) con humor en el corpus analizado (0,6%).

Por otro lado, y por ello se conocen también como conversaciones semidirigidas, los temas que se tratan en las interacciones son, en su mayoría, cotidianos. De hecho, en la muestra

analizada, se produce humor casi siempre cuando se están tratando temas cotidianos y prácticamente nunca con temas especializados, como muestran las frecuencias relativas de las variantes de la variable “temática”, que son 95,4% y 4,6%, respectivamente. Y en relación con la temática están el blanco del humor y el contenido del acto de habla con humor, que nos permiten conocer sobre qué construyen humor los madrileños en el tipo de actividad comunicativa que nos ocupa. El blanco del humor suele ser, por el tipo de interacción seguramente, el hablante (76 casos, el 43,7% del total) y, en mucha menor medida, terceras personas (31 casos, el 17,8%), tipos, conductas, valores o actitudes sociales (31 casos, el 17,8%), o algún grupo estereotipado (23 casos, el 13,2%) como gitanos y otra gente conflictiva, inmigrantes, vecinos, mayores o jóvenes. Es peculiar que la meta sea un grupo en el que se incluye el hablante (6 casos, el 3,4%) o que no haya blanco fácilmente identificable. El gráfico 5 ofrece una visión clara de los datos.

Finalmente, nos ha resultado de gran interés conocer sobre qué hacen humor los madrileños en nuestras interacciones semiformales, que es, fundamentalmente, sobre detalles de hábitos y costumbres relacionados con la forma de ser o comportamientos de personas (así es en el 23% de los actos de habla con humor), sobre detalles de situaciones atípicas, esto es, anécdotas, hechos poco comunes o (des)afortunados, etc.

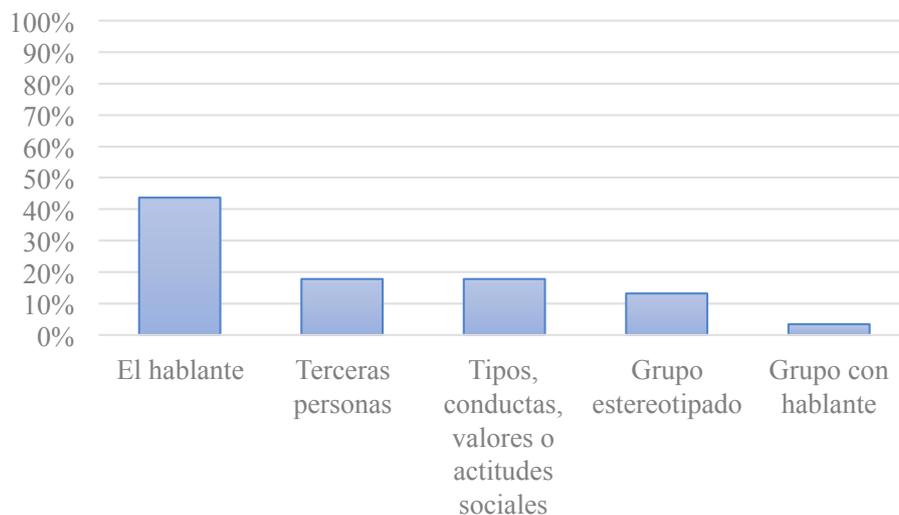


Gráfico 5. Los blancos del humor de los madrileños en interacción semiformal

(el 21,8%), y en presentaciones de emociones, sentimientos y sensaciones (12,1%) o de puntos de vista (10,9%). También hemos documentado casos, aunque muy pocos ya, de humor para criticar cualidades personales (5,7%), comportamientos no deseables (4,6%), características físicas (2,9%), comportamientos no cívicos (1,7%), comportamientos morales (1,1%), habilidades básicas (1,1%) o a quienes no cumplen normas sociales (1,1%), así como para ensalzar cualidades personales (4%), características físicas (1,1%), comportamientos deseables (1,1%), comportamientos morales (0,6%), comportamientos cívicos (0,6%), y como escape de circunstancias o coyunturas no deseadas (4%) o para diferenciarse de interlocutores o grupos sociales (1,1%).

Si atendemos ahora a los factores sociopragmáticos de producción, vemos, para empezar, que el estilo humorístico predominante es el afiliativo, asociativo o cooperativo, que es el del informante en el 67,8% de ocasiones en que produce humor. Se trata del estilo esperado, pues no se debe olvidar que estamos ante una estrategia discursiva de gran rendimiento en interacción para cooperar y reforzar el endogrupo. Es relativamente frecuente, también, aunque en mucha menor medida, que el estilo sea autodespreciativo (12,6%) o reafirmativo (24%), lo que no resulta llamativo si tenemos en cuenta que, en bastantes ocasiones, el humor, como veremos a continuación, tiene

un fin atenuador o intensificador y opera sobre autocrítica o se utiliza para proteger la propia imagen. Finalmente, como se aprecia bien en el gráfico 6, es peculiar que el emisor utilice un estilo humorístico agresivo (5,7%) y aparece, generalmente, cuando el humor es confrontativo o produce una crítica incisiva.

Como acabamos de mencionar, el estilo humorístico se relaciona de manera directa con el propósito fundamental del humor (divertir-socializar y confrontar), que vimos al comienzo del apartado, y con las funciones sociales del humor, los fines pragmáticos y las funciones relacionadas con la imagen. En consonancia con los resultados apuntados sobre el propósito y el estilo humorístico, la función social habitual del humor en interacción semiformal, en Madrid, es la de mostrar solidaridad y estrechar lazos en interacción, pues es la que tiene el 74,7% de los actos de habla registrados en el corpus; le sigue, ya muy de lejos, la de afiliación o identidad grupal, en el 11,5% de los casos, de manera que con estas dos funciones de socialización se produce el 86,2% de todos los actos con humor del corpus analizado. En contraposición con esta función usual, enfocada positivamente hacia “el otro”, hemos registrado muy pocos casos de uso de humor para agredir o mostrar superioridad, concretamente, 3,4% y 4%, respectivamente, y menos aún de empleo de humor para defenderse o hacer frente a problemas (4% y 2,3%, respectivamente).

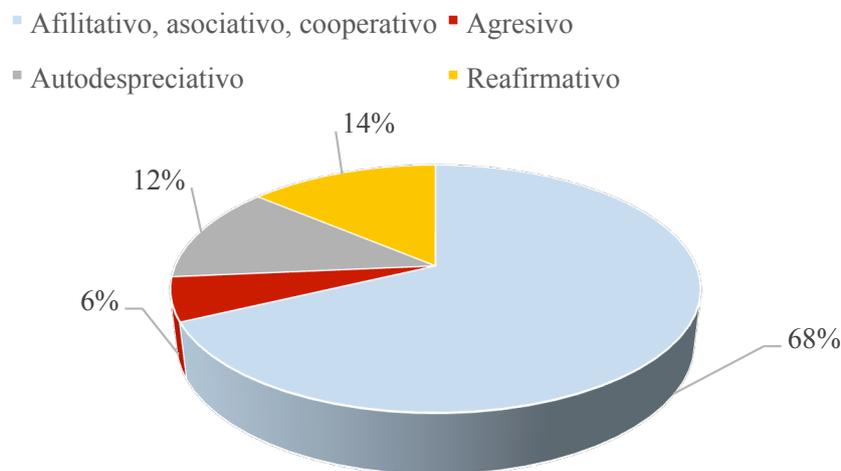


Gráfico 6. Los estilos humorísticos de los madrileños en interacción semiformal

Resulta lógico, por último, según los datos que vamos apuntando, que la función pragmática relacionada con las imágenes con la que se emplea humor más frecuentemente en nuestras interacciones sea la de salvaguardar la imagen propia (51,1%); se utiliza, además, para salvaguardar la imagen de otros y la del interlocutor, aunque en mucha menor proporción (10,9% y 1,1%, respectivamente). En bastantes menos ocasiones se emplea humor para atacar la imagen de otros (16,1%) y tampoco es muy asidua la producción de humor para reforzar la imagen propia (12,6%) o la de otros (5,2%). Vemos, pues, que la función pragmática fundamental tiene que ver con la autoimagen, para protegerla o reforzarla, y se usa en menor medida para la protección o el refuerzo de la imagen de otras personas; en muy pocas ocasiones se ataca con él. Estos datos pueden ponerse en relación con los fines pragmáticos, pues lo habitual es que nuestros madrileños humoricen para burlarse (36,2% de casos) o para atenuar (23%), en menor medida para intensificar (18,4), valorar (8,6%), divertir sin más (6,3%), ridiculizar (4%) o reducir tensiones (3,4%).

3.2. La recepción del humor en interacción comunicativa semiformal

Como mencionábamos al comienzo de este trabajo, el estudio del humor interactivo aporta una dimensión más que permite conocer, en mayor detalle y profundidad, el fenómeno pragmático que nos ocupa: la recepción del humor. Es imprescindible atender a los factores sociopragmáticos de recepción, pues no podemos olvidar que estamos analizando interacción comunicativa y, en este tipo de actividad, la negociación y coordinación con el interlocutor es fundamental, por lo que se calibra continuamente, sin duda, el efecto de la estrategia que, posiblemente, sea el condicionante de su uso. En la investigación de la que aquí damos cuenta, hemos trabajado con diversas variables en relación con la recepción y el efecto del humor y los resultados obtenidos al respecto son, creemos, de gran interés y distintos, en parte, a los hallados en conversación coloquial por el grupo GRIALE,

lo que permite caracterizar más precisamente los dos tipos de actividades interaccionales como diferentes.

La primera de las variables analizadas es la actitud ante el humor. Hemos distinguido, en este caso, entre tres actitudes diferentes: humor reconocido, cuando el destinatario reacciona con risa o algún apoyo o comentario no humorístico; humor conseguido, esto es, continuado por el interlocutor, de manera que se produce una secuencia humorística, y humor fallido, en los casos en que no se registra ninguna reacción al humor por parte del explorador, ni positiva ni negativa. En las interacciones semiformales con las que trabajamos, la actitud ante el humor más frecuente es la de reconocimiento, que se da en el 69% de los casos, seguida muy de lejos ya del humor conseguido y continuado (18,4%) y en escasa proporción del humor fallido o no reconocido expresamente (12,6%). Ahora bien, el hecho de que no se reconozca o no se continúe el humor de manera manifiesta no significa que su recepción no sea positiva, pues vemos que, en nuestro corpus, no se da ningún caso de recepción desfavorable, con rechazo del humor o enfrentamiento, sino que, como patrón característico de las interacciones semiformales, semidirigidas, suele ser una recepción neutra⁷, con o sin reconocimiento (82,2%) e, incluso, aunque no asiduamente, favorable, con co-construcción del acto de habla con humor (17,8%). El gráfico 7 permite apreciarlo claramente.

Dado que, en el tipo de actividades comunicativas que nos ocupan, entrevistas semidirigidas, no suele co-construirse el humor, como sí ocurre en la conversación cotidiana, lo más habitual es que los actos de habla con humor formen parte de la intervención del informante, emisor; así es en el 79,9% de las ocurrencias en el corpus. Es poco habitual que se dé una cooperación mínima, esto es, que configure un intercambio (13,3%), y peculiar, como hemos mencionado, que conforme una

⁷ Si hay reconocimiento expreso por parte del interlocutor en forma de apoyo, pero no se da co-construcción de humor, y cuando no aparece reconocimiento expreso, pero tampoco reacción en contra del humor producido por el hablante, se considera que la recepción del humor es neutra.



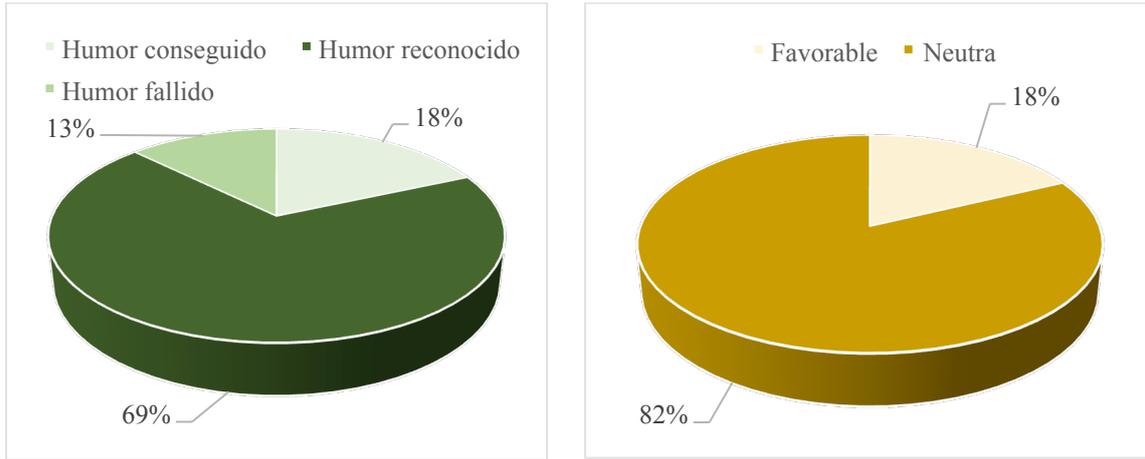


Gráfico 7. Actitud ante el humor y recepción del humor en interacción semiformal

secuencia humorística (6,9%). Si hay reacción al humor por parte del interlocutor, suele ser en forma de risa (52,9% de las ocasiones) o de comentario no lúdico (19%), aunque no faltan los casos de continuación con humor también (14,9%), cuyas funciones son estrechar lazos (81,1%), proteger la imagen positiva del emisor (10,8%) o proteger la imagen negativa del productor de humor (8,1%); normalmente, si hay respuesta al humor, va dirigida a lo dicho (43,7%) o a la persona y lo dicho (42,5%). En el polo opuesto, hemos de mencionar la existencia de casos en los que el destinatario continúa la interacción sin atender al humor (3,4%) o en los que no se produce reacción expresa (9,8%).

Finalmente, no podemos dejar de atender al efecto social del humor en interacción, que, según indica Alvarado Ortega (2013, 2017, 2022), puede ser negativo hacia otros o la situación y positivo hacia uno mismo, otros o la situación. Como era de esperar por la caracterización que hemos ido revelando de la interacción semidirigida semiformal, el efecto social de la estrategia es, sobre todo, positivo (78,8% de casos, frente al 21,2% de humor con efecto negativo registrado). Además, en relación con la autoprotección que hemos visto, el humor suele tener efecto positivo hacia el propio emisor (54,6%) y, en menor medida, hacia terceras personas (14,4%), situaciones (9,2%) o el interlocutor (0,6%). El efecto negativo suele ser hacia otro u otros

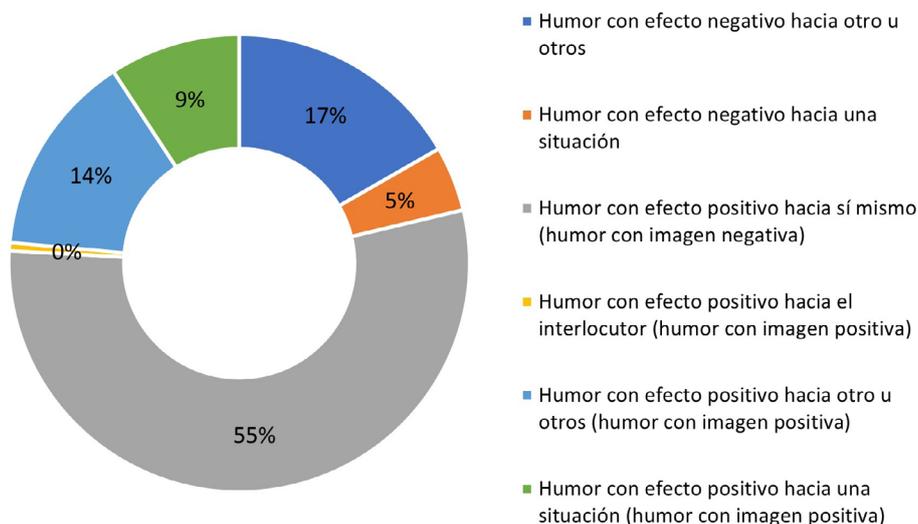


Gráfico 8. Efectos del humor en interacción semiformal, en Madrid

(16,7%) y bastante menos hacia una situación concreta (4,6%). El gráfico 8 da cuenta clara de estos datos.

3.3. Humor en el habla de Madrid: patrones sociopragmáticos

Como es bien sabido, el objetivo principal de la investigación en el seno del proyecto *PRESEEA* es documentar patrones sociopragmáticos, contextuales y geolectales. Todavía no estamos en disposición de ofrecer patrones geolectales, pues el trabajo que aquí ofrecemos supone el inicio del estudio coordinado, por lo que hemos de esperar a tener resultados de los corpus de otras urbes de habla hispana para conocer tales datos. No obstante, aunque tomándolas con cautela, ya que trabajamos solo con una muestra reducida de grabaciones de habla, hemos podido documentar tendencias de producción que parecen estar condicionadas por el registro o por el sexo, la edad o el nivel de instrucción de nuestros informantes y que, por tanto, pueden ser tomadas como patrones provisionales.

Las interacciones semidirigidas se producen en un registro medio de lengua; ahora bien, dado que se trata de entrevistas sociolingüísticas específicas, una de las tareas del explorador es guiar la interacción de la formalidad hacia la informalidad, esto es, desde una apariencia mayor de transacción o semidirección hacia una charla. Por ello, dividimos el intervalo de tiempo analizado en tres variantes de registro, que nos permiten obtener datos sobre lo que acontece en una primera parte, más formal, una segunda, de registro puramente medio, y una tercera, de registro medio-informal. Se parte de la hipótesis, comprobada por la cantidad de humor verbal documentado en las conversaciones de valencianos por *GRIALE* y la que registramos nosotros en estas entrevistas semidirigidas de madrileños, de que, a medida que aumenta el grado de informalidad, la estrategia es de uso más frecuente, y así se revela, al menos en parte, en nuestro corpus, pues, en lo que podemos considerar primer tramo, nuestros colaboradores producen 45 casos de humor (el 25,9%) y en el segundo, 74 (el 42,5%), pero en el último baja algo su empleo (55 casos, el 31,6%), quizás por influencia de los temas tratados.

Por otro lado, en el distrito de Vallecas, zona madrileña caracterizada por una población mayoritariamente de clase media y media baja, no existen diferencias determinantes en el uso del humor verbal como estrategia en interacción semiformal, si bien la mujer suele producir algo más de humor que el hombre (90 casos -el 51,7%- frente a 84 -el 48,3%), en consonancia con lo que ocurre con otras estrategias sociopragmáticas. El nivel de estudios de los hablantes tampoco permite hablar de diferencias drásticas, aunque se aprecia claramente un mayor uso de humor verbal en interacción por parte de los sujetos con estudios secundarios (65 casos, el 37,4%) y con estudios superiores (64 casos, el 36,8%), que de informantes con estudios primarios (45 casos, el 25,9%). Sin embargo, la edad muestra un patrón claro y característico, de la época o de la zona quizás, pues los jóvenes utilizan mucho más el humor en interacción semiformal (104 casos, el 59,8%) que los adultos (37 casos, el 21,3%) y los mayores (33 casos, el 19%). El gráfico 9 permite ver estos datos de manera más clara, y en contraste.

Para ahondar un poco más en estos patrones sociopragmáticos, conviene cruzar las variables sexo, edad y nivel de instrucción de nuestros informantes madrileños. Al hacerlo, vemos claramente que parecen existir patrones sociolectales de uso del humor verbal como estrategia, tal y como se aprecia en la tabla 2.

Nivel de instrucción	Sexo	Edad		
		20-34 años	35-55 años	55+ años
Estudios primarios	Mujer	18	4	9
	Hombre	8	3	3
Estudios secundarios	Mujer	16	11	9
	Hombre	16	8	5
Estudios superiores	Mujer	18	1	4
	Hombre	28	10	3

Tabla 2. Humor en interacción semiformal, en Madrid: sexo, edad y nivel de instrucción

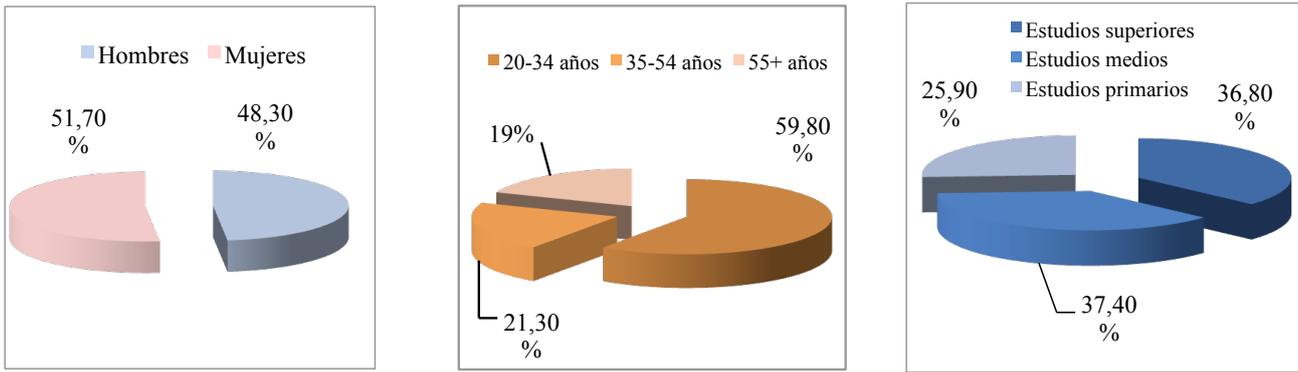


Gráfico 9. Humor en interacción semiformal, en Madrid: sexo, edad y nivel de instrucción⁸

Los hombres jóvenes con estudios superiores son los que más humor producen en interacción social, seguidos de las mujeres jóvenes con estudios altos y bajos. También hombres y mujeres jóvenes, con estudios secundarios, realizan humor verbal estratégico, así como las mujeres adultas de este mismo

nivel. Las que menos humor utilizan en sus intervenciones son las mujeres adultas con estudios secundarios. El gráfico 10 permite ver más claramente las diferencias destacadas a las que acabamos de hacer mención.

Los datos que hemos presentado permiten explicar el fenómeno a partir de

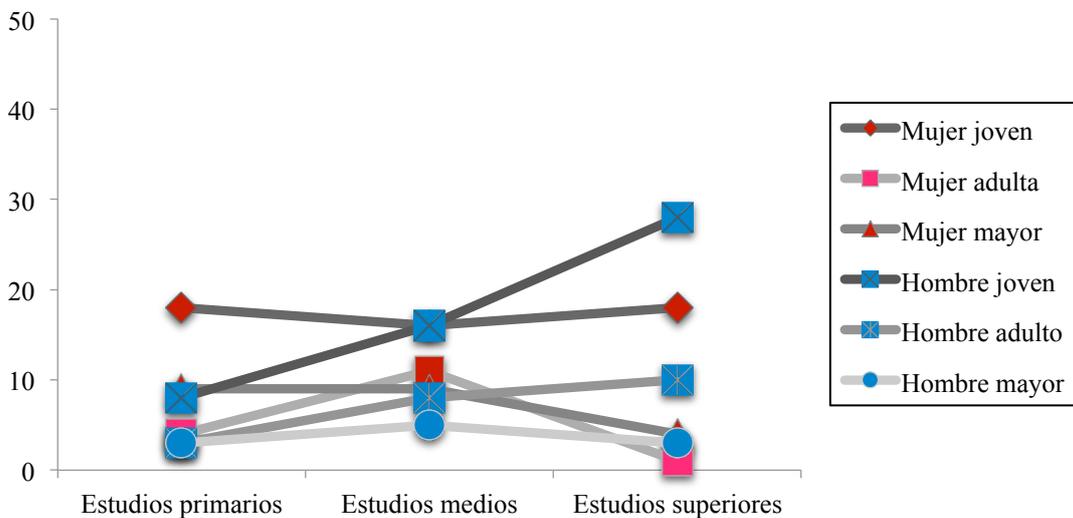


Gráfico 10. Empleo de humor verbal en interacción semiformal: sexo, edad y nivel de instrucción

⁸ Los datos estadísticos correspondientes a la variable *sexo* son los siguientes: la media es ,48, la desviación típica es de ,501; la prueba de χ^2 da un valor de sig. asintót. ,649, lo que no nos permite considerar los resultados significativos estadísticamente. Para la variable *edad*, los datos estadísticos son los siguientes: la media es 1,59, la desviación típica es de ,790; la prueba de χ^2 da un valor de sig. asintót. ,000, lo que ahora sí nos permite considerar los resultados significativos

estadísticamente. Por último, para la variable *nivel de instrucción*, los datos estadísticos son los que siguen: la media es 1,11, la desviación típica es de ,786; la prueba de χ^2 da un valor de sig. asintót. ,112, lo que, de nuevo, no nos permite considerar los resultados significativos estadísticamente. Estos resultados son esperables por el número de casos documentados en el corpus, pero muestran claramente que el uso frecuente del humor por parte de los jóvenes es significativo.

condicionamientos sociales, de manera que podrían dar cuenta de usos característicos por parte de sociolectos determinados, del distrito de Vallecas, en interacción semiformal. Pero, además, parece existir una especialización funcional que caracteriza, y diferencia aún más, la estrategia sociopragmática interaccional. Así, si bien la gran mayoría de nuestros informantes utiliza el humor para divertir y socializar, de la minoría que lo usa en ocasiones para confrontar son los hombres los que sobresalen (9 casos frente a 2), especialmente los del grupo medio de edad con estudios superiores. Estos datos se pueden poner en relación, en parte, con el estilo humorístico básico. Es destacable que las mujeres, de todos los grupos etarios, aunque sobre todo las jóvenes con estudios medios y superiores, sean las que más muestren un estilo humorístico afiliativo, asociativo o cooperativo; en el polo opuesto, los hombres adultos, con estudios superiores y medios, son los que más producen humor con estilo agresivo; ellas, especialmente las jóvenes, sea cual sea su nivel, usan más el estilo autodespreciativo que los hombres de sociolectos similares, mientras que los hombres, sobre todo los jóvenes y mayores con estudios superiores, son los que en más ocasiones muestran un estilo humorístico reafirmativo. Y tales hechos parecen estar en consonancia con lo que ocurre con respecto a las funciones pragmáticas del humor: las mujeres jóvenes, en general, son las que más utilizan el humor para salvaguardar la imagen propia, aunque también lo hacen en una proporción alta los hombres jóvenes con estudios superiores; los hombres jóvenes y adultos, con nivel de instrucción medio o superior, son los que más emplean humor para atacar la imagen de otros, así como para reforzar la imagen propia. En atención a estos resultados, no extraña que el humor que más frecuentemente tiene efecto negativo hacia otros sea el producido por hombres jóvenes y adultos, sobre todo, con estudios secundarios y superiores, mientras que el humor con efecto positivo hacia terceras personas es producido por mujeres jóvenes con estudios bajos y altos, y adultas y mayores con estudios medios; el humor con efecto positivo hacia sí mismo se

da mayoritariamente en la interacción con mujeres jóvenes, con estudios superiores, medios y bajos, y de hombres jóvenes con estudios superiores.

Por último, son más cooperativas en la construcción de humor en interacción semiformal las mujeres jóvenes con estudios primarios, seguidas de las mujeres y los hombres jóvenes con estudios superiores. Las mujeres y los hombres mayores con estudios superiores no han co-construido humor nunca en nuestro corpus, aunque tampoco han producido expresamente humor fallido, que se da, sobre todo, en las interacciones de mujeres jóvenes y mayores con estudios secundarios. En relación con ello, también son las mujeres, sobre todo las jóvenes con estudios primarios y, en menor medida, con estudios secundarios y superiores, las que más reaccionan favorablemente al humor producido, seguidas de los hombres jóvenes con estudios superiores.

4. HUMOR EN INTERACCIÓN SEMIDIRIGIDA Y HUMOR EN INTERACCIÓN CONVERSACIONAL

La caracterización del uso y funcionamiento del humor verbal en el habla de Madrid que acabamos de exponer es propia de un tipo de interacción específica, la entrevista semidirigida. Se trata de una actividad transaccional (Cestero Mancera 2000), en la que la toma de turno está, en parte, predeterminada, pues la asigna el explorador, que interviene como destinatario o interlocutor, y hay siempre cierta planificación, ya que el investigador pretende tratar unos temas establecidos, lo que favorece la homogeneidad de todos los corpus PRESEEA y hace posible la comparación de datos. Estos rasgos, unidos a que los participantes no se conocen y no hay, por tanto, relación vivencial de proximidad entre ellos, además de que nuestras encuestas suelen hacerse en el domicilio del informante o en un centro de enseñanza al que acude cotidianamente, marcan diferencias relevantes entre las interacciones analizadas y las conversaciones coloquiales que estudian las integrantes del grupo GRIALE (Ruiz Gurillo 2022b; Alvarado Ortega 2022) y nos llevan



a considerar que es el tipo de actividad interaccional, y no tanto el registro de lengua, el responsable de las diferencias en patrones de uso y funcionamiento del humor halladas.

Las interacciones semidirigidas y las conversaciones coloquiales son, según la clasificación de Tsakona (2017), actividades comunicativas no prototípicamente humorísticas, pero en las que se espera que se produzca humor como estrategia pragmática (ambas pertenecen al grupo segundo, en una escala de cuatro, de mayor a menor prototipicidad); ahora bien, la cantidad de humor ha de diferir considerablemente en las dos clases de interacciones, en función de sus rasgos básicos y del registro de lengua propio de cada una de ellas. Tal y como apunta Ruiz Gurillo (2022b), los rasgos primarios y coloquializadores de la conversación determinan la producción frecuente de humor verbal estratégico. Nuestras interacciones semidirigidas comparten con la conversación el dinamismo dialógico, la retroalimentación y la inmediatez como rasgos primarios, además de que, para el informante, no hay total planificación y la toma de turno no está siempre predeterminada, pues no podemos olvidar que se semidirige la entrevista llevándola hacia la apariencia de una charla para el colaborador. Con respecto a los rasgos coloquializadores las diferencias son más acusadas, ya que, en nuestras interacciones, no hay relación de igualdad ni, por tanto, de vivencia de proximidad; eso sí, el marco de la interacción no es marcado del todo, pues se pretende que el entorno físico esté en la zona de confort del informante, y la temática no es especializada. Rasgos primarios y coloquializadores, como muestra Ruiz Gurillo (2022b), determinan el tipo de actividad comunicativa y el registro de lengua empleado, condicionantes de los diferentes patrones de uso y funcionamiento del humor en interacción, mucho más frecuente en la conversación coloquial que en la interacción semidirigida. No obstante, no son los únicos factores incidentes en la variación que estudiamos, pues, como hemos mostrado previamente y se podrá apreciar en los datos que ofrecemos a continuación, rasgos sociales como el sexo, la edad o el nivel educativo de las personas son fundamentales en la

configuración de patrones sociopragmáticos y, seguramente, geolectales.

Ruiz Gurillo analiza, en el estudio del que tomamos datos para esta comparación inicial, 945 minutos de grabación del corpus de conversaciones coloquiales de Val.Es.Co, e identifica en él 148 secuencias humorísticas que suponen 70 minutos de conversación; según la autora, el 64,17% de las conversaciones contiene secuencias humorísticas (Ruiz Gurillo 2022b, p. 92). Nosotros hemos analizado 630 minutos de interacciones semidirigidas de PRESEEA-Madrid (distrito de Vallecas) y hemos documentado 174 actos de habla con humor, producidos en 271 turnos de habla de los 5204 que realizan los informantes madrileños en las diez horas y media de grabación revisadas. En nuestro corpus, por tanto, los actos de habla con humor aparecen tan solo en el 5,2% de los turnos de los colaboradores en PRESEEA-Madrid, lo que claramente indica que, como era de esperar por el tipo de interacción y el registro de lengua empleado, se utiliza menos la estrategia sociopragmática que en la conversación coloquial. En cualquier caso, los números de producción total no son de gran relevancia en esta ocasión, pues, en realidad, la forma misma del humor es la que marca la diferencia: en la conversación, el humor suele ser entendido, apreciado y respondido, configurando un tipo estructural basado en las secuencias de humor continuado, co-construido, como la forma “natural” de humor interactivo (Ruiz Gurillo 2022b, p. 93); mientras que, en las interacciones semidirigidas, lo habitual es que lo produzca el hablante y sea comprendido, reconocido y apreciado, también, y en muchas ocasiones respondido con risa o apoyos, pero no continuado⁹, lo que, como explicamos previamente, nos lleva a tomar el acto de habla como unidad básica de análisis y no la secuencia humorística. En nuestras interacciones, tenemos más actos de habla con humor, pero menos secuencias de humor, lo que nos permite establecer una primera diferencia estructural básica entre la

⁹ Recuérdese que solo hemos documentado 12 casos de secuencias humorística en la muestra analizada, y 23, de intercambios; todos los demás son ocurrencia de actos de habla con humor que se desarrollan en la intervención del hablante.

forma de humor en las dos clases de actividades interaccionales que ahora contrastamos, sin duda de gran interés.

Según señala Ruiz Gurillo (2022b, p. 95), por otro lado, parece demostrado que la igualdad en rasgos sociales de los participantes en la interacción se relaciona directamente con la mayor proporción de humor de reforzamiento del endogrupo, que puede hacerse con estilo afiliativo, pero, también, con uno más agresivo¹⁰, mientras que la desigualdad social fomenta el humor confrontativo. Esta caracterización es, sin duda, propia de la conversación coloquial, pues, en nuestras interacciones semidirigidas, en la que los participantes no se conocen, no hay una proporción alta de humor confrontativo y la estrategia se utiliza, sobre todo, para divertir y socializar y con fines de protección de la imagen propia¹¹, más expuesta en la entrevista sociolingüística que en una conversación entre conocidos e iguales normalmente. La diferencia entre los dos tipos de interacciones se observa, también, en el estilo humorístico, pues el de los madrileños en las interacciones de PRESEEA-Madrid (distrito de Vallecas) es, mayoritariamente, afiliativo (así se registra en 118 actos con humor de los 174 que conforman el corpus), y solo ocasionalmente resulta agresivo (documentado en 10 ocasiones).

Y no puede olvidarse la influencia en el empleo de la estrategia que nos ocupa de factores sociales, sexo, nivel de instrucción y, sobre todo en nuestras interacciones, edad, así como geográficos o culturales, que pueden dar cuenta de patrones diversos. A este respecto, a modo de ejemplo, podemos mencionar aquí los resultados obtenidos por Ruiz Gurillo en el análisis de secuencias humorísticas del corpus VALESCO.HUMOR, que permiten comprobar, por un lado, que se produce más humor en conversaciones entre mujeres que entre

hombres, y más aún en conversaciones mixtas (Ruiz Gurillo 2022b, p. 102), tal y como hemos documentado en las interacciones semidirigidas de PRESEEA-Madrid, si bien la diferencia en la capital española no es tan grande como en Valencia. Además, en las conversaciones entre hombres de igual grupo etario y nivel sociocultural, el humor mayoritario es el de reforzamiento del endogrupo, que suele ser continuado por otros participantes, manifestado con un estilo afiliativo, aunque a veces aparezcan casos de estilo agresivo y de autohumor (Ruiz Gurillo 2022b, pp. 102-104). En las conversaciones entre mujeres de igual grupo etario y nivel sociocultural aún es más patente el predominio del humor de reforzamiento del endogrupo, que es casi el único que se da, mayoritariamente con un estilo afiliativo, si bien también presenta, a veces, el agresivo y de autohumor (Ruiz Gurillo 2022b, pp. 104-105). Tampoco es muy alto el porcentaje de humor confrontativo en las conversaciones mixtas, pero es en ellas en las que más se registra, y, aunque el estilo afiliativo sigue siendo el mayoritario, sube la proporción del agresivo, del autohumor e, incluso, del reafirmativo (Ruiz Gurillo 2022b, pp. 106-107). En nuestras interacciones, es peculiar el humor confrontativo y el estilo agresivo, y poco frecuentes los estilos autodespreciativo y reafirmativo, pero el patrón que apunta Ruiz Gurillo para las conversaciones de valencianos parece repetirse: los hombres producen bastantes más actos con humor confrontativos que las mujeres y su estilo es agresivo en más ocasiones también; ahora bien, la incidencia del sexo es, quizás, más llamativa en los estilos autodespreciativo y, sobre todo, reafirmativo con los que los hombres producen actos de habla con humor bastante más frecuentemente que las mujeres; ellos, por tanto, presentan en mucha menor medida que ellas estilo afiliativo y en mucha mayor, reafirmativo, autodespreciativo y agresivo, lo que nos lleva a pensar que, para las mujeres, es un estrategia fundamental de afiliación y cooperación, mientras que, para los hombres, tiene un abanico más amplio de utilidades.

Como recuerdan Hidalgo Downing e Iglesias Recuero (2009, pp. 448-449) y Ruiz Gurillo *et al.* (2021), sin duda, los patrones

¹⁰ Como indica Ruiz Gurillo (2022b, p. 102), “los rasgos coloquializadores, como la igualdad social o la relación vivencial entre los participantes, amortiguan el posible efecto que ello pudiera causar y refuerzan el sentimiento de pertenencia a la misma comunidad”.

¹¹ De los 174 actos de habla con humor registrados en el corpus, 163 tienen la función básica de reforzamiento del endogrupo, divertir y socializar, y solo 11 son confrontativos.



diferenciales en el uso, y la recepción, del humor se relacionan de manera directa con “identidades de género”, que se configuran a través de los diferentes estilos conversacionales de hombres o de mujeres, ya apuntados por Lakoff (1975) o Tannen (1994) en el siglo pasado o por Kotthoff (2006) y Martin (2014) en el actual, y documentados en estudios sobre otros recursos pragmáticos¹² o fenómenos estructurales¹³, tanto en conversación como en otras formas de interacción comunicativa. A este respecto, y en consonancia con los datos ofrecidos por Ruiz Gurillo y los obtenidos por nosotros en Madrid, es oportuno destacar el estilo más enfocado al otro, a reforzar la afiliación y socialización de la mujer, frente al estilo algo menos enfocado al otro, con más humor agresivo y autoreforzador del hombre. En cualquier caso, como apuntan Hidalgo Downing e Iglesias Recuero (2009), parece que la situación específica determina en gran medida también el estilo o las preferencias de producción de humor, por lo que se hace necesario avanzar en el conocimiento con más estudios sobre género y configuración de identidades a través del humor en interacción.

Por otro lado, los patrones de uso y recepción del humor en interacción de hombres y de mujeres pueden explicarse, también, al menos en parte, como mencionan Jiménez Ruiz y Palenzuela Sánchez (2021), por las diferencias constatadas en la actividad cerebral de unos y otras. La parte cognitiva del sentido del humor parece ser la misma en todos los sujetos, pero no la emocional, más integrada en el humor de las mujeres, lo que provoca diferencias con respecto a lo que produce humor y, consecuentemente, a su efecto y reacción. Parece que es lo absurdo lo que más humor produce en los hombres, mientras que las mujeres suelen necesitar que posea un contenido que divierta (Jiménez Ruiz y Palenzuela Sánchez 2021, p. 19).

12 Véanse, a modo de ejemplo, los resultados de los estudios de Cestero Mancera (2015, 2017) sobre la atenuación.

13 Véanse, a modo de ejemplo, los trabajos de Cestero Mancera (2000, 2002, 2003, 2007) sobre el empleo de recursos de llamada de atención, de apéndices interrogativos de control de contacto, de interrupciones o de apoyos conversacionales.

Y, sin duda, el grupo etario de los participantes en las interacciones analizadas también tiene una incidencia destacada en la producción y recepción de actos de habla con humor, como se ha podido apreciar en los datos ofrecidos en el apartado previo. En la interacción semiformal de los madrileños de Vallecas, el grupo de jóvenes es, con mucha diferencia, el que más humor produce (104 casos de los 174 registrados en total), y lo hace para divertir, solidarizar y reforzar el endogrupo, pues solo en 3 ocasiones su propósito es confrontar. El estilo es también afiliativo mayoritariamente, casi nunca agresivo y, en algunas ocasiones, autodespreciativo, y, sobre todo en el caso de los hombres, reafirmativo. Estos datos dan cuenta de creación de identidades juveniles a través del uso del humor, como ya apuntaron de los Heros (2001) o Archakis y Tsakona (2005). No podemos comparar aquí con lo que acontece en Valencia, pues no tenemos datos numéricos que nos permitan dar cuenta de los patrones, según la edad, en el uso y la recepción del humor interaccional en las dos zonas españolas; de hecho, como recuerdan Ruiz Gurillo y sus colaboradoras (2021) es uno de los estudios pendientes. Como lo es, sin duda, la incidencia del nivel de instrucción de los hablantes en el empleo, y recepción, del humor, de lo que los datos actualizados más completos para el español son los que hemos ofrecido en el apartado previo, si bien ya Kotthoff (2006) apuntaba un cruce de relaciones entre sexo y nivel de instrucción, de manera que las mujeres con nivel sociocultural bajo se aproximan a los patrones de los hombres y los hombres con nivel sociocultural alto, a los de las mujeres. En nuestro corpus, parece que ocurre algo similar, especialmente con respecto al estilo humorístico, pero es conveniente analizar más entrevistas semidirigidas y de otras zonas para confirmar la apreciación de Kotthoff en este tipo de actividad comunicativa.

Atendiendo, para terminar, al efecto del humor, esto es, a la otra dimensión interaccional con la que trabajamos, la recepción, también podemos comparar nuestros datos con los del grupo GRIALE, a partir, en esta ocasión, de los resultados de los estudios de Alvarado Ortega (2014, 2016a, 2016b, 2022). La investigadora

ya mostró en 2014 que el humor sirve para unir a los participantes en las conversaciones y, por tanto, su función habitual es la de socializar y divertir; no obstante, a veces esa unión se ve afectada por agresiones a las imágenes mediante el humor, lo que parece establecer cierta relación entre humor fallido y descortesía (Alvarado 2016b, p. 251). En la investigación de Alvarado Ortega sobre humor en conversaciones del corpus Val. Es.Co, la autora menciona que las mujeres optan por el silencio o por continuar con el tema serio, en los casos de humor fallido, para proteger la imagen, mientras que los hombres prefieren cambiar de tema o seguir con el tema serio. En el corpus de Madrid, las mujeres se comportan igual, pues, de los 16 casos de humor fallido, en 12 no reaccionan, quedan en silencio, y el hablante continúa con su turno, y en 4, continúan con el tema serio, sin atender al humor; y el mismo patrón se produce en las interacciones entre hombres, pero ahora en menor proporción, pues solo hemos documentado 6 casos de humor fallido, en 5 de ellos, se da silencio y en uno se continúa con el tema serio, sin atender al humor. Por tanto, quizás, los hombres madrileños exhiben un patrón distinto al de los valencianos o es diferente la estrategia en la interacción semidirigida y en la interacción conversacional, aunque, en cualquier caso, el humor fallido es peculiar tanto en nuestras interacciones como en las conversaciones que analiza Alvarado Ortega, en las que comprueba, además, al igual que nosotros, que las mujeres suelen continuar el humor más que los hombres (en nuestro corpus, 19 ocasiones de ellas frente a 13 de ellos), por lo que esta forma de reacción parece ser patrón dependiente del género.

5. CONCLUSIONES

Hace más de una década, Leonor Ruiz Gurillo recordaba que el humor no forma parte de la constitución de géneros no humorísticos, como la conversación o la transacción, como sí lo hace en géneros humorísticos como el chiste, el monólogo o el *sketch*; sin embargo, aparece con cierta frecuencia y con propósitos determinados (Ruiz Gurillo 2012, p. 97). El

estudio de esta estrategia, desde la pragmática, tomando como base principios teóricos y metodológicos del análisis de la conversación y del análisis interaccionista, ha sido abordado, en España, por el grupo GRIALE, que ha puesto a nuestra disposición un modelo analítico de referencia para investigar el humor interactivo y, más concretamente, el humor conversacional. En el seno del *Proyecto para el estudio sociolingüístico del español de España y de América* (PRESEEA), nos hemos propuesto conocer el uso y funcionamiento del humor en interacción semidirigida, partiendo de la base teórico-analítica de GRIALE, pero empleando para el estudio procedimientos propios de la sociolingüística variacionista también, lo que nos permite un acercamiento sociopragmático multidisciplinar, de corte inductivo-deductivo, que, a nuestro modo de ver, permite obtener datos significativos para caracterizar el humor verbal que producen los participantes en interacción comunicativa oral, desde diversas dimensiones.

En este trabajo, hemos expuesto los resultados más destacados de una primera investigación sobre el rendimiento funcional del humor verbal, y su recepción, en interacciones semidirigidas de madrileños del distrito de Vallecas. Sin duda, los datos obtenidos se explican, en parte, por el tipo de actividad comunicativa con la que hemos trabajado, 18 entrevistas del corpus PRESEEA-Madrid, lo que nos sitúa ante interacciones no prototípicamente humorísticas, producidas en registro medio de lengua, en la que los participantes no se conocen previamente. Como en estudios ya realizados y en marcha sobre otros fenómenos y recursos pragmáticos, llegamos a hallazgos que revelan la existencia de patrones sociopragmáticos, pues muestran la caracterización del humor verbal en esta clase de interacción y dan cuenta de comportamientos algo diferentes por parte de hombres y mujeres, de jóvenes, adultos y mayores, y de personas con nivel de instrucción alto, medio o bajo.

Los análisis cualitativos y cuantitativos efectuados nos han permitido constatar que los madrileños, tal y como apuntaba Ruiz Gurillo más de una década atrás (Ruiz Gurillo 2012, p. 98), utilizan el humor interactivo como una



estrategia de cohesión grupal, de cooperación y de unión, y solo ocasionalmente para confrontar o distanciarse del interlocutor, otras personas o alguna situación. El mecanismo básico que emplean más asiduamente para producir humor es la incongruencia, sobre todo a través de violación de expectativas, cuya causa es lo “inesperado”, y lo más habitual es que se trate de humor implicado, si bien, en muchas ocasiones, lo construyen con una combinación de comicidad expresada por el lenguaje y por ideas creadas mediante el lenguaje. Por otra parte, la risa o la emisión entre risas es la marca por excelencia del humor en nuestras entrevistas semidirigidas, como ya apuntara Alvarado Ortega para distintos tipos de actividades comunicativas (Alvarado Ortega 2012, 2022), aunque también funciona como marca destacada en nuestras muestras el contraste prosódico. Y creemos que los indicadores de uso frecuente de humor interactivo son una de las características más sobresalientes de la estrategia, y que lo hace muy diferente al humor verbal de géneros humorísticos; en las interacciones semidirigidas, los procedimientos más empleados son los gramaticales, concretamente, los cuantificadores, el estilo directo y las repeticiones y reformulaciones, si bien también encontramos en alta proporción procedimientos léxicos como términos valorativos y unidades fraseológicas y cambios de registro hacia mayor informalidad. Marcas e indicadores suelen acumularse en el interior y el final de la parte central del acto con humor verbal.

Nuestros madrileños, además, bromean mucho, aunque, en alguna ocasión, también se burlan de ellos mismos, de tipos, conductas, valores o actitudes sociales, de grupos estereotipados y hasta de otros. Hacen humor normalmente sobre detalles de hábitos y costumbres relacionados con la forma de ser o comportamientos de personas, sobre detalles de situaciones atípicas y al presentar sus emociones, sentimientos y sensaciones o puntos de vista personales. Y, en general, como era de esperar por tratarse de una estrategia socializadora, el estilo humorístico de los vallecános es afiliativo, cooperativo, y se produce como muestra de solidaridad y para estrechar lazos. Con el humor, finalmente,

protegen su imagen, sobre todo atenuando lo que dicen o hacen.

Si atendemos a la caracterización de la recepción del humor verbal de los madrileños de Vallecas, hemos de comenzar recordando que la actitud más registrada en interacción semidirigida es la de reconocimiento (expresado sobre todo con risa o apoyo no lúdico), con poca continuación (co-construcción), pero nunca desfavorable, sino neutra o favorable. Esta es, quizás, la diferencia más relevante que hay entre el humor en transacción y el humor en conversación, si tenemos en cuenta los datos aportados por el grupo GRIALE al respecto, pues determina su naturaleza como estrategia interaccional en cada tipo de actividad. En cualquier caso, el efecto social del humor que producen los vallecános es, en la mayoría de las ocasiones, positivo, especialmente hacia uno mismo, aunque, también, hacia terceras personas y determinadas situaciones.

Por último, no podemos dejar de mencionar que la investigación realizada nos ha permitido comprobar la existencia de patrones sociolectales, objetivo primordial de los estudios enmarcados en el proyecto *PRESEEA*. Los casos de empleo de humor verbal documentados en diez horas y media de interacción semiformal dan cuenta de que las madrileñas de Vallecas hacen algo más uso de esta estrategia pragmática que los hombres, que los jóvenes la emplean considerablemente más que los adultos y que los mayores, y que los sujetos con estudios medios la utilizan más que los que tienen estudios superiores y estos, a su vez, más que los que los tienen primarios. Ahora bien, los cruces de rasgos sociales apuntan usos característicos de sociolectos determinados, al menos en esta zona centro-peninsular, lo que nos lleva a pensar, una vez más, en especialización funcional de la estrategia pragmática: los hombres con estudios medios y superiores son los que más utilizan el humor para confrontar, los adultos con este perfil son los que más muestran un estilo agresivo y los jóvenes y mayores con estudios superiores son los que más manifiestan estilo reafirmativo; las mujeres de todos los grupos etarios, pero especialmente las jóvenes con estudios medios y superiores, son las que más exhiben un estilo afiliativo

e, independientemente de los estudios que tengan, autodespreciativo. Estamos, sin duda, ante una estrategia que configura identidades de género e identidades juveniles, entre otras.

En las páginas previas, hemos presentado una primera aproximación al establecimiento de patrones sociopragmáticos en el empleo de humor verbal en interacción semidirigida oral del distrito madrileño de Vallecas, esperamos que resulte de interés y aliente en el avance en el conocimiento de esta estrategia. Para ello, creemos conveniente que se realicen análisis profundos sobre una muestra más grande de entrevistas sociolingüísticas, y que se relacionen entre sí diferentes variantes de las variables identificadas como relevantes. Además, consideramos de gran interés que se repliquen estos trabajos en otras comunidades de habla hispana, para contar con datos que permitan comprobar la existencia o no de variación geolectal, y, por supuesto, con otros tipos de actividades comunicativas interaccionales. Queda, creemos, establecido un marco teórico-metodológico y abierto el sendero para la investigación coordinada.

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. 2017. An approach to verbal humor in interaction. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 95, 594-603.
- Alvarado Ortega, M. B. (2016a). 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. (2016b). Descortesía y humor fallido en conversaciones entre hombres y mujeres. *Pragmática Sociocultural/Sociocultural Pragmatics*, 4 (2), 243-267.
- Alvarado Ortega, M. B. (2021a). 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. (2021b). El humor y las risas en la conversación coloquial: estudio pragmático de la identidad de género. *Oralia*, 24 (1), 7-26.
- 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.
- Archakis, A. y Tsakona, V. (2005). Analyzing conversational data in GTVH terms: A new approach to the issue of identity construction via humor. *Humor*, 18 (1), 41-68.
- 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. y Raskin V. (1991). Script theory revis(it)ed: Joke similarity and joke representation model. *Humor*, 4 (3-4), 293-347.
- Briz Gómez, A. (coord.) (1995). *La conversación coloquial (Materiales para su estudio)*. Universitat de València. Anejo XVI de *Cuadernos de Filología*. Disponible la versión 3.0 en https://www.valesco.es/#/pages/cod_hj3y7hwvuuajtlkq0ik/cod_fa393ih5l4jx9zssv7
- Briz Gómez, Antonio y Grupo Val.Es.Co (2002). *Corpus de conversaciones coloquiales*. Arco Libros. Disponible la versión 3.0 en https://www.valesco.es/#/pages/cod_hj3y7hwvuuajtlkq0ik/cod_fa393ih5l4jx9zssv7



- Brône, G., Feyaerts K. y Veale T. (2006). Introduction: Cognitive linguistics approaches to humor. *Humor*, 19 (3), 203-228.
- 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. (2002). El funcionamiento de los recursos lingüísticos de llamada de atención al interlocutor en la conversación y en el discurso académico. *Pragmalingüística*, 10-11, 51-94.
- Cestero Mancera, A. M. (2003). El funcionamiento de los apéndices interrogativos en la conversación y en el discurso académico. En C. Castillo y J. M. Lucía (eds.). *Decíamos ayer... Estudios de alumnos en honor a María Cruz García de Enterría* (pp. 83-127). Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alcalá.
- Cestero Mancera, A. M. (2007). Cooperación en la conversación: estrategias estructurales características de las mujeres. *Lingüística en la Red* V. https://linred.web.uah.es/articulos_pdf/LR_articulo_24042007.pdf
- Cestero Mancera, A. M. (2015). La atenuación lingüística en el habla de Madrid: un fenómeno sociopragmático variable. En A. M. Cestero, I. Molina y F. Paredes (eds.). *Patrones sociolingüísticos de Madrid* (pp. 365-412). Peter Lang.
- Cestero Mancera, A. M. (2017). La atenuación en el habla de Madrid: patrones sociopragmáticos. *RILCE*, 33 (1), 57-86. DOI: 10.15581/008.33.1.57-86
- Cestero Mancera, A. M. y Moreno Martín de Nicolás, N. (En prensa a). Humor en interacción: apuntes para su estudio sociopragmático y geolectal. *Literatura y Lingüística*, 49.
- Cestero Mancera, A. M. y Moreno Martín de Nicolás, N. (En prensa b). Guía PRESEEA de estudio del humor en interacción. *Documentos PRESEEA de investigación, Guías PRESEEA de estudio*, 16.
- Chovanec, J. y Tsakona V. (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 expresión of attitudes, mutual manifestness and verbal humour. *UCL. Working Papers in Linguistics*, 8, 89-99.
- de los Heros S. (2001). *Lengua, identidad y género en el castellano peruano*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Hidalgo Downing, R. e Iglesias Recuero, S. (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.
- Jiménez Ruiz, J. L. y Palenzuela Sánchez, Á. (2021). Fundamentos teóricos, neurológicos, psicológicos y lingüísticos del estudio de la competencia humorística. *Spanish in Context*, 18 (1), 8-29.
- Kotthoff, H. (2006). Gender and humor: The state of the art. *Journal of Pragmatics*, 38, 4-25.
- Lakoff, R. (1975). *Language and Woman's Place*. Cambridge University Press.
- Martin, R. A. (2014). Humor and gender: An overview of psychological research. En D. Chiaro y R. Baccolini (eds.). *Gender and Humor. Interdisciplinary and International Perspectives* (pp. 123-146). Routledge.
- Martin, R. A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J. y Weir, K. (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.
- 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. (2021). 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. y Cestero Mancera, A. M. (2020). El proyecto PRESEEA: desarrollos analíticos. *Verba*, Anexo 80, 119-138. <https://dx.doi.org/10.15304/9788418445316>
- Rasking, 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. (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 Linares Bernabéu, E. (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.
- Tannen, D. (1994). *Gender and Discourse*. Oxford University Press.
- Timofeeva Timofeev, L. y Ruiz Gurillo, L. (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 Ruiz Gurillo L. (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.
- Verschueren, J. (2017). La pragmática del humor en una historia seria. *ELUA: Estudios de Lingüística. Universidad de Alicante*, 31, 311-326. <https://doi.org/10.14198/ELUA2017.31.16>
- Yus Ramos, F. (2016). *Humour and Relevance*. John Benjamins.

