

# ADOPTANDO UN HUMOR INTERACTIVO

LEONOR RUIZ GURILLO

*Universidad de Alicante. Grupo GRIALE*

## 1. El ámbito del humor interactivo

El trabajo que ahora presentamos promueve un enfoque que aboga por observar cómo interacciona el humor en géneros discursivos muy diversos. Esta línea de investigación, que se inscribe en la concepción del humor como actuación, permite comprenderlo como proceso y determinar cómo se aprecia, cómo se negocian los significados humorísticos o cómo se co-construye el discurso, entre otros aspectos. Fue Hay (2001) quien estableció los procesos de reconocimiento y comprensión del humor, que se relacionan con el humor como competencia, y las funciones de apreciación y producción, que conectan con el humor como actuación. Sin embargo, el humor como actuación ha sido hasta cierto punto relegado a un segundo plano en los estudios lingüísticos, mientras que el humor como competencia, que se centra en el producto y analiza la capacidad del hablante y el oyente para producirlo y reconocerlo, ha recibido una gran atención. Así, el humor como competencia se ha concebido como la única realidad merecedora de estudio durante mucho tiempo (Attardo 2001, 2019), aunque poco a poco se ha ido imponiendo un humor como actuación, que, centrado en el proceso (Dynel y Chovanec 2021: 151), se preocupa por su naturaleza interactiva y por cómo influyen en él las diversas variables y funciones sociales (Attardo 2020).

Este humor como actuación se circunscribe, por lo general, al humor conversacional, entendido como forma interactiva por excelencia en la que observar los enunciados humorísticos que se dan en intercambios informales entre amigos (Coates 2007: 29). A partir de las teorías de la etnografía de la comunicación de Dell Hymes y de la sociolingüística interaccional de Ervin Goffman, se ha ido consolidado una corriente autónoma de *humor conversacional*, lo que ha ocasionado que los acercamientos más recientes no hayan podido obviar el papel destacado que tiene el humor como actuación dentro de tales estudios lingüísticos. En este sentido, pueden consultarse los trabajos de Davies (2017), que nos ofrece una revisión del análisis sociolingüístico del humor, o el acercamiento último de Attardo (2020) a la conversación.

Así pues, el manejo de rasgos conversacionales como la toma de turno, la retroalimentación entre hablante y oyente o las reacciones que causa el humor han propiciado que se haya puesto el foco de atención en la comprensión de los procesos metapragmáticos que afectan tanto a hablante como a oyente (Ruiz Gurillo (ed.) 2016) y que promueven, en definitiva, la negociación humorística en el seno de la conversación. Ahora bien, este enfoque ha sufrido en los últimos tiempos una nueva reformulación a partir del concepto de *humor interactivo*. Dicha perspectiva, propugnada por el trabajo de Chovanec y Tsakona (2018b: 9), investiga “(...) the joint negotiation of the humorous potential of forms, situations, and utterances” y propone concebir como interactivos géneros orales, como la conversación, pero también otros escritos o tecnológicos en los que adquieren un nuevo sentido las reacciones del destinatario, del público o de la audiencia, como Twitter, los blogs, los foros o WhatsApp, entre otros.

Para comprender la relación que los géneros discursivos establecen con el humor, conviene referirse a la propuesta de Tsakona (2017), que establece cuatro grupos de géneros, distribuidos de A a D, según la incidencia que el humor tiene en ellos:

- Grupo A. Géneros en los que el humor es un rasgo obligatorio, pues están concebidos para divertimento de una audiencia. Es el caso de los chistes, las comedias televisivas, las viñetas, las comedias de situación, la sátira televisiva, la comedia de *Stand-up* o los memes de internet.
- Grupo B. Géneros en los que el humor es un rasgo opcional, aunque esperado, ya que su objetivo es crear efectos humorísticos. Se recogen aquí tanto las interacciones cotidianas o las narrativas conversacionales, que incluyen anécdotas personales, como determinados textos literarios entre los que se encuentran las novelas, las historias cortas, los poemas, las películas, pero también las interacciones *online*, los posts de internet o los grafitis, entre otros posibles géneros.
- Grupo C. Géneros en los que el humor es un rasgo opcional, aunque no esperado, dadas las características propias del género. Integran este grupo las negociaciones laborales, los artículos de la prensa, los discursos políticos, el debate parlamentario, los libros de texto escolares o las interacciones en el aula.
- Grupo D. Géneros en los que el humor es un rasgo atípico, por lo que no aparece nunca o casi nunca, como los géneros religiosos, las leyes, los fallos judiciales o los discursos en los funerales.

Cualquiera de los grupos podría integrar humor interactivo, si bien es cierto que conviene centrarse en determinados géneros que, por sus características, tanto interactivas como humorísticas, pueden aportar un mayor conocimiento a esta línea de investigación. Resaltamos en concreto los siguientes:

- La comedia de *Stand-up*. Pertenece al grupo A donde el humor es un rasgo obligatorio. El cómico que dramatiza su monólogo en un escenario, ante una audiencia inmediata en el lugar del evento, con frecuencia también lo hace de modo mediático, gracias a la transmisión en directo o en diferido a través de un medio digital (televisión, plataformas de cable, etc.). En ambos casos cuenta con las reacciones del público y, en determinadas ocasiones, negocia ciertos significados con él (Rutter 2001; Linares 2021, en este volumen).
- Los memes. Pertenecen también al grupo A, pues en ellos el humor está presente en su constitución (Tsakona 2018; Mancera y Pano 2020). Dada su profusión y desarrollo en la cultura moderna, los memes se identifican, siguiendo la definición de Simpson (2003), como una práctica discursiva cotidiana que se basa en la intertextualidad, entre otros rasgos, y aspira a provocar un acto cómico (Rossen-Knill y Henry 1997). El humor vertebrata estas manifestaciones, de manera que son esperables variaciones o modificaciones sobre la versión inicial, así como reacciones de los usuarios (Yus 2021; Mancera y Pano 2021; Manero en este volumen).
- La conversación. Pertenece al grupo B, de tal forma que el humor es opcional, pero se emplea como una estrategia para lograr determinados fines comunicativos (Ruiz Gurillo 2012: 96-114, en este volumen; Alvarado Ortega 2014, 2016, en este volumen).
- WhatsApp. Pertenece, de igual modo, al grupo B. Este tipo de interacción mediada facilita la comunicación entre los participantes, ya sea empleando el medio gráfico u otros medios multimodales, como los audios, los emojis, los *stickers*, etc. (Yus 2017, en este volumen).
- Twitter. Se integra, por lo común, en el grupo B donde el humor es opcional (Simarro 2016; Pano y Mancera 2016). Dado que se trata de una *comunicación pública*, el humor se restringe principalmente a ciertas cuentas, de carácter claramente paródico, o a determinados *hilos* que emplean el humor como uno de sus recursos. En estos casos, las respuestas evidencian una negociación de los significados humorísticos. Y aunque se trata de una interacción mediada, las reacciones se perciben como rápidas y ágiles (Mancera en este volumen).
- Los foros virtuales, donde el humor puede aparecer o no. De este modo, se integra en líneas generales en el grupo B, aunque es cierto que en ciertos casos se desarrollan algunos foros propiamente humorísticos que se inscribirían en el grupo A (Mura en este volumen).
- Los blogs económico-financieros. En este caso nos hallamos ante discursos que pertenecen al grupo C donde no se espera el humor. Pese a todo, en ciertos casos se emplea el humor con determinados fines, como facilitar el acercamiento a la audiencia, provocar la toma de decisiones o fomentar un determinado punto de vista (Martínez Egido 2016, en este volumen).

En suma, los géneros tecnológicos mencionados (memes, WhatsApp, Twitter, blogs, foros) guardan muchas de las características típicas de la interacción más auténtica (Pano 2013: 208), aunque evidencian otros rasgos propios. De hecho, las características idiosincrásicas de cada uno de estos géneros en relación con el humor son el objetivo fundamental de este trabajo, para lo cual partimos de las tres directrices básicas que proponen Chovanec y Tsakona (2018b: 9) para analizarlos:

1. Las formas de humor interactivo. Así, las arriba descritas muestran géneros muy variados que abarcan la comunicación oral, la escrita y la mediada tecnológicamente.
2. La estructura. Los discursos de humor interactivo se basan en una estructura secuencial determinada que denominaremos en este monográfico *secuencia humorística* y que se define como una unidad estructural y temática que concluye con un gancho (*jab line*), entendido como enunciado humorístico integrado en la estructura del texto, o con un remate (*punch line*), si se trata del último enunciado humorístico de dicho discurso (Attardo 2001). Ahora bien, este concepto se adaptará a la naturaleza de cada uno de los géneros investigados.
3. La co-participación. Todos los discursos humorísticos interactivos suponen la colaboración de las diversas partes implicadas, de manera que las secuencias de humor interactivo se integran en una macroestructura mayor que es el género textual concreto en el que se produce el humor. De este modo, los rasgos de los participantes en este acontecimiento humorístico (edad, sexo, nivel sociocultural, etc.) influyen en la negociación del humor.

## 2. Contenidos del volumen

Los basamentos teóricos descritos permiten organizar este monográfico en tres secciones fundamentales, a las que se suma esta introducción:

- Géneros humorísticos interactivos: el monólogo y los memes.
- Géneros no humorísticos interactivos: la conversación.
- Géneros no humorísticos interactivos: la comunicación digital.

El planteamiento que se adopta en los 9 capítulos que lo componen es amplio y abarcador y en él confluyen distintas aproximaciones teóricas al ámbito del humor verbal, así como acercamientos diversos al proceso propiamente interactivo que se lleva a cabo en cada uno de los géneros. Así, el bloque II, dedicado a los géneros propiamente humorísticos, se compone de dos capítulos sobre el monólogo y los memes. El capítulo escrito por Esther Linares Bernabéu, titulado

“El monólogo humorístico. Negociación del *kairós* e interacción directa con el público en la comedia en vivo femenina”, se centra en el carácter dialógico del humor subversivo del que hacen gala diversas cómicas españolas y en cómo aprovechan el momento oportuno para interactuar con el público.

Por su parte, Elvira Manero Richard presenta en “Los memes. (Re)contextualizaciones y reacciones en el discurso corporativo en Twitter” un análisis del humor interactivo que se lleva a cabo en diversas cuentas corporativas de Twitter.

El bloque III se consagra al género no humorístico por excelencia, la conversación. Leonor Ruiz Gurillo describe en “La conversación. La interacción coloquial y la negociación humorística” cómo los diversos rasgos primarios y coloquializadores influyen en la aparición del humor en las secuencias del corpus VALESCO.HUMOR<sup>1</sup> y cómo se negocia el humor en ellas.

El análisis del humor interactivo en la conversación se completa con el capítulo de M. Belén Alvarado Ortega, titulado “La conversación. Reacciones y efectos en el humor conversacional”, donde el análisis de VALESCO.HUMOR se centra principalmente en las secuencias que contienen risas, entendidas como estrategias de castigo o ataque, por un lado, o de afiliación al grupo conversacional, por otro.

Este bloque III se cierra con la contribución de Larissa Timofeeva Timofeev, dedicado a “La ficción interactiva en las narraciones humorísticas de niñas y niños de 8 a 12 años”, donde la autora describe la comunicación ficticia que desarrollan las narraciones humorísticas escritas por los niños y niñas de esas franjas etarias. A partir de datos del corpus CHILDHUM, expone cómo introducen y desarrollan dichos fragmentos interactivos.

Por último, el bloque IV se ocupa de los géneros no humorísticos interactivos que se desarrollan en el marco de la comunicación digital. En primer lugar, se presenta un análisis de “WhatsApp. Interacciones y humor en la mensajería instantánea” en el capítulo escrito por Francisco Yus, donde se analizan las pautas y esquemas recurrentes de la interacción humorística entre usuarios de WhatsApp y se proponen algunos patrones prototípicos de turnos de habla.

El bloque IV continúa con la contribución de G. Angela Mura sobre “Los foros virtuales. Interacción multimodal comunitaria en clave humorística”. La autora explora, en especial, la interactividad que se desarrolla en este entorno digital y cómo los participantes co-construyen el humor.

El capítulo 8, escrito por Ana Mancera Rueda, se titula “Los mensajes publicados en Twitter. Cuando la enfermedad se convierte en objeto de parodia” y

---

1 [http://www.observahumor.com/corpus\\_valesco](http://www.observahumor.com/corpus_valesco)

describe cómo se lleva a cabo la interacción humorística entre diversos perfiles paródicos y sus seguidores.

Finalmente, el volumen se cierra con la contribución de José Joaquín Martínez Egido sobre “El blog económico y financiero en español. Humor verbal e interactividad”. El análisis de un género del grupo C, donde el humor no es esperable, evidencia que este se convierte en una estrategia argumentativa que permite opinar de forma interactiva en los blogs de especialidad.

## Agradecimientos

Este monográfico es resultado de los proyectos de investigación PID2019-104980GB-I00 “El humor interaccional en español. Géneros orales, escritos y tecnológicos” (MCIN/AEI/10.13039/501100011033) (2020-24) y PROMETEO/2021/079 “Etiquetaje pragmático para un observatorio de la identidad de mujeres y hombres a través del humor. La plataforma Observahumor.com” (Generalitat Valenciana, Conselleria de Innovación, Universidades, Ciencia e Innovación Digital) (2021-24).

## Referencias bibliográficas

- ALVARADO, M. B. (2014). Humor y género: análisis de conversaciones entre mujeres. *Feminismos*, 24, 17-40. <https://doi.org/10.14198/fem.2014.24.02>
- (2016). Descortesía y humor fallido en conversaciones entre hombres y mujeres. *Pragmática Sociocultural*, 4(2), 243-267. <https://doi.org/10.1515/so-prag-2016-0005>
- ATTARDO, S. (2001). *Humorous Texts: A Semantic and Pragmatic Analysis*. Berlin, New York: De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110887969>
- (2019). Humor and Mirth: Emotions, Embodied Cognition, and Sustained Humor. En J. L. MACKENZIE y L. ALBA-JUEZ (Eds.). *Emotion in Discourse* (pp. 189-211). Amsterdam: John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/pbns.302.08att>
- (2020). *The Linguistics of Humor: An Introduction*. Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198791270.001.0001>
- CHOVANEC, J. y TSAKONA, V. (Ed.) (2018a). *The Dynamics of Interactional Humor. Creating and Negotiating Humor in Everyday Encounters*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/thr.7>
- (2018b). 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). Amsterdam: John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/thr.7>
- COATES, J. (2007). Talk in a Play Frame: More on Laughter and Intimacy. *Journal of Pragmatics*, 39(1), 29-49. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2006.05.003>
- DAVIES, C. E. (2017). Sociolinguistic Approaches to Humor. En S. ATTARDO (Ed.), *The Routledge Handbook of Language and Humour* (pp. 472-488.). Abingdon/ New York: Routledge.
- DYNEL, M. y CHOVANEC, J. (2021). Creating and Sharing Public Humour across Traditional and New Media. *Journal of Pragmatics*, 177, 151-156.
- HAY, J. (2001). The Pragmatics of Humor Support. *Humor – International Journal of Humor Research*, 14(1), 55-82. <https://doi.org/10.1515/humr.14.1.55>
- LINARES BERNABÉU, E. (2021). *El monólogo humorístico subversivo en español. Pragmática, humor verbal y construcción discursiva del género*. Madrid/Frankfurt am Main: Iberoamericana/Vervuert.
- MANCERA RUEDA, A. y PANO ALAMÁN, A. (2020). Peligros y ventajas de vivir en *memecracia*: el humor verbal en memes de contenido político. En A. MANCERA RUEDA y A. PANO ALAMÁN. *La opinión pública en la red. Análisis pragmático de la voz de los ciudadanos* (pp. 213-234). Madrid/Frankfurt am Main: Iberoamericana/Vervuert.
- (2021). Pragmatics of Humour Within Political Memes about the Spanish General Elections. XVII International Pragmatics Conference. Winterthur, Suisse.
- MARTÍNEZ EGIDO, J. J. (2016). Humor y noticias económicas y financieras en la prensa española. *LEA: Lingüística Española Actual*, 38(1), 161-185.
- PANO ALAMÁN, A. (2013). La ironía, entre polifonía y mención ecoica. Cuando se opina en la Red. En M. B. ALVARADO ORTEGA y L. RUIZ GURILLO (Eds.), *Humor, ironía y géneros textuales* (pp. 191-212). Alicante: Universidad de Alicante.
- PANO ALAMÁN, A. y MANCERA RUEDA, A. (2016). Humor and Advertising in Twitter: An Approach from the General Theory of Verbal Humor and Metapragmatics. En L. RUIZ GURILLO (Ed.), *Metapragmatics of Humor. Current Research Trends* (pp. 35-56). Amsterdam: John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/ivitra.14.03ala>
- ROSSEN-KNILL, D. F. y HENRY, R. (1997). The Pragmatics of Verbal Parody. *Journal of Pragmatics*, 27, 719-752.
- RUIZ GURILLO, L. (2012). *La lingüística del humor en español*. Madrid: Arco/Libros.
- (Ed.) (2016). *Metapragmatics of Humor: Current Research Trends*. Amsterdam: John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/ivitra.14>
- RUTTER, J. (2001). Rhetoric in Stand-up Comedy: Exploring Performer-Audience Interaction. *Stylistyka*, 10, 307-325.

- SHIFMAN, L. (2013). *Memes in Digital Culture*. Boston: MIT.
- SIMARRO, M. (2016). Mecanismos de humor verbal en Twitter. *Caracteres: Estudios Culturales y Críticos de la Esfera Digital*, 5(2), 32-57.
- SIMPSON, P. (2003). *On the Discourse of Satire*. Amsterdam: John Benjamins.
- TSAKONA, V. (2017). Genres of Humor. En S. ATTARDO (Ed.), *The Routledge Handbook of Language and Humour* (pp. 489-503). Abingdon/New York: Routledge.
- (2018). Online Joint Fictionalization. En J. CHOVANEC Y V. TSAKONA (Eds.), *The Dynamics of Interactional Humor. Creating and Negotiating Humor in Everyday Encounters* (pp. 229-256). Amsterdam: John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/thr.7.10tsa>
- YUS, F. (2017). Contextual Constraints and Non-Propositional Effects in Whats-App Communication. *Journal of Pragmatics*, 114, 66-86. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2017.04.003>
- (2021). Pragmatics of Humour in Memes in Spanish. *Spanish in Context*, 18(1), 113-135. <https://doi.org/10.1075/sic.00070.yus>