

# Las metáforas humorísticas en la interacción oral y coloquial

JUAN VELA BERMEJO

Doctor en Filología Española

Universidad Suroeste de Ciencia y Tecnología (Mianyang, Sichuan; China)

C/ Clara Campoamor, 37

Elche (Alicante).

E-mail: juan.vela@ua.es

**LAS METÁFORAS DE “AUTO-HUMOR” EN LA INTERACCIÓN ORAL Y COLOQUIAL**

**“SELF-HUMOR” METAPHORS IN ORAL AND COLLOQUIAL INTERACTIONS**

**LES METAPHORES DU “SELF-HUMOUR” DANS L’INTERACTION ORALE ET FAMILIERE**

**RESUMEN:** El objetivo del presente artículo es el análisis pragmático de la metáfora como recurso lingüístico capaz de transmitir contenido humorístico en el registro oral y coloquial. A partir del análisis de diversos fragmentos conversacionales se plasmará cómo la metáfora (junto a otros fenómenos como la ironía o la cortesía) puede potenciar el humor de un intercambio partiendo del propio emisor como meta evaluativa; este hecho derivará en consecuencias pragmáticas positivas o negativas que afectarán la imagen social de los interlocutores.

**ABSTRACT:** The objective of this article is the pragmatic analysis of the metaphor as a linguistic resource capable of transmitting humorous content in oral and colloquial discourse. From the analysis of various conversational fragments, we will try to show how metaphor (together with other phenomena such as irony or politeness) can enhance the humor of an exchange starting from the issuer itself as an evaluative goal; this fact will result in positive or negative pragmatic consequences that will affect the social image of the interlocutors.

**RESUME:** L'objectif de cet article est l'analyse pragmatique de la métaphore en tant que ressource linguistique capable de transmettre un contenu humoristique dans le registre oral et familier. À partir de l'analyse de divers fragments de conversation, nous essayons de montrer comment la métaphore (associée à d'autres phénomènes tels que l'ironie ou la politesse) peut renforcer l'humour d'un échange en partant de l'émetteur lui-même en tant que but d'évaluation; cela aura des conséquences pragmatiques positives ou négatives qui affecteront l'image sociale des interlocuteurs

**PALABRAS CLAVES:** metáfora; humor; oralidad; evaluación; lengua coloquial; imagen social.

**KEY WORDS:** metaphor; humor; orality; evaluation; colloquial language; social image.

**MOTS CLES:** métaphore; humour; oralité; évaluation; langage familier; image sociale.

**SUMARIO:** 1. Introducción. 2. El humor verbal. 3. La metáfora humorística y su componente evaluativo. 4. Conclusiones.

**SUMMARY:** 1. Introduction. 2. Verbal humor. 3. The humorous metaphor and its evaluative component. 4. Conclusions.

**SOMMAIRE:** 1. Introduction. 2. L'humour verbal. 3. La métaphore humoristique et sa composante évaluative. 4. Conclusions.

## Las metáforas humorísticas en la interacción oral y coloquial

JUAN VELA BERMEJO

### 1. INTRODUCCIÓN

Un fenómeno de eminente relevancia pragmática como el humor ha sido estudiado, desde una perspectiva preferente, en géneros propiamente humorísticos como el monólogo (Ruiz Gurillo, 2011; 2012), los chistes (Yus, 1996), las viñetas cómicas (Padilla y Alvarado, 2010) o formatos audiovisuales como las SITCOM o el humor en red (Mucci, 2018; Noboa, 2018), campos textuales donde el receptor está predispuesto a la recepción de un contenido ornamentado por figuras humorísticas. Sin embargo, los enunciados propios de la conversación coloquial están plagados de un humor que, en la mayoría de ocasiones, el receptor no se espera. Además, la metáfora como mecanismo evaluativo juega un papel importante en la transmisión de este humor que, partiendo de nuestra hipótesis inicial, se utiliza en el registro oral y coloquial (junto a otros recursos como la ironía y la cortesía) para promover tanto efectos negativos como positivos en la conversación (Norrick, 2004: 98; Norrick y Bubel, 2009: 33).

Mediante el siguiente artículo se intentará demostrar cómo la metáfora está al servicio del humor en los enunciados orales y coloquiales (partiendo del emisor como meta evaluativa de este proceso humorístico), hecho que nos permitirá comprobar los efectos que produce la conjunción de ambos fenómenos y su funcionalidad como estrategias conversacionales. Para llevar a cabo este trabajo se mostrará un análisis de varios ejemplos de muestras conversacionales provenientes de los siguientes corpora del español: el COVJA (Azorin y Jimenez, 1997) y el *Corpus de conversaciones coloquiales* de Briz y el grupo Val.Es.Co. (2002).

### 2. EL HUMOR VERBAL

Attardo (2008: 117) destaca, dentro del amplio abanico de corrientes que han tratado el humor: las teorías de la agresión (donde toda experiencia humorística surge como manifestación del sentimiento de superioridad del hombre hacia el hombre); las teorías de la liberación (el humor como efecto de una liberación de energía acumulada); por último, las teorías de la incongruencia (el humor se fundamentaría en el descubrimiento de una realidad o un pensamiento que resulta incongruente con lo que se esperaba). De todas estas visiones, las teorías de la incongruencia poseen una visión pragmática, aunque dentro de ellas, apreciamos a su vez diferentes perspectivas, de las que destacamos la relevancia y la "Teoría General del Humor Verbal" (Attardo, 2001: 22; 2008: 108), ya que ambas son aplicables a enunciados contextuales concretos y, consecuentemente, es posible fijar generalizacio-

nes. De acuerdo con esta teoría, existen seis variantes de fuentes de conocimiento que, además de evidenciar entre sí una relación jerárquica, permiten fijar el grado de humor visible en un texto o intercambio. Estas fuentes de conocimiento son la oposición de guiones, el mecanismo lógico, la situación, la meta, las estrategias narrativas y el lenguaje (basamos nuestra descripción a partir de Alvarado, 2012: 13):

- La oposición de marcos o guiones semánticos opuestos a la hora de interpretar un enunciado humorístico crea una serie de incongruencias que el oyente deberá resolver para conseguir una interpretación final adecuada.
- El mecanismo lógico se inserta en la dualidad "incongruencia-resolución", donde la resolución de tal proceso resulta opcional en determinados casos de humor (Attardo, 2001: 25); por tanto, no se dispondrá en todos los contextos de esta fuente de conocimiento.
- La situación como el marco contextual que evoca y genera el proceso humorístico.
- La meta muestra qué entidad es el objetivo del humor. Attardo (2001: 24) también especifica que tal fuente de conocimiento puede ser opcional, porque existe un tipo humor no agresivo, que no ridiculiza a nadie y no posee un objetivo personal.
- La estrategia narrativa se asocia al género utilizado para expresar humor: puede ir de la simple estrategia "pregunta-respuesta" propia de un chiste, a mecanismos lógicos o razonamientos más complejos.
- El lenguaje como todas las marcas o mecanismos lingüísticos posibles que el hablante posee para codificar los elementos humorísticos (polisemia, ambigüedad, polifonía, hipérbole, etc.)

Cabe destacar que Attardo (2001: 120) describe el humor verbal (junto a la ironía) como una "herramienta social "capaz de imprimir contenidos evaluativos en la conversación. Si partimos de esta idea, el humor se vincula de un modo positivo con la cortesía, es decir, su utilización sirve para destacar la imagen positiva del interlocutor y así estrechar lazos de camaradería. Brown y Levinson (1987: 13) afirman que la cortesía se sostiene en el concepto de imagen pública que es necesario proteger y, para ello, se debe evitar dañar la imagen pública de los demás: "the desire to be unimpeded in one's actions (negative face), and the desire (in some respects) to be approved of (positive face)".

La imagen pública de una persona se divide en dos variantes diferenciadas: por una parte, la cara positiva es la imagen que el individuo posee de sí mismo y que aspira a que sea reconocida por el resto de miembros, es decir, que los restantes interlocutores acepten su forma de ser y actuar en alguna de sus manifestaciones o enunciados; por otra, la cara negativa se refiere a la voluntad de cada individuo de que sus actos no sean irrespetados por otros, esto es, que sus acciones no sean impeditas o prohibidas y, por

lo tanto, se afiance su derecho a la intimidad. De este modo, el hablante es capaz de gestionar determinadas estrategias comunicativas que le sirven para mantener su imagen positiva y para salvaguardar su imagen negativa ante el oyente.

Brown y Levinson (1987: 213) enumeran dichas estrategias en la interacción, tales como el humor (la broma) o la ironía, como recursos que ayudarían al hablante a defender su imagen a través de implicaturas conversacionales, es decir, el hablante no sería claro en su intervención, ya que viola de un modo directo la máxima de manera y de informatividad (Rodríguez Rosique, 2009: 110), por lo que su oyente debe inferir en términos irónico-humorísticos lo que le está intentando comunicar en su enunciado. Por tanto, el funcionamiento del humor puede vincularse de un modo directo con las estrategias de cortesía en la conversación, (Alvarado, 2009: 337). Podemos diferenciar dos variables de humor según los efectos generados en la conversación. El humor con efecto negativo en un enunciado es visible cuando existe voluntariedad en la presencia de daño hacia la imagen pública de su oyente, de una persona ausente o se crea un proceso de una crítica hacia una situación. En estos casos el contexto no admite ningún tipo de procedimiento relacionado con la cortesía. En el lado contrario, si en el enunciado con contenido humorístico no existen contenidos de agresión, daño o crítica, nos encontramos ante un humor con efecto positivo. Esta variante de humor se relaciona con la idea de solidaridad trabajada por autores como Attardo (2001: 174), Holmes y Marra (2002: 1684) o Hay (2000: 706), entre otros. Del mismo modo, esta perspectiva de humor con efecto positivo puede conformar, a su vez, una variante de imagen negativa o de imagen positiva, y la cortesía aparecerá siempre como estrategia pragmática (Alvarado, 2012: 17). Si es de imagen negativa, se crea un auto-humor en el que el hablante se convierte en la meta del humor (Attardo, 2001: 23; Kotthoff, 2003: 271) y debe defender su imagen social, con el objetivo de que el resto de interlocutores en la conversación reconozcan su forma de ser y actuar. Finalmente, si el humor es de imagen positiva, la voluntad del emisor es la integración total en el grupo conversacional, por lo que el humor se puede dirigir hacia su oyente, hacia una persona ausente o hacia una situación.

### **3. LA METÁFORA HUMORÍSTICA Y SU COMPONENTE EVALUATIVO**

Si nos remitimos a las fuentes de conocimiento destacadas por Attardo (2001: 22; 2008: 108) en su TGHV, o a obras más recientes como las de Mucci (2018), Noboa (2018) o Portillo-Fernández (2018), el lenguaje se muestra como el estadio final que contiene toda la información pertinente para poder verbalizar los enunciados humorísticos; por lo tanto, el interlocutor dispone de una serie de herramientas lingüísticas que puede utilizar libremente para que un texto contenga la oposición de sentidos que dé lugar

al humor verbal. Evidentemente, uno de estos recursos puede ser la metáfora y, sobre todo, si esta posee un contenido valorativo que puede afectar, tanto en un sentido negativo como en otro más neutral o positivo, al propio interlocutor o a individuos participantes o ajenos al intercambio conversacional, además de a otras entidades tangibles o abstractas. En nuestro caso, analizaremos un conjunto de fragmentos conversacionales que muestra el modo en que la metáfora fija como meta evaluativa al propio interlocutor que la enuncia, hecho que puede motivar una experiencia humorística positiva, o humor de imagen negativa, donde dicho emisor deberá conservar y defender su imagen social.

En (1) el humor comienza con la propia presentación de la interlocutora H2 en la entrevista, donde apreciamos el primer estadio del marco “incongruencia” y resolución” para la generación del humor en *bueno yo me llamo Ana, tengo diecinueve años y estoy soltera sin compromiso*:

(1) (COVJA, pp. 91-93)

91 <H2>: Bueno, yo me llamo *<nombre propio>* Ana </nombre propio>, tengo diecinueve años, estoy soltera y sin compromiso <risas>.

92 <E2>: A ver, sin compromiso, ¿por qué?

93 <H2>: Sin compromiso por nada, porque <risas> hija, **no encuentro a mi príncipe azul**, estoy esperando a que llegue.

La combinación de la edad con el estado civil o sentimental genera risas entre los miembros del intercambio, además de la pregunta del entrevistador sobre el porqué de dicha situación. Es aquí cuando se resuelve el marco antónimico anterior, donde la metáfora idiomática *no encuentro a mi príncipe azul*, adquiere un tono irónico con el complemento *estoy esperando a que llegue*. En este caso, mediante el marco conceptual EL AMOR ES UNA MENTIRA [CUENTO], es observable un caso de humor intencionado hacia el propio emisor, donde el componente afectivo de resignación por no encontrar una pareja marca a H2 como meta humorística y evaluativa; es destacable cómo la propia interlocutora “daña” de algún modo su imagen pública de cara a los otros miembros de la conversación, pero siempre con un humor con efecto positivo, con el claro fin de motivar un contexto jocoso y desenfadado que inicia y pretende mantener a la largo del proceso conversacional.

(2) (COVJA, pp. 207-208)

207 <E2>: ¿Y con los </simultáneo>amigos <risas>?

208 <H4>: Pues, con los amigos... nos (--) nos cogemos todos de la mano, nos ponemos todos en un corro y empezamos a cantar canciones<risas>... ¡Qué va, no! Con los amigos, pues normalmente los fines de semana pues, solemos beber bastante... y (--) **mazarnos un poco** <risas>.

En (2), ante la pregunta del encuestador E2 sobre cuáles son las actividades que realiza el oyente H4 con sus amigos, observamos una evidente oposición de guiones semánticos fundamentada en dos estrategias evaluativas marcadas: por un lado, en *nos cogemos todos de la mano, nos ponemos todos en un corro y empezamos a cantar canciones* se aprecia un evidente proceso irónico y gradativo que inicia el contexto humorístico y rompe con las expectativas de E2 a través de la comparación del oyente y su grupo de amistades con un conjunto de niños; por otro, el propio interlocutor niega la incongruencia anterior y fija la normalidad en cuanto a las actividades llevadas a cabo durante los fines de semana con sus amigos, es decir, *solemos beber bastante y mazarnos un poco*. Este último uso verbal conforma una creación metafórica libre, donde *mazar* adquiere una doble variante semántica en los sentidos de *golpearse* como someterse a un entrenamiento físico duro, o bien *golpearse* debido a una serie de excesos como, en este caso, el consumo desmesurado de bebidas alcohólicas (LA INGESTA DE ALCOHOL ES UNA AGRESIÓN FÍSICA). En definitiva, el contenido valorativo de este breve intercambio recae en proceso humorístico donde el propio interlocutor pretende salvaguardar la imagen negativa tanto de él mismo como de otros referentes externos al proceso comunicativo, con el fin de que los restantes participantes de la conversación respeten sus acciones en los momentos de ocio o tiempo libre y la satisfacción que provocan, a pesar de no ser las más recomendables de cara a la salud de los mismos (sin dejar de mencionar que la narración de las mismas provoca la risa y la progresión de una situación comunicativa distendida y jocosa).

(3) (COVJA, pp. 410-412)

410 <H1>: Yo me las tomo pa<(r)><(a)> ir de fiesta, no me las tomo por otra cosa, o sea si me tomo un porro y un día en mi casa...

411 <H3>: Tú eres drogadicto<*risas*>.

412 <H1>: Yo no me fumo un porro entre semana porque no le ve <*palabra cortada*>... la utilidad, yo... si me fumo un porro y me bebo unas copas. Además entre semana no bebo, o sea es para salir de fiesta **y con el puntillo, la sonrisita, pegarme el batacazo, levantarme el día siguiente y to<(d)>os mis amigos partiéndose el culo** <*risas*>... yo no fumo entre semana, ni bebo, ni drogo <*risas*>.

En (3), ante la “acusación” de H3 *tú eres drogadicto*, el hablante H1 vuelve a reincidir en que su consumo de alcohol o marihuana se limita a los fines de semana; además, justifica esta situación con el fin de permanecer con el *puntillo, la sonrisita, pegarme el batacazo, levantarme al día siguiente y todos mis amigos partiéndose el culo*. Destacan en este proceso de carácter gradativo recursos como la sufijación diminutiva de tinte irónico en *puntillo* o *sonrisita*, o las sentencias idiomáticas y propias de la variante oral y juvenil en los casos *pegarme el batacazo* como “caerse” (relevancia de la sufijación su-

perlativa) y *partirse el culo* (locución verbal y coloquial) como “reírse a carcajadas”. Todo este conjunto de procedimientos humorísticos inscritos en la metáfora conceptual LA EMBRIAGUEZ ES LA COMICIDAD salvaguardan la imagen negativa de H1, hablante que únicamente intenta defender su postura ante la desconfianza de los receptores (el individuo bebe y fuma para permanecer jubiloso y alegre en las fiestas); de ahí el propio remate conclusivo *yo no fumo entre semana, ni bebo, ni me drogo* que genera de nuevo las risas entre los participantes de la conversación, situación que reincide de nuevo en la escasa creencia de éstos hacia H1 debido los conocimientos comunes, vivenciales o experienciales, que existen entre ellos.

(4) (COVJA, pp. 465-470)

465 <H5>: No sé si os estáis dando cuenta ¿eh? pero habéis visto una salida para <nombre propio> Sociología </nombre propio>. Estamos discutiendo de un tema de las sociedad<ruido = silla> tío y <simultáneo> está corrupta.

466 <H1>: Sí, pero nadie </simultáneo> te va a contratar por ello.

467 <H5>: Hombre, ya lo sé pero por lo menos...

468 <H1>: **Estudiamos por amor al arte**<risas>.

469 <H5>: <risas> Estudiamos pa<palabra cortada>... para saber cómo nos podemos drogar, ¿no?

470 <H1>: <risas> Exactamente.

El hablante H1 ironiza en (4) sobre las escasas y previsibles salidas laborales de Sociología, la carrera que estudian los participantes de la conversación. Ante una discusión previa cuyo eje temático era la dualidad violencia y drogas en la sociedad, el interlocutor H5 ratifica la necesidad de sociólogos para paliar esta “patología” de la comunidad, la misma que queda valorada como *corrupta*. A pesar de ello, la oposición de guiones semánticos se desencadena por la desconfianza de H1 en *sí, pero nadie te va a contratar por ello* y la emisión del enunciado irónico *estudiamos por amor al arte*. Este recurso fijado mediante la locución prefabricada “por amor al arte” establece la oposición entre estudiar con la premisa previa de no encontrar fácilmente un trabajo remunerado o, como se anunciaba al comienzo del intercambio, el estudio justificado por el trabajo futuro consecuente de una caracterización negativa de la sociedad. Las risas se generan gracias a esta estrategia narrativa irónica fijada mediante el marco conceptual EL ESTUDIO ES UNA PASIÓN, donde los hablantes (y los restantes interlocutores) sufren un proceso de evaluación global, un evento global de humor hacia unos interlocutores que intentan justificar la voluntariedad y la motivación a la hora de escoger los estudios que están realizando en el momento de la conversación, a pesar del inconveniente inmediato descrito, es decir, la ausencia de un mercado laboral fuerte en dicho ámbito. Además, el contexto humorístico se potencia con la intervención de H5 que complementa el recurso anterior, donde el grado de humor alcanza el punto más elevado, casi como un modo

de hipérbole paródica: *estudiamos para saber cómo nos podemos drogar, ¿no?* (con la posterior afirmación inmediata del receptor). En este caso, el recurso complementario del interlocutor H5 sirve para focalizar la labor del sociólogo como perfecto conocedor de las problemáticas sociales fundamentales, pero en claro proceso antónimo con la idea de poder vivir gracias a dicha función (de algún modo esta sentencia potencia tanto el ambiente distendido de la conversación como el contenido humorístico vertido que sirve para defender la imagen negativa de los interlocutores de cara a los futuros oyentes o lectores del intercambio).

(5) (COVJA, pp. 35-36)

35 <E2>: Y con los amigos ¿en qué soléis gastar, pasar el tiempo?

36 <H1>: <vacilación> Con los amigos... <risas> vaya <risas> morir un poco... <risas> como se dice <risas>. No, con los amigos, pues... generalmente (--)... no me puedo quejar de los amigos que tengo, <vacilación> porque siempre (--) hablamos de muchas cosas, en general de muchos... siempre de temas triviales, ¿no?, <risas> pero también tocamos temas más... más recónditos o <risas> oscuros, por así decirlo <risas> ¿no? Pero, no, muy bien, muy bien, el tiempo lo empleamos en eso, en tertulias y tal... Hombre, de vez en cuando, hacemos cosas distintas.

En la respuesta del encuestado H1 en (5) ante la cuestión sobre cuáles son las actividades que realiza con su grupo de amigos durante el tiempo libre, apreciamos una introducción directa del contenido humorístico e hiperbólico siguiente: *con los amigos vaya, morir un poco como se dice*. En este caso, *morir como* llegar al último estadio de la vida (proceso graduable mediante el cuantificador indefinido *un poco*) sirve para intensificar el aprovechamiento de tales actividades (RELACIONARSE ES LA MUERTE), que posteriormente quedarán especificadas como las “tertulias” o charlas entre ellos. De ahí surge la consecuente oposición de guiones semánticos ante la posibilidad de tratar en tales conversaciones temáticas más banales u otras más profundas (*siempre hablamos de muchas cosas, en general siempre de temas triviales ¿no? pero también tocamos temas más recónditos o oscuros, por así decirlo*). En definitiva, el primer recurso hiperbólico sirve como gancho para un humor que se mantiene a lo largo de la intervención en el caso de las caracterizaciones de los coloquios con los amigos. Del mismo modo, el contenido evaluativo se inserta en una vertiente afectiva humorística, donde H1 intenta que los restantes participantes del intercambio se solidaricen y respeten su postura, especificada en este caso en la satisfacción que provocan las tertulias como el hecho más cotidiano en la convivencia con sus amistades.

(6) (COVJA, pp. 554-556)

554 <H1>: Yo, yo mira que (--) hay veces <ininteligible> los sábados cuando salgo, pues sí igual acabo (--)... mogollón de ciego pero yo por

mi manera de ser, nunca le he hecho daño a nadie porque, porque yo sé que sé, a lo mejor **me pongo a hacer el payaso** *<risas>*, se ríen de mí y luego me avergüenzo y ya está, y otra persona porque es violenta pues, sí que reacciona de esa manera pero esa persona que ha bebido, y le *<simultáneo>* pega es porque hay algo detrás, el problema no es el alcohol, el problema es el que tiene él.

555 <H3>: Claro<*simultáneo*>

En la intervención inicial de H1 en (6) observamos un planteamiento explícito que evidencia la oposición de guiones semánticos: influencia del consumo de alcohol en cuanto al incremento o la disminución del grado de violencia de cada persona. En este caso, el interlocutor mencionado se sitúa en la segunda vertiente de la dualidad, ya que la ingesta de bebidas alcohólicas causa en el mismo una situación cómica, en contraposición a un estado más serio o problemático: *a lo mejor me pongo a hacer el payaso, se ríen de mí y luego me avergüenzo y ya está*. La metáfora conceptual LA EMBRIAGUEZ ES LA COMICIDAD desencadena las risas entre los participantes de la conversación; por lo tanto, esta unidad sintagmática verbal ("hacer el payaso") sirve para justificar la actitud paródica, alegre, jubilosa o divertida del hablante en un estado ebrio, en un evidente caso de humor intencionado donde H1 fuerza la necesidad de proteger su imagen negativa, pero con un claro efecto positivo ya que así se desvincula de la otra vertiente social caracterizada por la violencia en un estado físico similar (como bien especifica, a modo de remate conclusivo, en *el problema no es el alcohol, el problema es el que tiene él*).

(7) (COVJA, pp. 37-40)

37 <E1>: ¿Cómo sueles pasar el tiempo libre con los amigos?

38 <H1>: <*vacilación*> De bares *<risas>*. Sí, es el deporte favorito nuestro *<risas>*. **Levantamiento de pesa en barra fija** *<risas>*.

39 <E1>: O sea (--)... a ver, ¿pasas mucho tiempo con ellos?

40 <H1>: Sí, nos solemos juntar mucho, así en plan por las tardes y fines de semana... montamos fiestas guapetonas *<risas>*.

En (7), ante la pregunta del encuestador E1 sobre los hábitos de H1 con sus amigos durante el tiempo libre, la risa ya se genera de un modo inmediato con la respuesta directa *De bares*. La situación en sí ya inicia el contexto humorístico, el cual se amplía con la caracterización de esta práctica habitual del sujeto con su círculo de amigos: *sí, es el deporte favorito nuestro. Levantamiento de pesa en barra fija*. Esta metáfora basada en el campo conceptual LA INGESTA DE ALCOHOL ES UN DEPORTE trasvaza el valor semántico de una práctica deportiva como es la halterofilia mediante las analogías entre las "pesas" y las copas junto a la "barra fija" con la barra de un bar. Posteriormente, H1 ampliará la información sobre las actividades rea-

lizadas con sus amigos, indicando el eje deictico temporal (*nos solemos juntar mucho, así en plan por las tardes y fines de semana*) o los eventos organizados (recurso metafórico en *montamos fiestas guapetonas*). Esta descripción de costumbres entre H1 y su círculo de amistades no hace más que agrandar los lazos de camaradería entre los miembros de la conversación, donde el humor se pone a servicio de la evaluación global tanto del interlocutor como de sus amigos, mediante la recepción de un juicio caracterizador como individuos satisfechos por llevar a cabo asiduamente una práctica poco saludable que, ante todo, no daña su imagen pública al encontrarse en un contexto jocoso y distendido como es una entrevista informal a un grupo de amigos y compañeros en la universidad.

(8) (COVJA, pp. 318-322)

318 <E1>: Sí <fático = afirmación>. Es igual que la masturbación... O sea, tú (--)...<simultáneo> no te masturbas...

319 <H4>: ¡Ahí está! </simultáneo>.

320 <E1>: Porque te quieres... <simultáneo><risas>, no **te masturbas porque te estás demostrando tu amor a ti mismo... a tu... amor a tu brazo** (--)... **a tu mano** (--)... <risas>.

321 <H4>: ¡Ahí está </simultáneo>!

322 <E1>: Te masturbas, pues yo que sé... <risas><simultáneo>. Porque necesitas... una necesidad.

El hecho destacable de (8) radica en el proceso de defensa que realiza E1 sobre la masturbación. La oposición de guiones semánticos se establece del siguiente modo:

-NO *te masturbas porque te estás demostrando tu amor a ti mismo, amor a tu brazo, a tu mano*. Este recurso metafórico libre insertado en el marco conceptual LA MASTURBACIÓN ES EL AMOR PROPIO posee un claro carácter paródico donde apreciamos, en una clara estructura libre, cómo se equipara la masturbación al amor hacia partes del cuerpo, prácticamente personificadas, y en un evidente estilo gradativo (*a ti mismo, a tu brazo, a tu mano*).

-Sí a la masturbación y su analogía con respecto a una necesidad fisiológica básica (*porque necesitas... Una necesidad*).

E1, que se ha convertido en la meta de la evaluación, está obligado a defender su imagen negativa, ya que un hecho como la masturbación puede ser mal visto de cara a los restantes miembros de la conversación; sin embargo, nos encontramos con un caso claro de humor intencionado con un evidente efecto positivo ya que, por una parte, su recurso inicia el contexto humorístico y, por otra, consigue que sus oyentes se adhieran a la defensa de su tesis (los individuos quedarán satisfechos si practican la masturbación ya que esta actividad se considera una "necesidad").

(9) (VALESCO, 89)

E: que sí, sí /lo tengo muy claro/ además yo- yo veo un negro por ahí vendiendo≠ y si- si       veo algo que me mola/ la- soy la primera en comprárselo y no le regateo

G: aa [**tres o cuatro=**]

E: [o sea ]Øque

G: = **metros**/ a ver a ver si (RISAS) §—oye

E: § noo/ me acerco tranquilamente pero/ yo qué sé// los ves y yy//Øte da una cosa por dentro que no sé por qué/ o sea yo no quiero ser así pero yo soy así y me tengo que aceptar como soy/punto

En (9) el hablante E introduce en su intervención inicial su voluntad a la hora de ayudar a las personas de raza negra cuando los observa vendiendo en plena calle; de ahí surge la intervención de G donde apreciamos cómo ironiza sobre la distancia física que debe existir entre el comprador y el vendedor. Evidentemente, *tres o cuatro metros* conlleva una exageración mediante numeral cardinal desmesurado, situación que haría imposible una correcta transacción en cuanto a la negociación y a la venta en sí se refiere (cabe destacar, del mismo modo, que en este enunciado es importante conocer el contexto sociocultural a la hora de saber la distancia que debe mediar en España entre un vendedor y un comprador). La oposición de guiones semánticos en este fragmento queda resuelta a favor de la vertiente negativa, es decir, inseguridad o desconfianza con respecto a las personas negras, aceptada de un modo explícito por E en la conversación: *yo no quiero ser así pero yo soy así y punto, me tengo que aceptar como soy*. El recurso irónico e hiperbólico de G se inserta en la metáfora conceptual LA DISTANCIA ES LA SALVACIÓN y sirve para complementar la postura de E, cuya imagen negativa ha quedado dañada de cara a los restantes participantes en la conversación; aun así, el contenido humorístico tiene un efecto positivo, ya que nos encontramos en un intercambio entre amigas donde las posturas de cada una son conocidas y siempre respetadas.

#### 4. CONCLUSIONES

Una vez analizado el muestrario de fragmentos conversacionales coloquiales con contenido humorístico, mostramos las principales conclusiones establecidas tras el análisis:

- La metáfora humorística sirve para evaluar a los propios interlocutores con el fin de estrechar lazos con los restantes participantes en la conversación coloquial.
- La mayoría de ejemplos analizados evidencia que la metáfora con componente valorativo y el humor conviven para mostrar solidaridad, esto es,

su conexión funciona como estrategia conversacional que sirve para incluir o excluir a individuos o elementos determinados del momento de la conversación.

- La metáfora humorística que evalúa al propio hablante predomina en contextos de humor positivo, donde los participantes en la conversación motivan un contexto de intercambio ameno, distendido y propicio para estrechar vínculos de confianza y amistad. Por ello, evaluaciones o emociones naturalmente negativas adquieren un efecto positivo ya que, asociadas al humor, sirven como lazo para estrechar la confianza entre los interlocutores y, por lo tanto, no perjudican su imagen pública de cara a otros participantes.
- Finalmente, y como comentábamos con anterioridad, queda claro que la intención humorística motivada por las metáforas tratadas en los análisis expuestos no se realiza de un modo concienzudo, sino que tal recurso retórico junto con otros fenómenos pragmáticos como pueden ser la polisemia, los juegos de palabras, los marcadores discursivos o las sufijaciones hiperbólicas ayudan a la conversación de tales intervenciones en enunciados humorísticos. Además, este humor también deriva de una situación o contextualización previa, motivado en la mayoría de ocasiones por una oposición de guiones semánticos que favorece la progresión del humor y, del mismo modo, la complicidad entre emisor y receptor.

## REFERENCIAS

- ALVARADO, B. (2009): "Ironía y cortesía", en Ruiz Gurillo, L. y Padiella, X. (eds.), *Dime cómo ironizas y te diré quién eres. Una aproximación lingüística a la ironía*, Frankfurt: Peter Lang, pp. 333-345.
- ALVARADO, B. (2012): "Una propuesta de estudio para el humor en la conversación coloquial", *ELUA*, 26, pp. 7-28.
- ARCHAKIS, A. & TSAKONA, V. (2005): "Analyzing conversational data in GHTV terms: A new approach to the issue of identity construction via humor", *HUMOR. International Journal of Humor Research*, 18, pp. 41-68.
- ATTARDO, S. (2001): *Humorous texts: a semantic and pragmatic analysis*, Berlin: Mouton de Gruyter.
- ATTARDO, S. (2008): "A primer for the linguistics of humor", Raskin, V. (ed.): *The primer of humor research*, Berlin: Mouton de Gruyter, pp. 101-156.
- AZORÍN, D. y JIMÉNEZ, J. (1997): *Corpus oral de la variedad juvenil universitaria del español hablado en Alicante*, Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- BRIZ, A. & VAL.ES.CO. (2002): *Corpus de conversaciones coloquiales*, Madrid: Arco-Libros.
- BROWN, P. & LEVINSON, S. (1987): *Politeness. Some Universals in Language Usage*, Cambridge: Cambridge University Press.
- HAY, J. (2000): "Functions of humor in the conversation of men and women", *Journal of Pragmatics*, 32, pp. 709-74.
- HOLMES, J. & MARRA, M. (2002): "Having a laugh at work: how

- humor contributes to workplace culture", *Journal of Pragmatics*, 34, pp. 1683-1710.
- KOTTHOFF, H. (2003): "Oral genres of humor: on the dialectic of genre knowledge and creative authoring", *Pragmatics*, 17, pp. 263-296.
- MUCCI, D. (2018): "El implícito como argumentación en los memes", *Signo y seña*, 34, pp. 79-92.
- NOBOA, M. (2018): "La feminidad en la SITCOM doméstica. Representación y estereotipos: el caso de Modern Family", *Digitos: Revista de Comunicación Digital*, pp. 67-94.
- NORRICK, N. (2004): "Humor, tellability and conarration in conversation", *Text*, 24, pp. 79-111.
- NORRICK, N. & BABEL, C. (2009): "Direct address as a resource for humor", Norrick, N. y Chiaro, D. (eds.), *Humor in Interaction*. Amsterdam: John Benjamins, pp. 29-48.
- PADILLA, X. & ALVARADO, B. (2010): "Being polite through irony", April, D. y Rodríguez, L. (eds.): *Dialogue in Spanish. Studies in functions and contexts*, pp. 55-68.
- PORTILLO-FERNÁNDEZ, J. (2018): "Enfoques y límites del humorismo sobre discapacidad. Su verdadera cromática", *Revista Española de Discapacidad*, vol. 6-2, pp.173 – 187.
- RITCHIE, D. (2005): "Frame-shifting in humor and irony", *Metaphor and Symbol*, 20, pp. 275-294.
- RODRÍGUEZ ROSIQUE, S. (2009): "Una propuesta neogriceana", Ruiz Gurillo, L. y Padilla, X. (eds.): *Dime cómo ironizas y te diré quién eres. Una aproximación lingüística a la ironía*, Frankfurt: Peter Lang, pp. 109-133.
- RUIZ GURILLO, L. (2011): "Para una aproximación neogriceana a la ironía y el humor en español", *RFE*, pp. 95-124.
- RUIZ GURILLO, L. (2012): *La lingüística del humor en español*, Madrid: Arco Libros.
- VELA BERMEJO, J. (2014): *La metáfora como mecanismo de valoración: aproximación al estudio de las estrategias lingüísticas de expresión de la actitud en la interacción oral*, Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante (Tesis Doctorales).
- YUS, F. (1996): "La Teoría de la Relevancia y la estrategia humorística de la incongruencia-resolución", *Pragmalingüística*, 3-4, pp. 497-508.