

## Panel: “Humor, multimodalidad y discursos digitales”

(Coord. Paco Yus y Ana María Mancera)

El humor es clave en las publicaciones que, cada día, aparecen en los perfiles de redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram...), así como en las conversaciones diarias de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line, Snapchat, WeChat...), donde una gran cantidad de mensajes, apoyados en discursos visuales y multimodales como los memes, los emojis, los *stickers* y los GIFs, responde al fin primordial de generar efectos humorísticos.

Desde el panel “Humor, multimodalidad y discursos digitales” solicitamos contribuciones que, de una forma u otra, aborden el papel del humor, su codificación e interpretación en discursos multimodales y digitales. Ejemplos de posibles temas de investigación que se adecuarían a este panel incluyen (pero no se limitan a) los siguientes:

### A. Multimodalidad y discursos de masas

1. Humor en los discursos publicitarios multimodales.
2. Humor en las viñetas periodísticas.
3. Humor en las viñetas de cómic.
4. Humor en cine.
5. Humor en televisión.

### B. Discursos digitales

1. Papel de texto e imagen en los memes humorísticos.
2. Humor corporativo (memes) en páginas de compañías en redes sociales.
3. Humor en la mensajería instantánea.
4. Humor en publicaciones multimodales de redes sociales.
5. Humor en *clips* de video (YouTube, TikTok).
6. Humor en los comentarios a publicaciones de redes sociales.
7. Humor en la blogosfera.
8. Humor en la comunicación política digital.
9. Humor en la prensa digital.