

II International Conference on Verbal Humour

16 -18 October 2024
University of Alicante



@GrialeObserva
#CIHV2024

UA UNIVERSITAT D'ALACANT
UNIVERSIDAD DE ALICANTE
Vicerrectorado de Investigación y Transferencia
de Conocimiento
Vicerrectorado de Cultura, Deporte y Extensión Universitaria
Facultad de Filosofía y Letras

Organize



Collaborate



LIBRO DE RESÚMENES / BOOK OF ABSTRACTS

II Congreso Internacional sobre el Humor Verbal
II International Conference on Verbal Humour

16, 17 y 18 de octubre de 2024. Universidad de
Alicante

16-18 October 2024. University of Alicante

@GrialeObserva
#CIHV2024

Índice

CONFERENCIAS PLENARIAS / PLENARY LECTURES.....	7
COMUNICACIONES / PAPERS	8
PANEL 1. HUMOR, MULTIMODALIDAD Y DISCURSOS DIGITALES / HUMOUR, MULTIMODALITY AND DIGITAL DISCOURSES	8
Ponente invitada / Invited Speaker: Delia Chiaro (University of Bologna)	8
Noor Alagha (Hamad Bin Khalifa University)	8
Ana Albalat-Mascarell (Universitat Politècnica de València).....	9
María Belén Alvarado Ortega (Universidad de Alicante)	9
Inke Du Bois (Bremen University)	11
Giuseppe De Bonis (Ca' Foscari University of Venice, Italy)	12
Emanuele Brambilla (University of Trieste)	12
Dorota Brzozowska / Władysław Chłopicki (University of Opole).....	13
Clara Cantos Delgado (Complutense University of Madrid)	14
Li-Chi Chen / Eryk Hajndrych (Kazimierz Wielki University, Bydgoszcz, Poland).....	15
Władysław Chłopicki (Jagiellonian University) / Anastasiya Fiadotava (Estonian Literary Museum)	16
Mihaela-Viorica Constantinescu (University of Bucharest, Faculty of Letters)	17
Dominique Dias (Sorbonne Université, CELISO)	18
Almudena Díaz García / Carmen Maíz-Arévalo (Universidad Complutense de Madrid)	20
Rafael Fernández Reguera (Universidad de Sevilla).....	21
Virginie Iché (Université Paul-Valéry Montpellier 3, France)	22
Saule Juzeleniene / Saule Petroniene (Kaunas University of Technology).....	23

Sylwia Klos (University of Silesia, Katowice, Poland)	24
Esther Linares Bernabéu (Universitat de València)	25
Carmen Maíz-Arévalo (Universidad Complutense de Madrid) / Guillem Castañar (ISHS, European Humour Association) / Patricia Díaz-Muñoz (Universidad Complutense de Madrid)	25
Ana Mancera Rueda (Universidad de Sevilla) / Ana Pano Alamán (Universidad de Bolonia)	26
Jennifer Monroe (UNIBO)	27
Myllena Nascimento (Federal University of São Carlos)	28
Will Noonan (Université de Bourgogne)	28
Bert Oben / Justyna Dłóciok (University of Leuven)	29
Kateryna Pilyarchuk (European University Viadrina Frankfurt (Oder) and University of Klagenfurt)	30
Raquel Pinilla Gómez (Universidad Rey Juan Carlos)	31
María Galilea Rosales Suárez / Liz Maleni Uribe Martínez (Universidad Autónoma de Nuevo León)	32
Linda Rossato (Ca' Foscari University of Venice)	33
Celia Schneebeli (Centre Interlangues (UR 4182) / Université de Bourgogne) ..	34
Maria-del-Mar Suárez (Universitat de Barcelona)	35
Natalia Supernak (University of Silesia, Katowice, Poland)	36
Villy Tsakona (National and Kapodistrian University of Athens)	37
Raúl Urbina Fonturbel (Universidad de Burgos)	38
Francisco Yus (University of Alicante)	39
PANEL 2. HUMOR, ADQUISICIÓN Y ENSEÑANZA DE LENGUAS / HUMOUR, LANGUAGE ACQUISITION AND LANGUAGE TEACHING	40
María Curto Lorenzo (Universidad de Valladolid)	40
M.ª Mar Galindo Merino (Universidad de Alicante)	41

Noureddine Guerroudj (University Djilali Liabes of Sidi Bel Abbès, Algeria).....	42
Juan Luis Jiménez Ruiz (Universidad de Alicante).....	42
Ya Hui Liu Zhou (ESIC B&MS VALENCIA).....	43
Fatima Zohra Madhi (Universidad Oran2. Mohamed Ben Ahmed)	45
Alicia Merino González (Universidad de Alicante)	46
Alicia Merino-González / Larissa Timofeeva-Timofeev (Universidad de Alicante).....	47
Jose Antonio Ortega Gilabert (Universidad de Alicante).....	48
Alessandra Del Ré (São Paulo State University, UNESP) / Christelle Dodane (Sorbonne Nouvelle University).....	50
José Cristian Rubio Mateo (Universidad de Alicante).....	51
Gasteratou Spyridoula (National and Kapodistrian University of Athens).....	52

PANEL 3. HUMOR Y GÉNEROS TEXTUALES / HUMOUR AND TEXTUAL GENRES	54
Jorge Braga-Riera (Universidad Complutense de Madrid)	54
Jorge Cantó Moreno (Universidad de Alicante).....	55
Hang Ferrer-Mora (IULMA, University of València).....	56
María Carmen García Manga (Universidad de Córdoba)	57
M. Isabel Guardiola Savall (Universitat d'Alacant)	58
Marta Hammor (Lesya Ukrainka Volyn National University / University of Vechta).....	59
María López Rubio (Universitat de València)	60
Joaquín Márquez Sabaj (Universidad de la República, Uruguay)	60
José Joaquín Martínez Egido (Universidad de Alicante)	61
G. Angela Mura (Universidad de Alicante) / Patrício Nunes Barreiros / Luciane Santos Soares (Universidade Estadual de Feira de Santana).....	62

Manuel Padilla Cruz (Universidad de Sevilla)	63
Adrià Pardo Llibrer (Universidad de Salamanca)	64
Rody Polonyi (Universidad de Alicante)	66
Nélida Ribau (Universidad de Alicante)	66
Shima Salameh Jiménez (Universidad Complutense de Madrid).....	67
María Esther Sánchez Hernández (CIFP Rodríguez Fabrés).....	67
Andrea Torre Morante (CIESE-Comillas, Universidad de Cantabria).....	68

PANEL 4. HUMOR Y CORPUS LINGÜÍSTICOS / HUMOUR AND LINGUISTIC

CORPORA69

Laura M. Aliaga Aguza (Universidad Internacional Isabel I)	69
Idania Rosa Castro Bravo (Universidad de Valencia)	69
Inmaculada Garnes-Tarazona (Universitat de València)	70
Elvira Manero Richard (Universidad de Murcia) / Rosa Illán Castillo (CNRS – Laboratoire Dynamique Du Langage, Lyon)	71
Salvador Pons Bordería (Grupo Val.Es.Co., University of Valencia)	72
Aránzazu Quintana San José (Universidad de Cádiz)	73
Leonor Ruiz Gurillo (Grupo GRIALE. Universidad de Alicante)	74
María Simarro-Vázquez (Universidad de Burgos).....	75
Jinling Sun (Universidad Autónoma de Barcelona)	76
Javier Yániz (Instituto Cultura y Sociedad, Universidad de Navarra)	77

PANEL 5. HUMOR E INTERACCIÓN / HUMOUR AND INTERACTION79

Virginia Acuña Ferreira (Universidade de Vigo)	79
Natalia Banasik-Jemielniak (The Maria Grzegorzewska University) / Maria Zajączkowska (School of Human Sciences, University of Economics and Human Sciences) / Olga Zimna (The Maria Grzegorzewska University) / Malwina Kurzawa (SWPS University of Social Sciences and Humanities) (Warsan, Poland)	80

Jackie Cannon (University of Nottingham, UK)	81
Agnieszka Fanslau / Michał Olech / Piotr Kałowski / Katarzyna Branowska / Anna Zarazińska / Melanie Glenwright / Lauren McGuinness / Natalia Banasik-Jemielniak (University of Gdańsk)	82
María Isabel Kalbermatten (Gustavus Adolphus College)	83
Nicolás Moreno Martín de Nicolás (Universidad de Alcalá de Henares).....	84
Rosângela Nogarini Hilário (São Paulo State University) / Alessandra Jacqueline Vieira (Federal University of Rio Grande do Sul)	85
Claudia Revilla Gutiérrez (Universidad de Cádiz, Universidad Nacional de Educación a Distancia. UNED).....	85
Agnieszka Solska (University of Silesia in Katowice)	87
Sabina Tabacaru (Université Paris 8)	88
Maria Tomsig (UTN Universidad Tecnológica -Argentina).....	89
Gloria Uclés Ramada (Universitat d'Alacant)	90
PANEL 6. HUMOR Y (DES)CORTESÍA / HUMOUR AND (IM)POLITENESS	91
Ponente invitada / Invited Speaker: Helga Kotthoff (Albert-Ludwigs-Universität Freiburg).....	91
Anastasia Khaylina Tezikova (Universidad de Alicante).....	92
Ana Larissa Oliveira / Tímea Drinóczi / Monique Miranda (UFMG – Brazilian National Council for Scientific and Technological Development).....	93
Emmanuelle Prak-Derrington / Laetitia Faivre (ENS de Lyon)	94
M. Sagrario del Río Zamudio (Università degli Studi di Udine)	95
Aleksandra Siemieniuk (University of Warsaw and The Maria Grzegorzewska University)	96
Alicia Silvestre Miralles (Universidad de Zaragoza).....	96

CONFERENCIAS PLENARIAS / PLENARY LECTURES



[Jan Chovanec](#) (Universidad Masaryk, República Checa)
Digital humour as a form of grassroots political commentary



[Béatrice Priego-Valverde](#) (Universidad Aix-Marseille, Francia)
The role of smile in negotiating failed conversational humor



[Geert Brône](#) (Universidad de Lovaina, Bélgica)
Humour and embodied stance in interaction

COMUNICACIONES / PAPERS

Panel 1. Humor, multimodalidad y discursos digitales / Humour, multimodality and digital discourses

Multicultural global mashups

Ponente invitada / Invited Speaker: Delia Chiaro (University of Bologna)

This paper will examine a number of language based humorous reels, that have trended, and are still trending on social media. I shall examine both content that sets out to target purely linguistic features of “other” languages, as well as content that purposes to deal with culture-specificity. However, detaching linguistic features from cultural elements is a Sisyphean task because of the predictable interference of culture-specific features into those linguistic and vice versa, but their correlation deserves some thought. The issue of what I have labelled "tacit translation" will serve as a thread throughout my discussion.

“With or Without Baking Powder?” Mobilizing Digital Content to Challenge Israeli Misinformation through Satire

Noor Alagha (Hamad Bin Khalifa University)

Since the beginning of the last Israeli attack on Gaza, a parallel battle has unfolded on social media platforms. Pro-Palestinian accounts have actively aimed to counter Israeli narratives, debunk misinformation, and challenge propaganda disseminated through social media platforms. The users utilized diverse content types, including written, visual, and multimodal methods, some of which harnessed the power of satire.

This research is inductive research that investigates how the use of creative resistance, such as satire, contributed to challenging Israeli propaganda and fake news on social media platforms that were spread during the last Israeli war on Gaza that erupted on October 7. Employing a qualitative and exploratory content analysis methodology, I will explore the diverse strategies and impact of satirical content that comments, ridicules, and parodies Israeli propaganda on social media platforms.

Populismo y humor en el discurso político digital: análisis comparativo de publicaciones en X (antes Twitter)

Ana Albalat-Mascarell (Universitat Politècnica de València)

El auge creciente de las redes sociales ha permitido que surjan cada vez más recursos y estrategias innovadoras de comunicación y participación política. Muchas de estas nuevas estrategias de comunicación tienen su punto de partida en el humor como elemento discursivo clave a fin de luchar contra el populismo subyacente a determinados bulos o falsedades sobre temas de interés político esparcidos por las plataformas sociales. Estos bulos de índole populista suelen emerger en contextos de crisis social caracterizados por la decepción y el descontento generalizado de la población con las élites políticas e institucionales (Gallardo, 2018). Teniendo esto en cuenta, el objetivo de este trabajo es examinar y comparar el empleo del humor como estrategia pragmático-discursiva frente a determinados casos de bulos o ‘fake news’ comentados por los usuarios de X (anteriormente Twitter) en lo que respecta a temas de interés político en los Estados Unidos y en España. Para este fin, se ha constituido y analizado un corpus comparable de publicaciones emitidas por usuarios estadounidenses y españoles de esta red social durante los últimos cuatro años (2020-2024) sobre diversos asuntos de actualidad política relacionados con estos tres ejes temáticos: pandemia de coronavirus, emergencia climática y corrupción política. Utilizando el análisis del discurso mediado por ordenador como marco de estudio (Herring, 2013; Mancera y Pano, 2020), los resultados de nuestra investigación revelan el potencial persuasivo del humor para rebatir las ‘fake news’ y promover el debate crítico en las redes sociales en torno a temas de interés político en los Estados Unidos y en España. Asimismo, también se observan diferencias en el uso de los recursos humorísticos analizados relacionadas con el contexto lingüístico-cultural en el que se inserta cada publicación.

La comunicación no verbal en los monólogos de Dani Rovira

María Belén Alvarado Ortega (Universidad de Alicante)

El estudio del humor, como fenómeno pragmático, ha crecido en los últimos años, debido al interés que suscita la investigación lingüística relacionada con el análisis del discurso y el análisis interaccional. Además, han proliferado las investigaciones sobre humor en la interacción y en corpus multimodales (Aliaga 2020; Alvarado 2021a, 2021b; Alvarado 2023; Alvarado y Aliaga 2022; Cestero 2024). En este trabajo estudiamos los rasgos de la comunicación no verbal en un género humorístico concreto, el monólogo. Para analizar el enunciado humorístico tendremos en cuenta tanto la comunicación verbal como la no verbal, aunque haremos especial hincapié en esta última, ya que el monólogo humorístico permite observar las pistas paralingüísticas y kinésicas (Cestero 2006, 2014, 2017; Poyatos 1994a, 1994b, 2017, 2018) que deja el monologuista para ayudar a conseguir el modo humorístico en su audiencia. Para estudiar el humor verbal, nos basamos en los análisis realizados por el grupo GRIALE y Ruiz Gurillo (2012), y en la Teoría

General del Humor Verbal, propuesta por Attardo (2001), que afirma que en el texto humorístico debe haber una serie de mecanismos lingüísticos y no lingüísticos en el enunciado que ayudan al interlocutor a hacer una correcta interpretación. Además, las investigaciones de Gironzetti (2017, 2022) sobre la multimodalidad en el humor nos ayudarán a completar nuestro estudio. Así pues, en un género propiamente humorístico, como es el monólogo, es fundamental observar dónde aparecen los indicadores y marcas que deja el monologuista para que el oyente interprete el enunciado de modo humorístico (Ruiz Gurillo 2012, 2013). Nuestro análisis se basa en el estudio del corpus que se ha extraído de 15 monólogos, realizados por Dani Rovira en el Club de la Comedia, con una duración total aproximada de 150 minutos. Nuestro objetivo es mostrar cómo utiliza Dani Rovira el humor, en general, y la comunicación no verbal, en particular, a lo largo de sus monólogos, para observar cómo utiliza los elementos lingüísticos, paralingüísticos y kinésicos en su discurso, y con qué finalidad.

Referencias

- Aliaga Aguza, L. M. (2020). Análisis lingüístico del humor en el medio audiovisual: Las estrategias humorísticas de la comedia de situación. Universidad de Alicante. Tesis doctoral.
- Alvarado Ortega, M. B. (2021a). “Indicadores semánticos para el estudio del humor en la comunicación: el caso de la fraseología en los monólogos”. *CLAC*, 85, 1-7.
- Alvarado Ortega, M.B (2021b). “El humor y las risas en la conversación coloquial: estudio pragmático de la identidad de género”, *Oralia*, 24/1.
- Alvarado Ortega, M.B. (2023). “La comunicación no verbal en los monólogos humorísticos. *Oralia*, 7, 145-163.
- Alvarado M.B. y Aliaga, L. (2022): “Las fórmulas rutinarias en un corpus humorístico multimodal: El caso de Cómo conocí a vuestra madre” *Pragmalingüística*, 30,11-26.
- Attardo, S. (2001). *Humorous Texts: A Semantic and Pragmatic Analysis*. Mouton de Gruyter.
- Cestero Mancera, Ana María (2006): «La comunicación no verbal y el estudio de su incidencia en fenómenos discursivos como la ironía», *ELUA* 20, 57-77.
- Cestero Mancera, Ana María (2014): «Comunicación no verbal y comunicación eficaz», *ELUA* 28, 125-150.
- Cestero Mancera, Ana María (2017): «La comunicación no verbal en discurso persuasivo empresarial», *Pragmalingüística* 25, 124-145.
- Cestero Mancera, A. M. (2024). “Humor en interacción: Patrones sociopragmáticos en el habla de Madrid”. *ELUA: Estudios De Lingüística*. Universidad De Alicante, (41), 79–105. <https://doi.org/10.14198/ELUA.25454>
- Gironzetti, Elisa (2017): «Prosodic and multimodal markers of humor», en Attardo 2017, 235-254.
- Gironzetti, Elisa (2022): *The multimodal performance of conversational humor*, Ámsterdam y Filadelfia: John Benjamins.
- Poyatos, Fernando (1994a): *La comunicación no verbal. Cultura, lenguaje, conversación*, Madrid: Istmo. La comunicación no verbal en los monólogos humorísticos 163

- Poyatos, Fernando (1994b): La comunicación no verbal. Paralenguaje, kinésica e interacción, Madrid: Istmo.
- Poyatos, Fernando (2017): La comunicación no verbal en la enseñanza integral del español como lengua extranjera, E-eleando 1.
- Poyatos, Fernando (2018): «Los estudios de comunicación no verbal como rama interdisciplinar de la lingüística», Linred. Lingüística en la red 16, 1-31.
- Ruiz Gurillo, L. (2012). La lingüística del humor en español. Arco Libros.
- Ruiz Gurillo, Leonor (2013): «El monólogo humorístico como tipo de discurso. El dinamismo de los rasgos primarios», Cuadernos Aispi 2, 195-218.

Multimodal pragmatic variation of digital humor- the effects of age and gender

Inke Du Bois (Bremen University)

The present study investigates age and gender-related differences in multimodal digital humor in memes. It applies a correlational analyses to Covid-19-related memes, actively shared by self-identified men (n=333), women (n=559) and non-binary (n=1). The multimodal corpus was compiled in that memes from 250 MA and BA English and senior citizen students, their older relatives and friends were collected with their coinciding demographic information (age of the sender, gender, etc). The quantitative analysis included almost 900 memes from users aged 14 to 93 which were divided into five generational groups. The memes were then annotated with their coinciding demographic factors such as the users' gender, age, date sent, app and language, and coded inductively with the memes' Covid-19 topic (lockdown, mask requirement, vaccination) and source domains, i.e. sources of visual origin that represent the meme's canvas (e.g. movies, actresses, cartoon characters, animals, politicians). Further, psychological humor categories (Nezlek et al 2021) were applied to multimodal digital humor for the first time and digital humor categories (Vàsquez 2019) which were applied for qualitative analyses were applied for quantitative annotation and correlation for the first time. The statistical analysis showed slight, but not significant, gender differences. However, significant differences were found between generational groups and all tested digital and psychological multimodal humor categories, as well as language choice, the canvas and the topics of humor. The Baby Boomers and Generation X utilized more aggressive humor types while the silent generation used more affiliative humor and Generation Z applied the most self-defeating humor. Generation Z used by far the most digital linguistic humor strategies. As memes represent digital social interaction, this study provides thoughts on intergenerational digital misunderstandings and failed digital humor.

Exploring Comic Confusion in Film: German-American Relations in Billy Wilder's *A Foreign Affair* (1948)

Giuseppe De Bonis (Ca' Foscari University of Venice, Italy)

In the realm of Billy Wilder's cinematic universe, the portrayal of German-American relations unfolds as a complex interplay of power dynamics, humour, confusion of lingua-cultural identities, and nuanced characterizations (De Bonis 2014; Chiaro & De Bonis 2019). This paper will analyse *A Foreign Affair* (1948), a film within Wilder's comedy production that deals with the thematic undercurrent of "mocking the underdog" in the context of German-American relations during the aftermath of World War II. Through a multimodal analysis of character interactions, narrative structures, and humorous situations, this study aims to explore the intricate layers of representation and identity construction within Wilder's cinematic narrative. By examining how the underdog is depicted and challenged – who is the underdog? The Germans? The Americans? Both? Neither? – this paper seeks to highlight broader themes of nationalism, transnationalism, cultural exchange, and cross-cultural humour in the post-war era as depicted through the lens of Billy Wilder's amused gaze. Ultimately, the analysis will shed some light on the complexities of cross-cultural interactions and the fluidity of power dynamics, as they emerge from the artistry of a director who successfully navigated between two cultural spaces.

Humour translation and compensation in the Italian dubbed version of "My Cousin Vinny"

Emanuele Brambilla (University of Trieste)

The 1992 Hollywood film "My Cousin Vinny" is occasionally quoted by Italian scholars focusing on humour translation, either because it is included in corpora of dubbed films (Bruti/Zanotti 2018: 240) or because of the controversial choice to endow the Italian-American protagonist Vincenzo Gambini with a Sicilian accent (Chiaro 2018: 54) in the Italian dubbed version. This manifest interest shown by Italian translation scholars has, however, never resulted in a thorough and systematic analysis of humour in the American and Italian versions of this humorous masterpiece. Drawing on the literature on verbally expressed humour (VEH) (Chiaro 2004) and its translation in audiovisual texts (De Rosa et al. 2014), the present paper sets out to fill this gap by describing the nature of humour in "My Cousin Vinny" (MCV_EN) and its translation in "Mio cugino Vincenzo" (MCV_IT). The contrastive analysis suggests that much of the humour in MCV_IT stems from the marked Sicilian accent of the protagonist and from the fact that he is made clumsier through the intensification of hedges. Moreover, a general redistribution of obscene language stands out in MCV_IT, which only partially stems from the well-established practice of omitting the translation of the premodifier "fucking" in the Italian target text (Pavesi/Malinverno 2000: 83). In particular, MCV_IT ends up sounding less vulgar than MCV_EN. Notably, when culture-specific verbal humour (Chiaro 2018: 57) is used, functional equivalence is achieved by "replacing the jokes with quite different ones in the TL" (Chiaro 2010: 2); yet, jokes are replaced across

the board with funnier ones and instances of VEH are even added in MCV_IT, as given scenes in which the characters' faces do not appear on screen are exploited to enrich their repertoires with novel gags whose counterparts are not present in the original. In this respect, MCV_IT can be said to provide an interesting case for the study of compensation (Harvey 1995) as, rather than serving the purpose of “transposing humour at another point in the text” (Fuentes Luque 2010: 186), the substitution and addition of jokes apparently aim at enhancing the general humorous effect of the film in the target culture.

References

- Bruti, Silvia / Zanotti, Serenella (2018). Representations of stuttering in subtitling. A view from a corpus of English language films. In Irene Renzato / Serenella Zanotti (eds.), *Linguistic and Cultural Representation in Audiovisual Translation*. London: Routledge, 225-259.
- Chiaro, Delia (2004). Investigating the perception of translated Verbally Expressed Humour on Italian TV. *ESP Across Cultures* 1, 35-52.
- Chiaro, Delia (2010). Translating humour in the media. In Delia Chiaro (ed.), *Translation, Humour and the Media*. London: Continuum, 1-16.
- Chiaro, Delia (2018). *The Language of Jokes in the Digital Age*. London: Routledge.
- De Rosa, Gian Luigi / Bianchi, Francesca / De Laurentiis, Antonella / Perego, Elisa (eds.) (2014). *Translating Humour in Audiovisual Texts*. Bern: Peter Lang.
- Fuentes Luque, Adrián (2010). On the (mis/over/under) translation of the Marx Brothers' humour. In Delia Chiaro (ed.), *Translation, Humour and the Media*. London: Continuum, 175-192.
- Harvey, Keith (1995). A descriptive framework for compensation. *The Translator* 1(1), 65-86.
- Pavesi, Maria / Malinverno, Anna Lisa (2000). Usi del turpiloquio nella traduzione filmica. In Christopher Taylor (ed.), *Tradurre il cinema. Atti del Convegno organizzato da G. Soria e C. Taylor, 29-30 novembre 1996*. Trieste: EUT, 75-90.

Past and present clashes as a source of humor

Dorota Brzozowska / Władysław Chtopicki (University of Opole)

The aim of the presentation is to illustrate the humorous potential of the opposition between past versus present script opposition occurring as a pivotal axis of the multimodal discourse. Highly popular among Polish viewers, the Netflix series “1670” (produced in 2023) was taken under scrutiny as a good illustration of the possibilities that the historical documentary as a genre offers to comment on the contemporary conflicts, especially between broadly conceived liberalism (cosmopolitanism) and conservatism (patriotism), and generally on the political and ideological situation in Poland and worldwide. Global problems and discussions are present as a reference point for highly culture-specific topics. Intersecting Circles Model of humorous communication altogether with Discourse Theory of Humor, with its emphasis on the role of the genre, are used to provide

analytical tools for the research on the verbal side of the series, the scripts that can be identified there, and the broader social context.

The main characters of the series were depicted in rural contexts and the class system, religions, different ethnic groups and gender roles were mocked, which evokes discussions e.g. about modern political state, work ethos, institutions, business, international corporations, family relations and different values represented by particular characters. Past topics, historical events, and stereotypes are reoccurring vehicles for current debates. Characteristic sayings make dialogues memorable and allow the screenplay to avoid predictability. The series tend to be grotesque or even farcical, thriving in simplification and stereotyping of Polish tradition as a way of resonating with the audience. As contemporary problems are dressed in the historical costumes, the twenty-first-century socio-political context is then viewed from the fresh point of view that allows the reinterpretation of tradition in terms of norm-related issues, and is a good source of humor at the same time.

A cross-cultural analysis of humour on MDA profiles in Spain, the UK and Belgium

Clara Cantos Delgado (Complutense University of Madrid)

This article explores how humour is employed as a self-presentation device in the profile section of Mobile Dating Apps (MDAs) belonging to users in their 20s based in Spain, the United Kingdom, and Belgium. MDAs are often multimodal, and users construct their virtual selves by combining the use of text in the “about me” section of their profiles, and the use of pictures. Humour is a recognised mating trait (Lippa, 2007) and a strategy known to successfully enhance bonding, rapport creation, feelings of connectivity, and peer validation (Hübler & Bell, 2003; Norrick, 1993; Yus, 2019). Thus, it is not surprising to see that it is frequently used on MDA profiles (Cantos-Delgado & Maíz-Arévalo, 2023; Dunlop, 2011). However, most MDAs are location-based and humour is also known to be culturally bound (Yus, 2023), which may increase its risky nature (Maíz-Arévalo, 2020). Therefore, it is possible that users based in diverse locations and with various cultural backgrounds use humour differently on their MDA profiles. Therefore, this study attempts to through some light upon the matter by answering two research questions: (i) How frequently is humour used on MDAs verbally and visually?, (ii) To what extent does the users’ cultural context play a role in the frequency and way humour is employed? To this end, a total of 680 Tinder profiles from users based in Spain (224), the UK (231) and Belgium (225) was gathered with the help of a bot, Tinderbotz. Results were then manually tagged following an adapted version of Dynel’s (2009) taxonomy of conversational humour, with the assistance of the software program Atlas.ti., reaching interrater agreement (Krippendorff’s $\alpha = .93-1.00$). Then, they were analysed quantitatively and qualitatively. The preliminary results seem to indicate that verbal humour appeared to take place significantly more frequently than visual humour (42.45% vs 20.97%; $p < .001$). Regarding cultural background, significant differences were also found when using the Chi-Square test to compare humour frequency in the MDA profiles of the three cultures. It can be concluded that despite

globalisation, cultural differences in humour usage still persist and humour as a self-presentation strategy on MDA profiles is most often expressed verbally than visually.

References

- Cantos-Delgado, C., & Maíz-Arévalo, C. (2023). “I hear you like bad girls? I’m bad at everything”: a British-Spanish cross-cultural analysis of humour as a self-presentation strategy in Tinder profiles. *The European Journal of Humour Research*, 11(3), Article 3. <https://doi.org/10.7592/EJHR.2023.11.3.734>
- Dunlop, J. (2011). App-ily Ever After—Self-Presentation and Perception of Others on the Dating App Tinder.
- Hübler, M. T., & Bell, D. C. (2003). Computer-mediated humor and ethos: Exploring threads of constitutive laughter in online communities. *Computers and Composition*, 20(3), 277–294. [https://doi.org/10.1016/S8755-4615\(03\)00036-7](https://doi.org/10.1016/S8755-4615(03)00036-7)
- Lippa, R. A. (2007). The Preferred Traits of Mates in a Cross-National Study of Heterosexual and Homosexual Men and Women: An Examination of Biological and Cultural Influences. *Archives of Sexual Behavior*, 36(2), 193–208. <https://doi.org/10.1007/s10508-006-9151-2>
- Maíz-Arévalo, C. (2020). When humour backfires How do WhatsApp users respond to humorous profile statuses as a self-presentation strategy? *Internet Pragmatics*, 4. <https://doi.org/10.1075/ip.00064.are>
- Norrick, N. R. (1993). Repetition in canned jokes and spontaneous conversational joking. *Humor: International Journal of Humor Research*, 6, 385–402. <https://doi.org/10.1515/humr.1993.6.4.385>
- Yus, F. (2019). Multimodality in Memes: A Cyberpragmatic Approach. 105–131. https://doi.org/10.1007/978-3-319-92663-6_4
- Yus, F. (2023). *Pragmatics of Internet Humour*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-31902-0>

Constructing Ordinary Expertise: Gay Taiwanese YouTubers Sharing Experiences of Sex and Sexuality through Humor

Li-Chi Chen / Eryk Hajndrych (Kazimierz Wielki University, Bydgoszcz, Poland)

YouTube is a multimodal platform that includes images, words, sound, music, icons, and links (Benson, 2015, 2017). These modes can be used to construct “ordinary expertise” (see Eriksson and Thornborrow, 2016; Riboni, 2017, 2020) or “popular expertise” (see Lewis, 2008), as it is associated with routine issues in the domestic sphere. While it is crucial to provide sex and sexuality education to sexual-minority young adults, LGBTQIA+ youths are often overlooked in their school-based education. Bible et al. (2022) note that there are two sources of messages about sex and sexuality that gay, lesbian, and bisexual young adults receive prior to their first sexual encounter: formal educational sources (i.e., school and parents) and informal educational sources (e.g., Internet, peers). Informal sources of LGBTQIA+-related information are often more useful and relevant than

formal sources, which may include messages associated with heteronormative assumptions such as abstinence, pregnancy, and HIV/STI prevention. Therefore, the sharing of sex and sexuality experiences by gay Taiwanese YouTubers can be considered a valuable source of expertise for inexperienced young gay men.

Furthermore, Chen (2023) observes that gay Taiwanese YouTubers use playful and sarcastic language, even when discussing serious topics such as homophobic bullying. This lighthearted disclosure of joyless events, as Chen further explains, helps gay Taiwanese YouTubers increase viewership to “monetize their channels” (p. 150) and also assert themselves as “sexual moderns” (Hall, 2019). The findings of this study suggest that gay Taiwanese YouTubers may use humor to convey their experiences with sex and sexuality. They employ unconventional metaphors and four-character expressions as linguistic devices for this communicative function. While they use humorous expressions to present themselves as experts in matters of sex and sexuality, thereby constructing themselves as sexual moderns, their local identities are also dialogically and multimodally constructed. This study, therefore, intends to explore how gay Taiwanese YouTubers negotiate their local identities as humorous queer Taiwanese and their expert identities as knowledgeable sexual moderns.

The triumph of multimodality? Humour inspired by verbal and visual triggers in the online public sphere

Wladyslaw Chlopicki (Jagiellonian University) / Anastasiya Fiadotava (Estonian Literary Museum)

It often takes just one controversial phrase or a single striking image to spark the fire of humour in the online public sphere. But does the format of the trigger have an impact on the format and mechanisms of humorous responses? We look at the humour that revolves around four cases: a failed joke by a Polish journalist, a controversial statement by a Polish politician, a (humorous) accusation of a Belarusian politician of corruption and rumours about another Belarusian politician’s disease or death. The two Polish cases were triggered by verbal expressions (metaphorical and ironic), while the triggers of Belarusian cases were either multimodal (verbal accusation accompanied with an image) or visual (photos and video recordings of a politician). We look at the correspondence between the formats of the trigger and those of the humorous items that it inspired. We also focus on the humorous mechanisms, esp. the use of wordplay and the text-image juxtaposition as the wordplay draws attention to the verbal component while the text-image juxtaposition points to the importance of both verbal and visual components. The socially sensitive content of the humour (gender change, childbirth, death, personal wealth of politicians) is also considered as a factor in the analysis.

The results show that one Polish and two Belarusian cases have triggered more multimodal humour than purely verbal or visual humour; only the Polish journalist’s failed joke provoked mostly verbal humour. The juxtaposition between text and image was a popular humorous mechanism in the items that contained both images and text in most cases, except for the Belarusian “corruption” case

where images often served only as illustration. Wordplay was not recurrent in any of the cases, but was still much higher in Polish than in Belarusian cases.

These results illustrate that there can be a certain connection between the trigger and the formats and mechanisms of the humour, but the humour often (though not always) tends to be multimodal even if the trigger was purely verbal or purely verbal. The popular trends in online communication thus often determine the humorous reactions to different events in the online public sphere.

Using humour to (de)fuse post-communism nostalgia

Mihaela-Viorica Constantinescu (University of Bucharest, Faculty of Letters)

Post-communist nostalgia is a characteristic of many of the former communist countries in Eastern and Central Europe (Boym 2001; Todorova & Gille eds. 2010; Pehe 2020; Winczewski & Czapnik 2021, etc.). Romania is no exception to this form of nostalgia. According to a survey made by a private social research and marketing company (INSCOP Research), published in December 2023, 48,1% of the Romanians (compared to 45,5%, in 2013) believe that communism was good for Romania. 46,4% of the Romanians think that life was better in communism than now. Moreover, 41% of the Romanians aged 18-29 claimed that life was better in communism, as well as 48% of the Romanians aged 30-44.

In the case of Romania, the phenomenon has been studied from the perspective of political sciences, cultural history, philosophy, anthropology, sociology etc. (Georgescu 2010; Morariu 2012; Rusu 2015; Asavei 2016; Bardan 2017; Bardan 2018; Condrache 2020 etc.). Nevertheless, this phenomenon is under-researched from a sociopragmatic perspective, in general, and from the perspective of humour studies in particular. Thus, this presentation tackles post-communist nostalgia in Romania through the lens of humour using a variety of humorous genres: memes, stand-up comedy, satirical press, and cartoons. The examples selected have been distributed online in the last 10 years.

The aim of the presentation is to highlight the main humorous discursive strategies used to (de)fuse post-communist nostalgia, where intertextuality (see Tsakona & Chovanec 2020) is a hyper-strategy. Multimodality is a constant feature of humour used as a key aspect for the alternative or collective memory practices. Discursive strategies identified accommodate textual, visual, and audio features. Following Boym's (2001) distinction between restorative and reflective nostalgia, the presentation tries to map discursive strategies and the functions of nostalgia in the Romanian context. At the same time, the analysis stresses the need for critical literacy, considering the multiple stances with regard to "ideological presuppositions of the humorous allusions" (Tsakona 2020).

References

Asavei, Maria-Alina, 2016, "Nicolae Ceaușescu: between Vernacular Memory and Nostalgia", *Twentieth Century Communism* 11: 27-42.

- Bardan, Alice, 2017, "Remembering socialist entertainment: Romanian television, gestures and intimacy", *European Journal of Cultural Studies*, 20 (3): 341–358.
- Bardan, Alexandra, 2018, "Marketing Post-Communist Nostalgia in Romania: A Case Study on Contemporary Anniversary Events", *Styles of communication*, 10 (1): 50-73.
- Boym, Svetlana, 2001, *The Future of Nostalgia*. New York: Basic Books.
- Condache, George A., 2020, *Between a Harmless Game and a Bittersweet Disease: Forms of Nostalgia in Post-Socialist Central and Eastern Europe*, PhD. Dissertation, The University of Western Ontario.
- Georgescu, Diana, 2010, "Ceaușescu hasn't died. Irony as Counter memory in Post-Socialist Romania" in Maria Todorova and Szusza Gille (eds.), *Post-Communist Nostalgia*, 155-176. New York/Oxford: Berghahn Books.
- Morariu, Măriuca, 2012, "From Condemnation to Melancholy. Alternative Meanings of Post-Communist Nostalgia in Romania Beyond the Official Anti-Communist Discourse". *Studia Politica. Romanian Political Science Review* 2: 289-308. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=275444>
- Pehe, Veronika, 2020, *Velvet Retro: Postsocialist Nostalgia and the Politics of Heroism in Czech Popular Culture*, New York/Oxford: Berghahn.
- Rusu, Mihai Stelian, 2015, "Battling over Romanian Red Past. The Memory of Communism between Elitist Cultural Trauma and Popular Collective Nostalgia". *Romanian Journal of Society and Politics* 1: 24-48.
- Todorova, Maria, Szusza Gille (eds.), 2012, *Post-communist Nostalgia*. New York/Oxford: Berghahn Books.
- Tsakona, Villy, 2020, "Scrutinising intertextuality in humour: moving beyond cultural literacy and towards critical literacy", *The European Journal of Humour Research*, 8 (3): 40–59, <http://dx.doi.org/10.7592/EJHR2020.8.3.Tsakona2>.
- Tsakona, Villy, Jan Chovanec, 2020, "Revisiting intertextuality and humour: fresh perspectives on a classic topic", *The European Journal of Humour Research*, 8 (3): 1–15, <http://dx.doi.org/10.7592/EJHR2020.8.3.Tsakona>.
- Winczewski, Damian, Slawomir Czapnik, 2021, "Criticizing Past and Modern Ideology Through Twisted Comedy Series: A Case of "Comrade Detective"", *Class, Race and Corporate Power*, 9 (1), Article 4.

Humor on the rails. SNCF vs. Deutsche Bahn on Instagram

Dominique Dias (Sorbonne Université, CELISO)

Social media has become an integral part of marketing strategies for many companies. Social media platforms allow companies to reach a wide audience and create brand awareness. By sharing engaging content, they can attract potential customers and build a loyal following. Social media provides a direct channel for interacting with customers. Companies can respond to inquiries, address concerns, and build relationships with their audience. Humor plays a significant

role in those marketing strategies, because it cultivates a positive association with the brand and can create memorable and relatable brand experiences.

This presentation will focus on cultural particularities and pragmatic implications by analysing humor strategies used by Deutsche Bahn and SNCF – the German and the French railway company – on Instagram. The theoretical framework used to analyse humor (Charaudeau 2006; Attardo 1994, 2020) will be presented and applied to a corpus of 300 posts including the 20 first comments in order to examine the posts but also the reactions of the customers. The analyze will show how SNCF relies more on verbal humor based on linguistic knowledge, whereas Deutsche Bahn relies more on referential humor based on scripts (Raskin 1981) or cultural knowledge.

The use of humor in marketing strategies is certainly not new, but its use in online communication involves new forms of textuality and contributes to the evolution of communication norms. An Instagram post is not a genre but just a form, that imposes a frame but without predefining a content or a communicative function. The use of humor in this frame contributes to (re)define the relationship between participants and beyond that the standards of this form of communication. This can be seen for instance by observing the forms of address (Gautherot 2016; Truan 202). As is well known, textuality has evolved significantly due to technological advancements and humor in digital writing can combine various modes and forms (like memes, see Yus 2019; Wagener 2022). Beyond the differences in practices between the two cultural areas, we will show how companies communication on social media participates in a reconfiguration of communicative norms (Coupland 2014; Androutsopoulos 2020; Schlobinski 2020).

References

- Androutsopoulos, J. (2020). Digitalisierung und soziolinguistischer Wandel. In K. Marx, H. Lobin, & A. Schmidt (Éds.), *Deutsch in Sozialen Medien: Interaktiv, multimodal, vielfältig* (p. 75-94). De Gruyter.
- Attardo, S. (2020). *The linguistics of humor: An introduction*. Oxford University Press.
- Attardo, S. (1994). *Linguistic theories of humor*. De Gruyter.
- Charaudeau, P. (2006). Des Catégories pour l'Humour? *Questions de communication*, 10, 19-41. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7688>.
- Coupland, N. (2014). Language change, social change, sociolinguistic change: A meta-commentary. *Journal of Sociolinguistics*, 18(2), 277-286. <https://doi.org/10.1111/josl.12077>.
- Gautherot, L. (2016). « Siezen Sie noch oder duzen Sie schon » ? Das rhetorische Duzen als kommunikative Norm des heutigen Deutsch. In M. Lefèvre, K. Mucha-Tummuseit, & R. Hünecke (Éds.), *Rhetorik und Kulturen* (p. 87-108). Peter Lang.
- Raskin, V. (1981). Script-based lexicon. *Quaderni di Semantica*, 2(1), 25-34.
- Schlobinski, P. (2020). Sprache, Kommunikation und digitaler Wandel. In K. Marx, H. Lobin, & A. Schmidt (Éds.), *Deutsch in Sozialen Medien: Interaktiv, multimodal, vielfältig* (p. 3 33). De Gruyter.

- Truan, N. (2022). (When) Can I say Du to You? The metapragmatics of forms of address on German-Speaking Twitter. *Journal of Pragmatics*, 191, 227-239. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2022.02.008>
- Yus, F. (2019), „Multimodality in Memes: A Cyberpragmatic Approach“, in Patricia Bou-Franch & Pilar Garcés-Conejos Blitvich (dir.), *Analyzing digital discourse: new insights and future directions*, Cham, Springer, 105-131.
- Wagener, A. (2022), *Mèmologie, Théorie postdigitale des mèmes*, Grenoble, UGA Editions.

“Cebolla, ¿por qué pone una cebolla?”: el humor como estrategia de desbaneo en Twitch

Almudena Díaz García / Carmen Maíz-Arévalo (Universidad Complutense de Madrid)

El desbaneo o retirada del veto del chat es un acto de habla producido por usuarios vetados por una ofensa previa y que solicitan su readmisión en la comunidad. Este estudio se centra en el uso del humor como estrategia en las solicitudes de desbaneo en la plataforma Twitch. El objetivo principal es identificar y describir los diferentes tipos de humor empleados en este tipo de peticiones, así como la reacción del receptor (streamer) (Seering et al. 2017). Dada la necesidad de reparar la imagen personal del receptor de la ofensa así como del propio ofensor, se plantea como hipótesis inicial que los tipos de humor más frecuentes serán el autodenigratorio y afiliativo (Martin et al. 2003), en línea con el uso del humor como estrategia de cortesía positiva (Brown y Levinson 1987) y como medio para reconstruir el orden social cuando éste se ha visto amenazado (Billig 2001).

El corpus inicial consta de 134 peticiones de desbaneo, quince de las cuales incorporan el humor como estrategia. Dada la naturaleza del corpus, se ha adoptado un enfoque cualitativo, en el que se ha analizado cada caso individualmente, categorizando los tipos de humor empleados (afiliativo, agresivo, autodenigratorio y autoensalzante).

En los resultados se observa una variedad de estilos de humor, incluyendo el autodenigratorio, el agresivo y el afiliativo (generalmente basado tanto en la incongruencia como en la intertextualidad y conocimiento compartido, especialmente dentro de la propia comunidad de práctica). Como cabía esperar, no se han encontrado ejemplos de humor autoensalzante. Por parte de los streamers, los resultados muestran la heterogeneidad de las reacciones al humor y respuestas proporcionadas, que incluyen desde risas al reconocimiento explícito de la originalidad del mensaje. En conclusión, los resultados muestran la eficacia del humor a la hora de influir en las decisiones de moderación en Twitch, a pesar de la gravedad de algunas de las infracciones que desencadenaron el veto.

“Mira, la amiga soy yo”: Estrategias humorísticas empleadas por Noemí Argüelles (Yolanda Ramos) en Paquita Salas

Rafael Fernández Reguera (Universidad de Sevilla)

Paquita Salas es una conocida serie de Netflix (en un principio perteneció a la plataforma flooxer) que narra las extravagantes, a la par que divertidas, aventuras de una representante de actores. Dentro de este pintoresco mundo se incluye el personaje que mediante el presente estudio se pretende caracterizar, Noemí Argüelles, interpretada por Yolanda Ramos. Argüelles es uno de los personajes femeninos más aplaudidos por los espectadores y, además, en buena medida, es quién acciona y acelera el ritmo de la comedia en la serie (Vázquez González, 2020).

Son algunas las investigaciones llevadas a cabo en torno al humor en Paquita Salas, entre ellas la de Linares Bernabéu y Timofeeva Timofeev (2022) o la de Aliaga Aguza (2021), aunque en ambos el objetivo es esbozar un análisis de conjunto de las estrategias humorísticas que vertebran la serie. Por tanto, se pretende abordar a través del presente trabajo la caracterización de las estrategias humorísticas que construyen el personaje anteriormente mencionado a lo largo las tres temporadas de la serie. Una vez desarrollado el análisis se podrá proceder a una comparación entre las estrategias empleadas en la construcción de este personaje y las empleadas para el resto, así como con otros personajes interpretados por la misma actriz.

La estructura de la comunicación sería la siguiente:

- 1) Introducción y objetivos.
- 2) Metodología.
- 3) Contextualización de la serie y del personaje.
- 4) Estrategias humorísticas.
- 5) Conclusiones.

Referencias

- Aliaga Aguza, L.M. (2021). Análisis comparativo de los mecanismos humorísticos de la comedia de situación. Cuadernos AISPI, 18, 43-76.
- Linares Bernabéu, E., Timofeeva Timofeev, L. (2022). Humor verbal y oralidad en la serie Paquita Salas. Un estudio pragmalingüístico. En M. Méndez Orense y V. Pérez Béjar (coords.), *Perspectivas integradas para el análisis de la oralidad*. Editorial Universidad de Sevilla, 183-202.
- Ruiz Gurillo, L. (2014). Infiriendo el humor. Un modelo de análisis para el español. *Círculo de lingüística Aplicada a la comunicación (CLAC)*, 59, 79-101.
- Ruiz Gurillo, L. (2012). *La lingüística del humor en español*. Madrid: Arco Libros.
- Vázquez González, J. (2020). Paquita Salas: un mundo transmedia 360. X Congreso internacional de Comunicación y tecnología, 53-67.

From failed repair to successful humor in mockumentary sitcoms: *The Office (US)*, *Parks and Recreation* and *Abbott Elementary* as case studies

Virginie Iché (Université Paul-Valéry Montpellier 3, France)

Conversational repair is the process by which speakers handle problems, also known as “repairables”, in interaction—whether the problem in question (which may or may not be an ‘error’) is related to speaking, hearing or understanding. As such, repair sequences are instrumental in defending intersubjectivity in interaction (Schegloff 1992, Robinson 2014). This defense of intersubjectivity is dependent on all the interactants involved in the conversation. Repair can be initiated by the speaker who uttered the repairable or their interlocutor(s); in other words, there can be self- or other-initiation of repair. Additionally, the repair proper may be undertaken by the speaker who uttered the repairable (in which case it will be a case of self-repair), or by their interlocutor(s) (in which case it will be a case of other-repair). Conversation analysts have noted that while the possibility of failure cannot be ignored, repair is overwhelmingly successful and quick (Schegloff, Jefferson, Sacks, 1977, 363). When the first repair-attempt is not successful, other repair-attempts follow, which generally reach a successful outcome (Tzanne 2000, 165; Wilkinson 2007, 546).

In the fictional interactions under analysis though, I will show that repair-attempts not infrequently fail on the level of character-to-character interactions (called Communication Level 2 by Brock 2015), because 1) they only partially repair the problem, or 2) they derail the conversation, or 3) the “self” aborts the attempt at repair and the sequence ends, or 4) the “self” ignores the repair-initiation, or 5) the “self” rejects the repair-initiation. Thanks to a multimodal analysis (Wildfeuer 2014, Schubert 2019, Gironzetti 2022) of failed repair sequences in *The Office (US)*, *Parks and Recreation* and *Abbott Elementary*, I will argue that while intersubjectivity may be at times threatened on Communicative Level 2, intersubjectivity is defended on Communicative Level 1 (the level of the collective sender’s communication with the audience). The “collective sender” (Dynel 2011) guides the recipient towards an interpretation of these interactions as humorous. In particular, I will analyze scenes in which the camera pans to and/or zooms in on characters ostensibly displaying signs that they know the repair sequence has failed (notably by furrowing the brow, remaining silent and/or gazing directly at the camera) or cuts to another scene right after the initiation of repair, thereby turning failed repair sequences into successfully humorous scenes.

References

- Brock, Alexander. 2015. “Participation frameworks and participation in televised sitcom, candid camera and stand-up comedy”. Marta Dynel and Jan Chovanec, eds. *Participation in Public and Social Media Interactions*. John Benjamins, pp. 27-47.
- Dynel, Marta. 2011. “‘You talking to me?’ The viewer as ratified listener to film discourse”. *Journal of Pragmatics* 43: 1628-1644.
- Gironzetti, Elisa. 2022. *The Multimodal Performance of Conversational Humor*. John Benjamins.

- Robinson, Jeffrey D. 2014. "What "What?" Tells Us About How Conversationalists Manage Intersubjectivity". *Research on Language and Social Interaction* 47(2), pp. 109-129.
- Schegloff, Emmanuel A. 1992. "Repair after next turn: the last structurally provided defense of intersubjectivity in conversation". *American Journal of Sociology*, 97(5), pp. 1295-1345.
- Schegloff, Emmanuel, Gail Jefferson and Harvey Sacks. 1977. "The preference for self-correction in the organization of repair in conversation". *Language* 53(2), pp. 361-383.
- Schubert, Christoph. 2019. "The visual discourse of shots and cuts. Applying the cooperative principle to horror film cinematography". Christian Hoffmann and Monika Kirner-Ludwig, eds. *Telecinematic Stylistics*, Bloomsbury, pp. 183-204.
- Tzanne, Angeliki. 2000. *Talking at Cross-Purposes. The Dynamics of Miscommunication*. John Benjamins.
- Wildfeuer, Janina. 2014. *Film Discourse Interpretation. Towards a New Paradigm for Multimodal Film Analysis*. Routledge.
- Wilkinson, Ray. 2007. "Managing linguistic incompetence as a delicate issue in aphasic talk-in-interaction: On the use of laughter in prolonged repair sequences". *Journal of Pragmatics* 39: pp. 542-569.

Multimodal Metaphors as a tool for Linguistic Humor in Lithuanian Advertisements

Saule Juzeleniene / Saule Petroniene (Kaunas University of Technology)

The aim of this research is to investigate linguistic humor in Lithuanian ads, with a special emphasis on the use of multimodal metaphors. In the world of advertising, humor is a potent tool for drawing in viewers, improving brand recall, and forging emotional bonds with customers. Furthermore, the use of metaphors in advertising messaging adds levels of creativity and meaning, making it is easier to communicate difficult ideas in a clear and interesting way. Using a multimodal approach, this study examines the verbal and visual components that lead to humorous effects in a corpus of Lithuanian ads.

By examining the use of metaphors across multiple modes, including language, imagery, typography, and layout, the research aims to unravel the strategies employed by advertisers to evoke laughter, amusement, and positive associations with their brands. The investigation involves a systematic analysis of linguistic features such as puns, wordplay, irony, and sarcasm, as well as visual metaphors, cartoonish depictions, and situational humor embedded within advertisements. Special attention will be paid to the cultural nuances and intertextual references that shape humor in Lithuanian advertising, considering how these factors influence audience reception and interpretation.

References

- Attardo, S. (2001). *Humorous texts: A semantic and pragmatic analysis*. Walter de Gruyter.
- Dynel, M. (2009). Beyond a joke: Types of conversational humour. *Language and Linguistics Compass*, 3(5), 1284-1299.
- Forceville, C. (2019). Multimodal Metaphor. In E. Semino & Z. Demjén (Eds.), *The Routledge handbook of metaphor and language* (pp. 284-299). Routledge.
- Koller, V. (2011). *Metaphor and gender in business media discourse: A critical cognitive study*. Palgrave Macmillan

Human mind in action: decision making and creative thinking combined – some considerations on cognitive aspects of literary translation

Sylwia Klos (University of Silesia, Katowice, Poland)

What do businessmen, scientists and artists (read: writers and translators) have in common as far as decision making processes and creative thinking are concerned? How does human mind work to find creative solutions in the field of business, science and art (read: literature and literary translation)? The paper aims at explaining cognitive mechanisms that govern creative production regardless of the area in which the human mind could be engaged, yet the special focus will be placed on humor translation. Daniel Kahneman's thinking fast and slow model of decision making will be combined with Roald Finke's (et al) model of creative cognition (the Geneplore Model) to serve as the background for a cognitive analysis of human mind activity that leads to creation (and recreation) of wordplays in children's literature. The mental maps based on the model of conceptual blending proposed by Gilles Fauconnier and Mark Turner will be used to visualize the cognitive processes and possible thought pathways involved in the human mind's creative play with sound and meaning. The analysis shall be based on a set of examples taken from English classic children's books and their translations into Polish and Portuguese.

Main sources

- Fauconnier, Gilles (1997) *Mappings in Thought and Language*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Fauconnier, Gilles, Turner, Mark (2002): *The Way We Think. Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*, New York: Basic Books.
- Finke, Roald A., Ward, Thomas B., Smith, Steven M. (1996): *Creative Cognition. Theory Research, and Applications*, Cambridge, Massachusetts/ London: The MIT Press.
- Kahneman, Daniel (2011): *Thinking fast and slow*. London: Penguin Books.
- Klos, Sylwia: *Humor and Translation in Children's Literature. A Cognitive Approach*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego (2020).

A pragmatic analysis of multimodal humorous stickers in WhatsApp conversations

Esther Linares Bernabéu (Universitat de València)

This study examines custom stickers that combine image and text to explore multimodal interactive humour in WhatsApp. In particular, our research aims to establish a classification scheme of image-text relations that reflects the ways in which images and text interact, as well as the sticker main pragmatic functions. We collected a corpus consisting of 1100 stickers in total, but our analysis focused solely on those containing both image and text elements. This subset comprised 412 user-generated multimodal stickers observed in Spanish WhatsApp conversations. The findings highlight user creativity and preference for multimodal discourse in this type of online context. Our results additionally indicate an asymmetry in text-image relationships, wherein text primarily communicates propositions, while the functions of images exhibit greater versatility. Images serve to modify text in diverse manners, including illustration, exemplification, emphasis, mitigation, humor addition, and competition, among others.

¿Intocables?: Un análisis diacrónico de escándalos humorísticos sobre la monarquía española

Carmen Maíz-Arévalo (Universidad Complutense de Madrid) / Guillem Castañar (ISHS, European Humour Association) / Patricia Díaz-Muñoz (Universidad Complutense de Madrid)

Enmarcado en el seno del proyecto europeo Hu-Sca (Humorous Scandals: A cross-national analysis of humour controversies in Europe)¹, el presente trabajo tiene como objetivo analizar desde una perspectiva diacrónica los escándalos humorísticos que se han producido en España desde la década de los años 90 hasta la actualidad. De acuerdo con Kuipers (2011: 65), se define escándalo humorístico como “controversias públicas sobre humor transgresivo”, que generalmente afectan a la esfera política (véase también Kuipers y Zijp 2024). Así pues, en el periodo bajo estudio se han recopilado un total de 26 escándalos humorísticos, que se codificaron posteriormente en Qualtrics. Los resultados muestran cuatro temas principales que dan lugar a controversias públicas: las instituciones públicas (p. ej. la iglesia), la banda terrorista E.T.A, xenofobia-antisemitismo y la monarquía española. No obstante, y a diferencia de otros países europeos en los que son los comentarios xenófobos los que generan las mayores controversias, en el caso de España el mayor número de casos controvertidos vienen protagonizados por ataques satíricos a la monarquía (con 6 de las 26 controversias). Adoptando un punto de vista cualitativo, este trabajo analiza las similitudes entre los seis casos desde una perspectiva multimodal en la que se combinan tanto los aspectos lingüísticos como los visuales (Kress and Van Leeuwen 2020; Rose 2007). Los resultados muestran el deterioro público de figuras previamente intocables como la de Don Juan Carlos de Borbón, actual Rey Emérito, así como la de su sucesor, con la repetición de patrones visuales como la

caricaturización de rasgos físicos (p. ej. la nariz borbónica) y lingüísticos como la presuposición semántico-pragmática o el uso de juegos de palabras para generar el humor. No obstante, y dadas las repercusiones jurídicas de algunos de estos casos, se observa que sigue existiendo un alto grado de inviolabilidad respecto a la monarquía española, que no tiene paralelismo en otras monarquías europeas, donde los monarcas son diana constante de sátira sin consecuencias públicas.

Referencias

- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2020). *Reading images: The grammar of visual design*. Routledge.
- Kuipers, G. (2011). The politics of humour in the public sphere: Cartoons, power and modernity in the first transnational humour scandal. *European Journal of Cultural Studies*, 14(1), 63-80.
- Kuipers, G., & Zijp, D. (2024). Humour and the public sphere. *The European Journal of Humour Research*, 12(1), 1-14.
- Rose, G. (2007). *Visual methodologies. An introduction to the interpretation of visual materials*. Sage.

Multimodalidad, humor y redes sociales

Ana Mancera Rueda (Universidad de Sevilla) / Ana Pano Alamán (Universidad de Bolonia)

En la actualidad, la confluencia de medios tradicionales y medios 2.0 está dando forma a una opinión pública que desafía las teorías tradicionales sobre cómo los ciudadanos procesamos la información de los medios y cómo se moldean nuestras opiniones a partir del discurso mediado por ordenador. Existe un debate entre quienes consideran que las redes sociales desplazan la creación de contenidos desde las élites hacia otros colectivos sociales y quienes opinan, en cambio, que su uso político por los ciudadanos es esporádico y discontinuo. Desde una posición intermedia, se afirma que la hibridación mediática y la interacción entre medios forma un complejo sistema basado en la interdependencia y la difusión del poder. Cualquier usuario puede apropiarse del espacio discursivo de las redes para publicar contradiscursos en los que a menudo predomina la crítica a la política o a los medios. A través de chistes, memes, gifs o vídeos, estos discursos buscan provocar efectos humorísticos en las audiencias imaginadas, lo que ha llevado a ver en el debate político-ideológico en estos entornos, el predominio del entretenimiento y la burla permanente. Desde un enfoque pragmático y adoptando los planteamientos de la Teoría General del Humor Verbal aplicada en estudios previos sobre memes y parodias en el debate político en español y el modelo desarrollado por el grupo GRIALE para el estudio de las marcas e indicadores del humor, se analizan las distintas manifestaciones del humor verbal en X (Twitter), Facebook e Instagram. Se presentan los resultados de un estudio mixto y comparado, basado en un corpus de mensajes dirigidos a actores políticos (líderes, partidos) españoles, sobre las manifestaciones multimodales del humor crítico en esas redes y sobre su función en ese contexto, con el fin de determinar hasta qué

punto el humor multimodal caracteriza la interacción político-ideológica en los entornos digitales.

Referencias

- Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*, Oxford: OUP.
- Chiaro, D. (2018). *The Language of Jokes in the Digital Age*. London: Routledge.
- Mancera Rueda, A. y A. Pano Alamán (2020). *La opinión pública en la red*. Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert.
- Mazzoleni, G., R. Bracciale (2019). *La politica pop online. I meme e le nuove sfide della comunicazione politica*. Bologna: Il Mulino.
- Mazzuchino, M. G. (2019). “El discurso político digital: humor y polémica en Facebook” *Pragmalingüística* 27: 191-211.
- Pano Alamán, A., A. Mancera Rueda (2023). “Political-electoral memes and interactional humour on Twitter.” En *The Pragmatics of Humour in Interactive Contexts*, ed. E. Linares, 32-64. Amsterdam: John Benjamins.
- Ruiz Gurillo, L. (ed.) (2016). *Metapragmatics of Humor*. Amsterdam: John Benjamins Publishing.
- Ruiz Gurillo, L. (ed.) (2022). *Interactividad en modo humorístico: géneros orales, escritos y tecnológicos*. Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert.
- Yus Ramos, F. (2021a): “Incongruity-resolution humorous strategies in image macro memes”, *Internet Pragmatics* 4: 131-149.
- Yus Ramos, F. (2021b). “Pragmatics of humour in memes in Spanish”, *Spanish in Context* 18: 113-135.

Interaction with AI assistants leads to laughter

Jennifer Monroe (UNIBO)

As soon as ‘intelligent’ voice assistants, such as Alexa, made their way into our homes, videos of humorous interactions with these assistants began appearing on sites such as YouTube and TikTok. Analyzing a corpus of 117 user-generated videos from the period 2016 to 2023, in English, Italian and Spanish, we see the different types of requests which lead families to laughter. Parody videos of conversations with voice assistants are some of the early videos found in the English and Spanish sample, while they come to the Italian group later during the Covid-19 pandemic. We could argue that these parodies sparked the desire for everyone to upload their own funny videos, but perhaps there is more going on. Is there something intrinsically ‘funny’, across cultures, when a machine assistant can simulate human communication, but doesn’t always understand?

The functioning of trolling in Brazilian politics: a discursive analysis of humorous effects in far-right discourse materialized in LGBTQphobic memes

Myllena Nascimento (Federal University of São Carlos)

This paper aims to analyze the functioning of trolling in Brazilian political discourse, focusing particularly on its uses in LGBTQphobic memes from the Brazilian far right, during and after the 2018 and 2022 presidential campaigns. Considering its inscription on a certain threshold between humor and hate speech and its digital circulation, we will seek to identify, describe, categorize and interpret the main properties of the practice of trolling in memes that materialize LGBTQphobic discourses, the production of its effects, the materialization of its affects and the possible discursive mutations it promotes in ways of saying hate speech in the political field. More precisely, we aim to answer the following questions: what are the historical conditions that make it possible for trolling to emerge in contemporary Brazilian political discourse? How is it constructed on the boundaries between the production of humor within a discursive community and the discrimination of those outside it? What is trolled by the groups and subjects trolled by the extreme right and what affects are materialized in their trolling? What are the most recurrent forms and discursive resources for elements of hate speech to circulate concealed under the effects of humor? What are the marks of actuality and memory in the practice of political trolling in contemporary Brazil, in the form of presences, reformulations and erasures of other people's discourses used by the enunciator to reject in his own formulation the interdiction of his trolling utterance and/or to reaffirm his right to say it? In order to answer these and other questions, we will analyze three LGBTQphobic memes from the Brazilian far right published on the web during and after the 2018 and 2022 presidential campaigns. To do so, our work will be based on the postulates, notions and procedures of French Discourse Analysis derived from Michel Pêcheux (1990; 1997; 2014) and his group, on contributions from Michel Foucault's (2010; 2016) thinking on the order of discourse and on recent studies on trolling in political discourse.

“Touch yourself instead, it’s more fun”: the NSFW turn in verbal humour in unofficial adventure game sequels

Will Noonan (Université de Bourgogne)

Point-and-click adventure games have come, somewhat belatedly, to be recognised as a genre that lends itself to multilayered, reflexive humour, with a strong comic potential both in game dialogues and mechanics and in the interactions between player and player character, interface and game (Bonnello Rutter Giappone, 2015, 2022). Not all adventure game universes are obviously, but self-conscious humour features strongly in game universes that have sustained active fan communities from the late 1980s into the 2020s, such as Ron Gilbert’s Maniac Mansion and Monkey Island franchises and Lori and Corey Cole’s Quests For Glory (Mills, 2018; Denescheau, 2019). While other research in progress focuses on recent “authored” instalments in these universes including

Thimbleweed Park (2017), Hero-U (2018) and Return to Monkey Island (2022), featuring “dad jokes” aimed both at fans of earlier games and at their children, this paper will focus on the turn towards self-consciously impolite humour, often with a sexual or scatological turn, found in unofficial sequels released during the ‘eclipse’ of adventure games between the late 1990s and the mid-2010s. Focusing on the fanmade Quest for Glory 4½: So you thought you were a hero? (2001) and on Infamous Quests’ Quest for Infamy (2014), the paper will explore the evolution of (mostly) verbal humour strategies in game dialogues that frequently reference, and deform, the self-conscious but family-friendly humour of the early Quest for Glory games. This analysis will focus on the evolving (im)maturity of the player fanbase of each game (largely pre-adolescent or adolescent in 1990, undergraduate-aged in 2001, thirtysomething in 2014) but also on the influence of other game and narrative genres and on the way in which changing perceptions of point-and-click-interfaces, from state-of-the-art to self-consciously retro, are in turn reflected in interactional and verbal humour.

All jokes aside, does humour in ads and campaigns work? An eye-tracking study.

Bert Oben / Justyna Dłóciok (University of Leuven)

Humour is a pervasive tool in advertising campaigns, strategically deployed by marketers to seize the customers’ attention (Eisend 2009), to increase ad and brand attitudes (Beard 2005, Schmidt 2002), and ultimately to foster engagement or purchase intent (Chang & Chang 2014). However, the deployment of humour carries inherent risks too (cf. McGraw et al. 2015). These include humour fail, overall message distraction (as in Strick et al. (2010)), and unintended offence (Dore 2018). Eye-tracking studies have revealed that processing humorous text correlates with extended reading times, longer (first) fixation durations and increased number of regressions (Israel et al. 2022, Jared & Bainbridge 2017, Coulson et al. 2006). In the light of these findings, two critical questions arise: firstly, does this prolonged processing time of humorous stimuli adversely affect the processing of non-humorous elements? And secondly, does it impact the overall messaging, and brand recognition?

In the present eye-tracking experiment, participants (N=112) were presented 8 randomly selected advertisements. Stimuli were either humorous or non-humorous by virtue of one key sentence that was manipulated. After viewing a stimulus, participants were asked to rate the advertisement, to answer informative quiz questions and tested for recall of the brand/organization names.

The results show consistent and significant differences between humorous and non-humorous advertisements: fixation times to humorous text are longer, and first fixations occur earlier for humorous texts compared to their non-humorous counterparts. For the logos and informative text, we observe the exact opposite: visual attention to these regions of interest occurs significantly later and is shorter. This negative effect of humour on the visual attention towards informative text and brand logos did not percolate to the level of ad/brand attitudes or brand recall. In other words, humorous ads did not receive more positive ratings than non-

humorous ads. Similarly, the brand recall did not differ between conditions. In our presentation we will discuss theoretical and practical implications of our results.

References

- Beard, F. (2005). One Hundred Years of Humor in American Advertising, *Journal of Macromarketing* 25(1), 54–65.
- Chang, W. & Chang, I. (2014). The influences of humorous advertising on brand popularity and advertising effects in the tourism industry. *Sustainability* 6(12), 9205-9217.
- Coulson, S., Urbach, T. & Kutas, M. (2006). Looking Back: Joke Comprehension and the Space Structuring Model. *Humour* 19(3), 229–250.
- Dore, M. (2018). Controversial humor in advertising: Social and cultural implications. In: *Not All Claps and Cheers* (pp. 132-145). Routledge.
- Eisend, M. (2009). A Meta-Analysis of Humor in Advertising, *Academy of Marketing Science Journal* 37(2), 191–203.
- Jared, D. & Bainbridge, S. (2017). Reading homophone puns: Evidence from eye tracking. *Canadian Journal of Experimental Psychology/Revue Canadienne de Psychologie Expérimentale* 71(1), 2.
- McGraw, P., Warren, C. & Kan, C. (2015). Humorous Complaining, *Journal of Consumer Research* 41(5), 1153–71.
- Schmidt, S. (2002). The Humour Effect: Differential Processing and Privileged Retrieval, *Memory* 10(2), 127–38.
- Strick, M., Holland, R., Van Baaren, R. & Van Knippenberg, A. (2010). The Puzzle of Joking: Disentangling the Cognitive and Affective Components of Humorous Distraction, *European Journal of Social Psychology* 40, 43–51.

Memes, Metaphors, and Mockery: Dehumanization Through Humor

Kateryna Pilyarchuk (European University Viadrina Frankfurt (Oder) and University of Klagenfurt)

In this talk, I will focus on a sub-corpus (n = 151) from my larger data set (n = 2000) of Internet memes produced in Ukraine during the ongoing Russo-Ukrainian war. More specifically, I will elucidate the implications of the ones that draw on dehumanizing, animalistic metaphors, following Tsakona's (2009) perspective of metaphors as a strong humorous mechanism triggered by the incongruity between literal and figurative meanings (cf. Forceville 2006; Müller 2007). I aim to demonstrate the complex interplay between the image, text, and context to argue that while metaphors are often grounded in embodied experiences (Lakoff and Johnson 1980), they are also ideologically and socio-culturally motivated and require background knowledge on part of the audience. Even in cases where the animal domain is self-explanatory at the first glance, the receiver still has to engage in an interpretation of different modes to derive implications (Yus 2019). The findings demonstrate how most metaphors in this corpus serve as vehicles for conveying harsh political critique and strong emotional attitudes, and how the

respective mapped qualities facilitate derogatory and dark humor, potentially serving as a coping mechanism (cf. Kuipers 2002)

References

- Forceville, Charles. 2006. Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: Agendas for research. In Gitte Kristiansen, Michel Achard, René Dirven & Francisco J. Ruiz de Mendoza Ibáñez (eds.), *Cognitive linguistics: Current applications and future perspectives*, 379–402. Mouton de Gruyter.
- Kuipers, Giselinde. 2002. Media culture and Internet disaster jokes: Bin Laden and the attack on the World Trade Center. *European Journal of Cultural Studies* 5(4). 450–470.
- Lakoff, George & Mark Johnson. 1980. *Metaphors we live by*. Chicago University Press.
- Müller, Ralph. 2007. The interplay of metaphor and humor in Oscar Wilde's *Lord Arthur Savile's Crime*. In Diana Popa & Salvatore Attardo (eds.), *New approaches to the linguistics of humor*, 44–54. *Academica*, Galat.
- Tsakona, Villy. 2009. Language and image interaction in cartoons: Towards a multimodal theory of humor. *Journal of Pragmatics* 41. 1171–1188.
- Yus, Francisco. 2019. Multimodality in memes: A cyberpragmatic approach. In Patricia Bou-Franch & Pilar Garcés-Conejos Blitvich (eds.), *Analyzing digital discourse: New insights and future directions*, 105–131. London: Palgrave MacMillan.

El humor como estrategia discursiva en X: análisis de patrones narrativos virales

Raquel Pinilla Gómez (Universidad Rey Juan Carlos)

Este trabajo tiene como objeto de estudio dos cuentas educativas con gran repercusión en X (antes, Twitter): @maestrade pueblo y @MaestritaM, caracterizadas por el uso del humor como estrategia básica para conseguir mayor difusión entre sus potenciales seguidores. En los últimos años, X se ha convertido en la principal red social de aprendizaje informal (Mosquera Gende, 2023) entre docentes (Marcelo y Marcelo-Martínez, 2021), pero también de búsqueda de entretenimiento por parte de estos. Así, el tono humorístico de muchas cuentas constituye uno de los principales atractivos para los usuarios.

Mediante la metodología del análisis del discurso en el contexto digital de las redes sociales (Mancera Rueda y Pano Alamán, 2014), nos planteamos como objetivo principal analizar la combinación de elementos verbales y no verbales (Gallardo Paúls et al., 2018; Duque, 2020) en las cuentas estudiadas y la elaboración de ciertos patrones narrativos virales con un efecto humorístico (Ruiz Gurillo, 2012). La muestra de estudio corresponde al corpus de publicaciones de ambas cuentas en un periodo de tres meses, entre enero y marzo de 2024. Para alcanzar el objetivo principal, se han definido los siguientes objetivos específicos: identificar marcas lingüísticas comunes en las publicaciones, establecer relaciones entre ellas y los elementos gráficos con los que aparecen (fotos, vídeos,

stickers, etc.), explicar los efectos humorísticos del discurso multimodal, seleccionar y analizar muestras representativas de los patrones narrativos identificados.

Los resultados iniciales del análisis avalan la idea preexistente, fruto de la observación pasiva de carácter exploratorio, de que en estas cuentas de X se utilizan patrones narrativos multimodales para generar humor, como un potente recurso de atracción para los seguidores.

Referencias bibliográficas

- Duque, E. (2020). Relaciones entre texto e imagen en el discurso digital. Cuadernos AISPI, 16, 143-162.
- Gallardo Paúls, B. et al. (2018). Estilos de gestión de los perfiles políticos en Twitter: imagen y texto en las cuentas de los partidos en la campaña del 26J. Revista de Investigación Lingüística, 21, 15-51.
- Mancera Rueda, A. y Pano Alamán, A. (2014). Las redes sociales como corpus de estudio para el Análisis del discurso mediado por ordenador. Revista Janus, (Anexo 1), 305-315.
- Marcelo, C. y Marcelo-Martínez, P. (2021). Influencers educativos en Twitter. Análisis de hashtags y estructura relacional. Comunicar, 68, 73-83.
- Mosquera Gende, I. (2023). Aprendizaje informal en redes. Twitter y las #CharlasEducativas. Octaedro.
- Ruiz Gurillo, L. (2012). La lingüística del humor en español. Arco/Libros.

Análisis de la traducción del humor con estereotipos culturales en el doblaje latinoamericano de la trilogía Rush Hour

María Galilea Rosales Suárez / Liz Maleni Uribe Martínez (Universidad Autónoma de Nuevo León)

El humor y la cultura son fenómenos subjetivos que varían entre diferentes grupos sociales, lo que implica que lo que resulta cómico en una cultura puede no tener el mismo efecto en otra. En el ámbito de la traducción audiovisual, específicamente en el doblaje de películas, se emplean una serie de técnicas y procedimientos para garantizar que el humor presente en el texto original no se pierda en la versión traducida y sea comprensible para la audiencia meta. Este estudio se centra en analizar los procedimientos de traducción utilizados en el doblaje latinoamericano de la trilogía cinematográfica Rush Hour, centrándose especialmente en los elementos humorísticos que contienen estereotipos culturales dirigidos al público de habla hispana. A través de un análisis comparativo entre la versión original en inglés y su correspondiente doblaje en español latinoamericano, se identificaron las estrategias más utilizadas, entre las que destacan la compensación, la adaptación, la equivalencia y la modulación. Estas estrategias se emplean para asegurar que el humor, con todos sus matices culturales, se transmita de manera efectiva y comprensible para la audiencia latinoamericana, preservando al mismo tiempo la esencia y la integridad del material original. En conclusión, este estudio resalta la complejidad y la importancia de la traducción audiovisual en la

transmisión exitosa del humor intercultural, destacando la necesidad de un enfoque analítico y creativo para garantizar que el contenido humorístico mantenga su efectividad y relevancia cultural en la versión doblada.

Food for Fun: Humorous content in cookery TV shows

Linda Rossato (Ca' Foscari University of Venice)

While humour in films and fictional TV programmes - and the implications of cross-cultural adaptation of culture-specific elements such as food and its exploitation for humorous purposes - have received some scholarly attention, particularly in the field of translation studies, Chiaro (2004; 2007; 2011), Antonini and Chiaro (2005), Chiaro and Bucaria (2007), Cavaliere (2008), Monti (2019) TV cooking programs tend to be perceived and classified as factual TV shows. This is probably why the discursive analysis of TV cooking content has rarely focused on narrative categories, nor has the presence of humour in TV culinary shows ever been mapped.

This paper aims to acknowledge the presence of humour in many Anglophone TV cookery programs hosted by relatively new global superstar chefs such as Jamie Oliver, Nigella Lawson, Anthony Bourdain and past celebrity chefs such as Fanny Kraddock and Graham Kerr, to name but a few. This paper tries to find links between Italian food and humour, particularly in BBC programs where chefs of Italian origin such as Gennaro Contaldo, Antonio Carluccio and Giorgio Locatelli also use Italian food as a source of humour.

It has already been argued that Italian food in factual television is associated with the tropes of tradition (Rossato 2015) and immigrant homesickness (Rossato 2020), but this paper argues that Italian food is also a carrier of stereotypical representations of Italy and Italians, and therefore a source of humour and entertainment in the discourse of factual cookery television.

References

- Antonini Rachele and Delia Chiaro, 2005. "The Quality of Dubbed Television Programmes in Italy: the experimental design of an empirical study." Marina Bondi and Nick Maxwell, (eds.) *Cross-Cultural Encounters: Linguistic Perspectives*. Roma: Officina Edizioni. 33-44.
- Cavaliere Flavia, 2008. "Can culture-specific humour really 'cross the border'?" *Textus* (21)1: 65-78.
- Chiaro Delia, 2004. "Investigating the perception of the translation of Verbally Expressed Humour on Italian TV." *ESP Across Cultures*. (1): 35-52.
- Chiaro Delia, 2007. "The effect of translation on humour response: the case of dubbed comedy in Italy" in Yves Gambier, Miriam Schlesinger, Radegundis Stolze (eds.) *Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins*. 137-152.
- Chiaro Delia 2011. "Comic takeover or comic makeover? Notes on humour-translating, translation and (un)translatability", in: *The Pragmatics of humour across Discourse Domains*, Amsterdam: John Benjamins. 365 – 378.

- Chiaro Delia and Chiara Bucaria. 2007 “End-User Perception of Screen Translation: the Case of Italian Dubbing”, *Tradterm*. (13): 91–118.
- Monti, Silvia. 2019 “What’s cooking in multicultural films? Food, language and identity in British and American audiovisual products and their Italian dubbed version” in Pérez L. de Heredia, María & Irene Higes Andino (eds.) 2019. *Multilingüismo y representación de las identidades en textos audiovisuales / Multilingualism and representation of identities in audiovisual texts*. *MonTI Special Issue* (4): 199-228.
- Rossato Linda and Delia Chiaro, 2010 “Audiences and Translated Humour: an Empirical Study” in Delia Chiaro (ed.) *Translation, Humour and The Media*. London and New York: Continuum. 121-137.
- Rossato Linda, 2015 “Le grand culinary tour: Adaptation and retranslation of a gastronomic journey across languages and food cultures” in *The Translator*, (21): 271-295 (ISSN 1355-6509).
- Rossato Linda, 2020 “Easy Eatalian: Chefs of Italian origin hosting cookery series on British television and mediating their cultural heritage” in *Cultus*, vol. 13, pp. 44-69 (ISSN 2035-2948).

Humour appreciation in the subreddit r/wheredidthesodago

Celia Schneebeli (Centre Interlangues (UR 4182) / Université de Bourgogne)

r/wheredidthesodago is a subreddit, i.e. a specific community forum within the social media and online discussion platform Reddit, which is dedicated to a particular topic and where users post, vote, and discuss, content. It was created in 2012, when someone posted an infomercial with a funny caption on the subreddit r/funny. Another user commented that he would “subscribe to a subreddit created for taking infomercials out of context”, which a redditor did, creating r/wheredidthesodago. The subreddit’s current description is the following: “Infomercials out of context. A subreddit for infomercials taken OUT OF CONTEXT in animated images. This subreddit is for ads that show real aspects of life but in a completely unrealistic way.” While posts have to stick to showing extracts from infomercials, captions range from witty comments on what the GIF really shows to complete re-contextualization of its content.

This study aims at exploring users’ appreciation of humour in the last 50 posts published on r/wheredidthesodago up to 30 April 2024. It more precisely looks at users’ reactions (votes and comments) with regard to the content of the posts (GIF and caption) in order to try and identify what elements contribute to their success or failure.

We know that according to one of the leading theories of humour, the incongruity-resolution theory, it takes an incongruous juxtaposition to make something humorous. Scholars working on humour online (Dyner, 2016; Chovanec and Tsakona, 2018; Vásquez, 2019; Yus, 2021) have also noted how central to it “the notions of incongruity and script opposition” (Vásquez, 2019: 29) are. We might therefore expect incongruity to play a key role in users’ appreciation of the posts

(after all, the purpose of the page is to take infomercials out of context), which some studies (for instance Bakshi et al., 2016) have confirmed. However, the present study aims at going further and identifying additional factors such as humour types or preferred themes. The study takes a broad discursive approach to the analysis of the posts, considering both verbal and visual discourse within the broader perspective of posting as a social practice.

References

- Dynel, M. (2016). "I Has Seen Image Macros!" Advice Animal Memes as Visual-Verbal Jokes. *International Journal of Communication* 10, 660-668.
- Chovanec, J., & Tsakona, V. (2018). Investigating the dynamics of humor Towards a theory of interactional humor. In V. Tsakona & J. Chovanec (Eds.), *The dynamics of interactional humor* (pp. 1-28). Amsterdam: Benjamins.
- Vásquez, C. (2019). *Language, Creativity and Humour Online*. New York: Routledge.
- Yus, F. (2021). Incongruity-resolution humorous strategies in image macro memes. *Internet Pragmatics* 4 (1), 131-149.
- Yus, F. (2023). *Pragmatics of Internet Humour*. Basingstoke: Palgrave MacMillan.
- Bakhshi S., Shamma D.A., Kennedy L., Song Y., De Juan P., & Kaye J. (2016). Fast, Cheap, and Good: Why animated GIFs Engage Us. CHI'16 Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, May 2016.

EFL proficiency and self-reported creativity in the production of comedy screenplays

Maria-del-Mar Suárez (Universitat de Barcelona)

Humor, among other variables such as creative writing and the talent for film and cinema are considered part of the individual's creativity, among many other features (Carson et al., 2005). On the other hand, humor develops with human language development (see GRIALE's work), and so does its complexity and variety of devices in one's discourse. This also means that one's display of humorous devices might also depend on one's foreign language proficiency level (Chen & Dewaele, 2018).

This paper intends to shed light on the role both English as a foreign language proficiency as well as self-reported creativity on the production of a fantasy-comedy screenplay as an in-class activity. With this aim, 82 Media Studies students with an EFL proficiency level ranging from A2 to C1 (mean B2) were asked to write an in-class screenplay as a follow-up activity after having watched 10 episodes of the fantasy-comedy *The Good Place*. They had also received explicit instruction on humor devices and comedy as a genre. Participants were also requested to fill in Creative Achievement Questionnaire (Carson et al., 2005).

The humor and comedy devices in the screenplays were classified according to the 25 categories emerging from the texts produced by the participants, which were in turn classified as linguistic-dependent and non-linguistic dependent. The results show that while proficiency correlates with the total number of humor devices in the screenplays (both linguistic and non-linguistic dependent), Kruskal

Wallis tests reveal there were no statistical differences between proficiency groups. Regarding self-reported creativity, creative writing was only correlated with characters' dumbness, while those who considered themselves to excel at humor significantly produced more humor devices, both linguistic- and non-linguistic dependent, according to Mann-Whitney U-tests. Interestingly, those who self-reported to be superior at film and theatre talent significantly produced more surprise-reveal humorous scenes and appeared to convey the characters' comedy personality better.

Results will be discussed in how proficiency might influence one's display of humor devices in quantity and variety, but how self-reported creativity is essential for certain comedy devices to flourish in humorous productions.

Humor as Healing: Exploring Generation Z's Collective Trauma Through the Lens of TikTok Comedy Skits

Natalia Supernak (University of Silesia, Katowice, Poland)

Generation Z is widely recognized as the generation of digital natives (Dingli & Seychell, 2015) who have grown up in an era characterized by constant access to digital technology. This accessibility of information makes them acutely aware of global issues. They have directly or indirectly witnessed the Great Recession, the COVID-19 pandemic, the unemployment crisis, rapid climate change, terrorism, and geopolitical conflicts and crises. Notably, they also exhibit heightened self-awareness and mental health awareness compared to preceding generations. Their collective concerns revolve around educational challenges, unemployment, world crises, and a lack of perspectives for the future.

Collective trauma, denoting a crisis of meaning in response to societal-level events rather than solely individual experiences (Hirschberger, 2018), stands as a focal point of this research inquiry. Specifically, this research aims to investigate how Generation Z's collective trauma is portrayed through the comedic lens of TikTok content creator Pasha Grozdov. The primary objective is to elucidate how humor serves as a coping mechanism amidst Gen Z's exposure to persistent global trauma, shedding light on the intricate interplay between humor, trauma, and coping mechanisms within digital expressions.

The study explores how Grozdov humorously portrays trauma within Generation Z by adopting a case study design to identify the linguistic devices employed in his comedy skits and uncover recurrent themes and motifs. The corpus was gathered by selecting Grozdov's videos that feature "Gen Z" in on-screen text or hashtags. Integrating both quantitative and qualitative methods, the study investigates the frequency and interpretation of expressions of collective trauma within Generation Z and explores the power of humor as a means of healing. Through the identification of linguistic patterns, stylistic elements, tone, language use, humor strategies, themes, and motifs, the research sheds light on the role of humor in addressing and coping with collective trauma among Generation Z.

References

- Dingli, A., & Seychell, D. (2015). *The New Digital Natives: Cutting the Cord*. Springer.
- Hirschberger, G. (2018). Collective Trauma and the Social Construction of Meaning. *Frontiers in Psychology* 9(1441):1–14.

How many meme subcycles can be generated by a memetic drift?

Villy Tsakona (National and Kapodistrian University of Athens)

Joke cycles are commonly understood as groups of humorous texts pertaining to a specific topic and created when speakers produce more or less similar humorous instances on topics of mutual interest. Such cycles may circulate for years or decades and travel across linguacultural borders (e.g. blonde or stupidity jokes) or may last for a few days or weeks and then disappear, especially when the triggering event is no longer the focus of media attention. Recently, and given the popularity of online humor, relevant research has shifted focus from joke cycles to meme cycles, which constitute groups of humorous memes pertaining to a specific topic. The analysis of meme cycles usually concentrates on their cohesion due to the similarities among the memes included in them (Attardo 2023; Tsakona 2024).

The present study investigates the differences among memes belonging to the same cycle, namely how and why diverse topics emerge, which are more or less irrelevant to the one triggering the meme cycle in the first place. The cycle examined here includes Greek memes originally referring to the translation of English loanwords into Greek, thus functioning as metapragmatic commentary. They are analyzed using the Discourse Theory of Humor (Tsakona 2020), which focuses on the contextual and semiotic particularities of humorous discourse. The analysis brings to the surface different subcycles whose memes refer to topics that are irrelevant to loanword translation but exhibit certain semiotic similarities to the original memes on loanword translation. It is suggested that this kind of analysis could shed more light on the factors motivating mimetic drifts (Attardo 2023).

References

- Attardo, S. 2023. *Humor 2.0: How the Internet Changed Humor*. Anthem Press.
- Tsakona, V. 2020. *Recontextualizing Humor: Rethinking the Analysis and Teaching of Humor*. De Gruyter Mouton.
- Tsakona, V. 2024. "Loanword translation and corrective acts are incongruous": Debating metapragmatic stereotypes through humorous memes. In B. Priego-Valverde (ed.), *Interactional Humor: Multimodal Design and Negotiation* (pp. 319-354). Mouton De Gruyter.

Aspectos pragmáticos del humor en la publicidad multimodal

Raúl Urbina Fonturbel (Universidad de Burgos)

La publicidad, como forma de comunicación persuasiva, integra elementos multimodales para generar una conexión emocional con los receptores. En esta contribución analizaremos los aspectos pragmáticos del humor dentro del contexto de la publicidad multimodal y exploraremos que las combinaciones de diferentes modos comunicativos contribuyen a la construcción de mensajes eficaces en los que el humor es un elemento clave.

A través de este enfoque, se analizan anuncios publicitarios para identificar las estrategias humorísticas empleadas y su efectividad en términos de filiación a la marca y la retención del mensaje en el público receptor. La inclusión del humor con aspectos pragmáticos aumenta significativamente la atención y el recuerdo de la marca y genera actitudes positivas hacia el producto o el servicio anunciado.

Referencias bibliográficas

- Catalá Pérez, M. (2001). Ironía, humor e inferencia: procesos cognitivos: tendencias creativas en la publicidad actual. *Acciones e investigaciones sociales*, 12, 129–142. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=206418&info=resumen&idioma=SPA>
- Catalá Pérez, M. (2008). Inferencialidad y participación: humor, ironía y metáfora en la publicidad actual. In I. Olza Moreno, M. Casado Velarde, & R. González Ruiz (Eds.), *Actas del XXXVII Simposio Internacional de la Sociedad Española de Lingüística (SEL)*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra. http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/21081/1/Interferencialidad_y_participacion.pdf
- Strick, M., Holland, R. W., van Baaren, R. B., van Knippenberg, A., & Dijksterhuis, A. (2013). Humour in advertising: An associative processing model. *European Review of Social Psychology*, 24(1), 32–69. <https://doi.org/10.1080/10463283.2013.822215>
- Urbina Fonturbel, R. (2013). Poliacroasis y argumentación emocional. El discurso publicitario y la retórica cultural. *Tonos Digital. Revista de Estudios Filológicos*, 24(24). <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/916>
- Urbina Fonturbel, R. (2018). El humor en la publicidad desde la perspectiva de la retórica y el análisis del discurso. *Nova: Revista de Teoría de La Literatura y Literatura Comparada*, diciembre, 44–72. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15366/actionova2018.m2>
- Urbina Fonturbel, R. (2020). La función del ‘delectare’ en la argumentación publicitaria. El humor como estrategia persuasiva en la publicidad. *Language Design : Journal of Theoretical and Experimental Linguistics*, Special Issue, 20, 17–30. https://ddd.uab.cat/pub/landes/landes_a2020specialissue/landes_a2020specialissuep17.pdf

Preparatory discourses in memes. A proposal of classification

Francisco Yus (University of Alicante)

In previous research on ambiguity-centred jokes, I proposed the term preparatory discourse for part(s) of an utterance or dialogue intentionally used in order to influence the kind of inference that is subsequently applied to (an)other piece(s) of discourse inside the ambiguity-centred joke. Their information is meant to remain vivid in the hearer's short-memory store and force them to interpret potentially ambiguous words or phrases in a certain way. For example, in the joke "Two antennas met on a roof, fell in love and got married. The ceremony wasn't much, but the reception was excellent", the words "two antennas" and "ceremony" are preparatory discourses that force the hearer's eventual inability to pick up a single-relevant-interpretation of the word reception in the second part of the joke. Unlike normal inferencing in which one sense is immediately dismissed and only one picked up a fitting the intended one, in this joke both senses have to be simultaneously entertained and each acquire similar relevance. In this paper, I extend this notion to the specificity of memes and hypothesise that images in memes may play a similar role to the one words or phrases do in their role as preparatory discourses. The analysis of a corpus of humorous memes will lead to a proposal of a classification preparatory discourses in memes.

Panel 2. Humor, adquisición y enseñanza de lenguas / Humour, language acquisition and language teaching

Análisis de los componentes del humor verbal como estrategia lingüística para potenciar diferentes destrezas en la enseñanza-aprendizaje de lenguas extranjeras

María Curto Lorenzo (Universidad de Valladolid)

El humor es una herramienta lúdica que pretende buscar la risa del interlocutor. Desde siempre han existido composiciones humorísticas en todos los géneros literarios (desde comedias teatrales hasta poemarios humorísticos), pero su utilidad se ha restringido básicamente al ámbito del entretenimiento y del ocio, obviando la gran riqueza y heterogeneidad lingüística inherente a las diferentes variedades humorísticas. El humor se ha llegado a considerar estrictamente como una desviación del funcionamiento normal de los actos comunicativos, por lo que se prescindía de su uso pedagógico en el ámbito de la enseñanza de lenguas. Sin embargo, rebajar el humor a un simple pasatiempo, o quitarle valor por la infracción intencionada del sistema lingüístico, es disminuir su gran potencial desde el punto de vista lingüístico, cultural y pedagógico, porque el humor responde a unas estrategias muy concretas para que funcione. Así, dentro de la amplia gama de manifestaciones humorísticas, se puede destacar el humor verbal como el tipo de humor cuyo componente cómico está motivado por una palabra o por una expresión verbal en concreto. Debido a su riqueza lingüístico-cultural, el humor verbal podría ser una fuente didáctica muy útil para facilitar el aprendizaje lenguas extranjeras, puesto que serviría para potenciar el desarrollo tanto de la competencia lingüística, pragmática, intercultural y humorística, como de las destrezas orales y escritas de producción y recepción de los textos orales humorísticos. Para ello, la presente propuesta se centra en el análisis de las estrategias y de los componentes de los chistes verbales (género idiosincrático del humor) y del humor gráfico (los memes), atendiendo a las teorías sobre el humor verbal, como la "Teoría Semántica del Humor verbal basada en guiones" y la "Teoría General del Humor verbal", sin dejar de lado la "Teoría de la Relevancia" sobre la transgresión de las máximas comunicativas y las consecuentes implicaturas. Asimismo, se pretende estudiar las diferentes estrategias lingüísticas a las que recurre el humor teniendo en cuenta el criterio fonético, morfológico y semántico, para dar con los elementos humorísticos clave para el aprendizaje de lenguas extranjeras, como podrían ser los juegos de palabras, la homonimia y la polisemia.

Los marcianos son tontos: Recursos humorísticos e identidad en niños y niñas de ocho años

M.^a Mar Galindo Merino (Universidad de Alicante)

Este trabajo explora las narraciones humorísticas de niños y niñas de ocho años, como continuación de la investigación realizada en Galindo Merino (2017), en la que se analizaban las muestras de humor producidas por niños y niñas de 9 y 10 años a fin de comprender cómo producen y entienden el humor. A dicha edad, niños y niñas producen un humor totalmente diferente: muy violento y competitivo en el caso de ellos, y más centrado en ellas como víctimas en el caso de las niñas.

La investigación que aquí presentamos, y que avanzamos en Galindo Merino (2021a, 2021b), se centra en el análisis de las muestras de edad inmediatamente anterior. Trabaja con un corpus de 140 narraciones humorísticas producidas por niños y niñas de 7 y 8 para analizar si, efectivamente, las diferencias de género en el humor infantil aparecen ya en esta etapa del desarrollo. La narración consiste en la descripción de un intercambio escolar con Marte, un prompt que da lugar a una narración humorística. Las participantes son 58 niñas (41 %) y 82 niños (59 %) pertenecientes a cinco colegios públicos y privados de la provincia de Alicante. Hemos analizado las 140 narraciones desde el marco teórico de análisis del humor establecido por Helga Kotthoff en 2006 y revisado en 2022, que contempla cuatro parámetros sujetos a diferencias de género: agresividad, estatus, posicionamiento social y corporalidad. Los resultados muestran que a la edad de ocho años, niños y niñas ya son capaces de proyectar y construir su identidad de género a través del humor: los niños, a través de la agresividad y el refuerzo del estatus; las niñas, sobrepasadas por la realidad y en situaciones incómodas. El recurso a lo escatológico aparece en ambos como fuente de humor.

Este trabajo se enmarca en el proyecto de investigación “La formación de la conciencia figurativa en la etapa de educación primaria: el humor y la fraseología” (ref. FFI2016-76047-P), dirigido por la Dra. Larissa Timofeeva, de la Universidad de Alicante.

Referencias bibliográficas

- Galindo Merino, M^a Mar (2017). La identidad de género a través del humor en niños y niñas de 9 – 10 años, en Larissa Timofeeva Timofeev (coord.): *Metapragmática del humor infantil*. Monográfico de Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación (CLAC), 70. Universidad Complutense de Madrid, pp. 99 – 118.
- Galindo Merino, M^a Mar (2021a). Children performing humor: gender identity and social alignment. En Esther Linares Bernabéu (ed.). *Gender and identity in humorous discourse / Género e identidad en el discurso humorístico*. Colección Studien zur romanischen Sprachwissenschaft und interkulturellen Kommunikation, 160. Peter Lang. 143 – 160.
- Galindo Merino, M^a Mar (2021b). La identidad de género en las narraciones humorísticas de niños y niñas de 8 años. En Mercedes Alcañiz Moscardó (coord.). *Investigació i Gènere a la Universitat Jaume I 2020*. Col·lecció Humanitats, 65. Publicacions Universitat Jaume I. 187 – 198.

Kotthoff, Helga (2006). Gender and humor: The state of the art. *Journal of Pragmatics* 38: 4 – 26.

Kotthoff, Helga (2022). Gender and humour: The new state of the art. *Linguistik Online* 118(6): 57 – 80.

The Impact of Humorous Storytelling on EFL Learners' Cognitive and Emotional Involvement

Noureddine Guerroudj (University Djilali Liabes of Sidi Bel Abbes, Algeria)

Humorous storytelling has always been an effective means to engage learners in meaningful and highly motivating learning environments. In this paper, I examine the benefits of humour in storytelling in EFL classroom contexts. Specifically, its major objective is to discuss the role of humorous storytelling in mediating engagement processes. It discusses how storytelling would affect learners' cognitive strategy use as well as their affective involvement in learning.

¿Las niñas ríen y los niños hacen reír?: Aproximación neurolingüística al procesamiento del humor infantil

Juan Luis Jiménez Ruiz (Universidad de Alicante)

En general, la incongruencia, la exageración, la transgresión, la sorpresa, lo imprevisible, etc., son fenómenos que nos conducen a una emoción que se desencadena, de manera inevitable, en el acto de la risa. Lo que quiere decir que el humor tiene dos elementos principales, uno cognitivo y otro de naturaleza emocional, puesto que, para que podamos reír, en primer lugar, debemos comprender el hecho humorístico y, a continuación, reír dependiendo de la intensidad de emoción que nos haya producido.

La literatura científica ha demostrado que, aunque la parte cognitiva del sentido del humor es la misma entre hombres y mujeres, la parte emocional, no lo es. Los hombres, por ejemplo, ríen ante lo absurdo, mientras que las mujeres, si no existe, además, diversión, no suelen sentir deseos de reír. Esto se debe al hecho de que las mujeres se centran más en el contenido de lo gracioso y requieren, por ello mismo, que lo absurdo sea gracioso y provoque la emoción de lo divertido.

En esta comunicación nos preguntamos si ocurre lo mismo en la población infantil. Por ello, realizaremos una aproximación neurolingüística al procesamiento del humor entre niños y niñas de 8 a 12 años, a partir de la plasmación de la risa como expresión manifiesta del sentido del humor.

Reírse en chino es algo muy serio. Algunas observaciones sobre el uso del humor verbal y no verbal en la clase de lengua china como L2

Ya Hui Liu Zhou (ESIC B&MS VALENCIA)

Aunque el humor se ha convertido en un recurso cada vez más presente en la enseñanza de segundas lenguas, es preciso abordar su estudio desde una perspectiva comunicativa que dé cuenta tanto de sus implicaciones psicológicas e interculturales como de su naturaleza lingüística y pragmática (Jiang, 2022; Jiang et al. 2011).

En la presente comunicación, además de hacer un breve repaso a las diversas consideraciones que el humor tiene en el aula (Bell, 2009 y 2017) y a su presencia en el MCER y en los materiales didácticos en lengua china (Fuentes, 2022), se ofrece un estudio de caso centrado en dos grupos de estudiantes de chino como lengua extranjera (niveles A1 y A2) que cursan sus estudios en una escuela superior de negocios de Valencia. Los datos se recogieron a lo largo de los dos cuatrimestres del curso 2023-2024 durante el desarrollo de actividades tan diversas como la creación de pequeñas dramatizaciones que simulaban situaciones cotidianas, la interacción en sendos canales de Whatsapp, la confección de memes y tiras cómicas, así como la composición e interpretación de canciones.

Los datos proceden de tres fuentes distintas: a) las impresiones recogidas de los diarios de trabajo que cumplimentaban los alumnos y las alumnas durante cada actividad; b) el análisis, por parte de la docente, del proceso que se desarrolló en cada actividad; y c) las respuestas obtenidas en los diversos cuestionarios semiestructurados a los que debieron responder los alumnos y alumnas a lo largo del curso.

De una manera no siempre premeditada, el humor surgió como una estrategia no solo comunicativa, sino también comunitaria. En numerosas ocasiones, se recurría a gestos y expresiones de tipo irónico o abiertamente cómico para evitar o atenuar conflictos, y motivar una reacción empática. Esas actuaciones se realizaban con una función expresiva, pero también poética y conativa, y siempre en contextos muy determinados, a menudo asociados con la detección de un error propio o ajeno.

A la luz de estos datos, el uso del humor en el aula podría concebirse no como un elemento excéntrico, sino como una estrategia de aprendizaje que, además de afrontar problemas como la ansiedad y la pérdida de motivación (Berk, 2000; Guo, 2021; Ji et al., 2017; Luo, 2013; Tam, 2019; Wang et al., 2017; Wagner y Uríos-Aparisi, 2009; Zhao y Whitchurch, 2011), se halla estrechamente vinculada a las llamadas 4 C (Halvorsen, 2018) para desarrollar habilidades y competencias lingüísticas mediante un feedback continuo (Zhao y Beckett, 2014), y trabajar las cuatro macrodestrezas simultáneamente, facilitando el aprendizaje del sistema fonológico del chino (Bao, 2020), integrando las TIC en áreas como la escritura (Zhang, 2021), promoviendo el desarrollo de las competencias comunicativas (Boillos, 2019; Lang, 2019) y capacitando a los alumnos para tener un mayor control sobre su propio aprendizaje (Juan, 2010; Peart et al., 2020).

References

- Bao R. (2020). A sociocultural approach to interactions among beginning learners of Chinese as a foreign language: implications for teachers of Chinese to speakers of other languages. *International Journal of Chinese Language Teaching*, 1(2), 17-36. <https://doi.org/10.46451/ijclt.2020.09.02>.
- Bell, N.D. (2009). Learning about and through humor in the second language classroom. *Language Teaching Research*, 13(3), 241–258. <https://doi.org/10.1177/1362168809104697>
- Bell, N.D. (2017). Humor and second language development. In *The Routledge handbook of language and humor* (pp. 444–455). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315731162-31>
- Berk, R.A. (2000). Does humor in course tests reduce anxiety and improve performance? *College Teaching*, 48(4), 151–158. <https://doi.org/10.1080/87567550009595834>
- Boillos Pereira, M.M. (2019). Early academic literacy through project-based learning. *Lenguaje y textos*, 50, 143-154. <https://doi.org/10.4995/lyt.2019.11421>
- Fuentes Calvo, M. (2022). *Perspectiva de género en la enseñanza del chino como lengua extranjera: análisis de manuales y propuesta didáctica*. Trabajo final de máster. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona-Facultad de Traducción e Interpretación.
- Guo Zh. (2021). A study of Chinese language teaching at British universities: how communicative are Chinese teachers' methods? *International Journal of Chinese Language Teaching*, 2(1), 66-86. <https://doi.org/10.46451/ijclt.2021.01.05>
- Halvorsen, A. (2018). 21st Century Skills and the 4Cs in the English Language Classroom. *University of Oregon*. <https://core.ac.uk/download/pdf/160640468.pdf>
- Ji Ch.; Duffield, S., Wageman, J.J., y Welch, A.G. (2017). Student perceptions of the classroom learning environment and motivation to learn Chinese. *Chinese as a Second Language*, 52(2), 111-126.
- Jiang H. (2022). To use or not to use humor? A case study on Chinese secondary school EFL teachers. *Education ad Linguistic Research*, 8(2), 84-99.
- Jiang F., Yue, X., y Lu, S. (2011). Different attitudes toward humor between Chinese and American students: Evidence from the Implicit Association Test. *Psychological Reports*, 109(1), 99–107. <https://doi.org/10.2466/09.17.21.PR0.109.4.99-107>
- Juan, O. (2010). Las TIC en el aula de español: la competencia digital y la autonomía del estudiante. *Mosaico*, 25. <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/mosaico-n-25-revista-para-la-promocion-y-apoyo-a-la-ensenanza-del-espanol/ensenanza-lengua-espanola/13645>
- Lang J. (2019). What impacts L2 Chinese pragmatic competence in the study abroad context? Current research and future directions. *Chinese as a Second Language*, 54(3), 191-220.
- Luo H. (2013). Chinese language learning anxiety and its associated factors. *Chinese as a Second Language*, 48(2), 1-26.

- Peart, S.M., Ibarra, R., Salazar, H.Y. (2020). Language learning and leadership: empowering students. *Lenguaje y textos*, 52: 9-21. <https://doi.org/10.4995/lyt.2020.13972>
- Tam H.W.-Y. (2019). 印尼華裔中學生繼承語學習動機及其影響因素 [Motivational orientations of secondary school students of Mandarin Chinese as a heritage language in Indonesia]. *Chinese as a Second Language*, 54(2), 145-182 [resumen en inglés en la p. 182].
- Wagner, M. y Uríos-Aparisi, E. (2011). The use of humor in the foreign language classroom: funny and effective? *Humor*, 24(4), 399-434. <https://doi.org/10.1515/humr.2011.024>
- Wang Y.; Crooks, S. M. y Borst, S. (2017). Chinese language learners' anxiety toward chat partners in computer-mediated communication. *Chinese as a Second Language*, 52(2), 127-147.
- Zhang P.N. (2021). Typing to replace handwriting: effectiveness of the typing-primary approach for L2 Chinese Beginners. *Journal of Technology and Chinese Language Teaching*, 12(2), 1-21. <http://www.tclt.us/journal/2021v12n2/zhangn.pdf>
- Zhao A. y Whitchurch, A. (2011). Anxiety and its associated factors in college-level Chinese Classrooms in the U.S. *Chinese as a Second Language*, 46(3), 21-48.
- Zhao J. y Beckett, G. (2014). Project-based chinese as a foreign language instruction. A teacher research approach. *Chinese as a Second Language*, 49(2), 45-74.

Despertando Sonrisas, Desarrollando Mentes: El Poder del Humor en el Entorno Universitario

Fatima Zohra Madhi (Universidad Oran2. Mohamed Ben Ahmed)

Como profesora de español como lengua extranjera me gustaría compartir mi experiencia tratando la importancia del humor y sus diferentes funciones en el aula.

La ponencia "Despertando Sonrisas, Desarrollando Mentes: El Poder del Humor en el Entorno Universitario" explora cómo el humor puede influir positivamente en el ambiente académico y en el proceso de aprendizaje en la educación superior. A través de ejemplos concretos y estudios de caso, se demuestra cómo el uso apropiado del humor puede facilitar la comprensión de conceptos complejos, fomentar la participación activa de los estudiantes y crear un ambiente de aprendizaje más positivo y colaborativo. Estas últimas, entre otras, son las funciones que pretendemos analizar, basándonos en los trabajos del experto en educación y comunicación Fernando Solís.

En resumen, la ponencia resalta el valor del humor como una herramienta pedagógica poderosa para despertar sonrisas en los estudiantes y estimular el desarrollo de sus mentes en el entorno universitario.

Una aproximación a las locuciones empleadas en situaciones humorísticas inventadas por neurotípicos y neurodivergentes (TEA de grado 1) de 12-13 años

Alicia Merino González (Universidad de Alicante)

Los niños y adolescentes con trastorno del espectro autista de grado 1 (TEA-1) presentan dificultades en la comprensión de unidades fraseológicas (UF), especialmente, de locuciones (Vogindroukas y Zikopoulou, 2011; Chahboun, Vulchanov, Saldaña, Eshuis y Vulchanova, 2016). En cuanto a la producción de fraseologismos, con anterioridad se ha observado diferencias entre la población infantil general y específica atendiendo a las peculiaridades semánticas de las locuciones (Merino González, 2024) o al uso de diversas UF en contextos humorísticos confeccionados por niños y adolescentes (Merino González, 2023a, b, c).

En la presente investigación queremos poner el foco en la producción de locuciones en situaciones humorísticas inventadas por menores de 12-13 años con TEA-1. Así, analizaremos los eventos jocosos afines a los estilos de humor (Martin, Puhlik-Doris, Larsen, Gray y Wir, 2003) y prestaremos atención a los casos donde la locución contribuye a la creación de un acontecimiento gracioso (i.e. fraseología como indicador de humor, Timofeeva-Timofeev y Ruiz-Gurillo, 2021). Para este estudio preliminar contamos con 12 relatos escritos por menores con TEA-1 y 7 cuentos elaborados por informantes con desarrollo típico (Merino González, 2024). En última instancia, pretendemos realizar una aproximación a las locuciones producidas en contextos humorísticos creados por escritores con TEA-1 y apreciar posibles disimilitudes entre los escritores neurodivergentes y sus pares neurotípicos.

Referencias bibliográficas

- Chahboun, S., Vulchanov, V., Saldaña, D., Eshuis, H. y Vulchanova, M. (2016). Can you play with fire and not hurt yourself? A comparative study in figurative language comprehension between individuals with and without Autism Spectrum Disorder. *PLoS ONE*, 11(12): e0168571. <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0168571>
- Martin, R. A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G. Gray, J., y Wir, 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, 48-75.
- Merino González, A. (2024). La adquisición de la conciencia fraseológica en el trastorno del espectro autista de grado 1. Tesis Doctoral. Universidad de Alicante.
- Merino González, A. (2023a). El papel de la fraseología en los estilos de humor en adolescentes. *Verbeia: Journal of English and Spanish Studies. Revista de estudios filológicos*, IX, n. 8, pp. 8-31. ISSN 2444-1333.
- Merino González, A. (2023b). As unidades fraseológicas en contos humorísticos escritos. A fraseoloxía e os estilos de humor na nenez/ Phraseological units in written humorous stories. *Phraseology and styles of humor in childhood*.

- Cuadernos de fraseología galega, 24, pp. 131-148. ISSN 2605-4507.
<https://doi.org/10.52740/cfg/23.22.0002>
- Merino González, A. (2023c). El papel de la fraseología en los estilos humorísticos empleados por adolescentes con trastorno del espectro autista. *Normas: revista de estudios lingüísticos hispánicos*, vol. 13, n.1, pp. 41-61.
<https://doi.org/10.7203/Normas.v13i1.27023>
- Timofeeva-Timofeev, Larissa, y Ruiz-Gurillo, Leonor (2021). Marcas e indicadores humorísticos en las narraciones escritas de niños y niñas de 8, 10 y 12 años en español. *Spanish in Context*, 18(1), 83–112.
<https://doi.org/10.1075/sic.00069.tim>
- Vogindroukas, I. y Zikopoulou, O. (2011). Idiom understanding in people with Asperger syndrome/high functioning autism. *Revista da Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia*, 16 (4), pp. 390-395.

Análisis comparativo de la expresión de las emociones en los relatos humorísticos de niños y niñas de 10 a 12 años neurotípicos y con TEA de grado 1

Alicia Merino-González / Larissa Timofeeva-Timofeev (Universidad de Alicante)

En esta presentación analizaremos el uso de las marcas e indicadores relacionados con la expresión de las emociones en los relatos humorísticos escritos por niños y niñas de 10 a 12 años. Nuestro estudio incorpora un enfoque comparativo entre los informantes neurotípicos y los diagnosticados con TEA de grado 1.

Como señalan las investigaciones previas (cfr. Samson 2013), la gestión de los contextos humorísticos en el TEA de grado 1 difiere del modelo neurotípico, si bien son pocos los acercamientos al tema en relación con el humor infantil. En este estudio, partimos del hecho de que los TEA muestran divergencias en su Teoría de la mente (TdM) que derivan en dificultades para empatizar e inferir las creencias de los interlocutores. Dado que la TdM se adquiere gradualmente, su influencia en el desarrollo de la competencia humorística se asocia a la variable de edad. Los estudios muestran que es en la etapa de 4 a 7 años cuando se produce el mayor desarrollo de la TdM en la población neurotípica (cfr. Peterson & Wellman 2019), pero el proceso no se detiene y sigue hasta el final de la adolescencia (Téllez-Vargas 2006; Laghi et al. 2016; Osterhaus & Koerber 2021). Por ello, ponemos el foco en la edad de 10 a 12 años, dado que constituye la etapa inicial de la adolescencia y, por tanto, se asocia a una TdM ciertamente consolidada, pero todavía incompleta.

En este marco de desarrollo pretendemos analizar las similitudes y diferencias en la creación de espacios emocionales asociados a contextos humorísticos, tanto de patrón neurotípico como neurodivergente. Para ello, nos centraremos en el uso de las marcas de humor como interjecciones, exclamaciones y puntos suspensivos; e indicadores como la hipérbole, léxico valorativo, intensificador y atenuador. Los relatos de los informantes neurotípicos provienen del corpus CHILDHUM (Timofeeva-Timofeev y Ruiz-Gurillo 2021; Ortega-Gilabert y Timofeeva-Timofeev 2023). Para los ejemplos de TEA de grado 1

analizaremos 25 relatos escritos por informantes de 9 a 13 años recogidos en Merino González (2024).

Referencias bibliográficas

- Laghi, F., Lonigro, A., Levanto, S., Ferraro, M., Baumgartner, E., & Baiocco, R. (2016). The Role of Nice and Nasty Theory of Mind in Teacher-Selected Peer Models for Adolescents With Autism Spectrum Disorders. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 49:3, 207-216, <https://doi.org/10.1177/0748175615596784>.
- Merino González, A. (2024). La adquisición de la conciencia fraseológica en el trastorno del espectro autista de grado 1. Tesis Doctoral. Universidad de Alicante
- Ortega-Gilabert, J. A., Timofeeva-Timofeev, L. (2023). Claves del etiquetaje pragmático en el corpus CHILDHUM, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 96, 59-71. <https://dx.doi.org/10.5209/clac.91591>
- Osterhaus, C., & Koerber, S. (2021). The Development of Advanced Theory of Mind in Middle Childhood: A Longitudinal Study From Age 5 to 10 Years. *Child Development*, 92: 1872-1888. <https://doi.org/10.1111/cdev.13627>
- Peterson, C. C., & Wellman, H. M. (2019). Longitudinal Theory of Mind (ToM) Development From Preschool to Adolescence With and Without ToM Delay. *Child Development*, 90: 1917-1934. <https://doi.org/10.1111/cdev.13064>
- Samson, A., C. (ed.) (2013). Humor in Autism Spectrum Disorders. Special issue of *Humor* 26:3.
- Téllez-Vargas, J. (2006). Teoría de la mente: evolución, ontogenia, neurobiología y psicopatología. *Avances en Psiquiatría Biológica*, 7: 6-7.
- 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. *Spanish in Context*, 18(1), 83–112, <https://doi.org/10.1075/sic.00069.tim>

El futuro del corpus CHILDHUM: aplicaciones del etiquetaje pragmático del humor infantil

Jose Antonio Ortega Gilabert (Universidad de Alicante)

En el marco de las investigaciones llevadas a cabo dentro del proyecto 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), concedido al grupo GRIALE de la Universidad de Alicante, se encuentra el corpus CHILDHUM. Este corpus engloba 1158 textos escritos por niños y niñas de 8, 10 y 12 años, recogidos de toda España. Para analizar el humor infantil desde la perspectiva pragmática en el corpus CHILDHUM se ha utilizado un modelo de etiquetaje propio basado en marcas e indicadores del humor (Timofeeva Timofeev y Ruiz Gurillo, 2021; Ortega-Gilabert y Timofeeva-Timofeev, 2023). Este modelo de marcas e indicadores consiste en 88 etiquetas fundamentadas en aspectos pragmáticos que se encuentran en la producción humorística (Ortega Gilabert, en prensa).

Una vez etiquetado el corpus, el buscador de la plataforma OBSERVAHUMOR.COM posibilita la distinción de las características predominantes en la generación del humor infantil. El análisis de la utilización de las diferentes etiquetas humorísticas nos permite comprender cómo se construye el humor a lo largo de las diferentes etapas etarias, y también en relación con el sexo de los participantes y otras variables sociolingüísticas. Asimismo, este sistema de marcaje pragmático ofrece la oportunidad de crear un clasificador de etiquetas que presenta interesantes posibilidades aplicadas.

Por tanto, el presente trabajo abordará las posibles aplicaciones de los datos recogidos y gestionados en el CHILDHUM. Para ello, inicialmente, se presentará el sistema de etiquetaje de los textos humorísticos que componen el corpus. Seguidamente, se analizarán las frecuencias normalizadas de la aparición de las marcas e indicadores en la generación del humor infantil en correlación con la edad y sexo de los participantes. Como conclusión, se presentarán las futuras vías de investigación y de aplicación surgidas a raíz de los datos extraídos del etiquetaje del corpus CHILDHUM basado en las marcas e indicadores del humor.

Referencias bibliográficas

- Attardo, S. (2001). *Humorous Texts: A Semantic and Pragmatic Analysis*. Mouton de Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110887969>
- Baker, G y Aldridge, M. (2022). Children's humour development: A linguistic perspective. *Journal of Child Language Acquisition and Development – JCLAD*, 10(3), 572-600.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity, Youth and Crisis*. W. W. Norton & Company
- Forabosco, G. (2008). Is the Concept of Incongruity Still a Useful Construct for the Advancement of Humor Research?, *Lodz Papers in Pragmatics*, 4(1), 45-62. <http://dx.doi.org/10.2478/v10016-008-0003-5>
- Gombert, J. É. (1992). *Metalinguistic development*. Harvester Wheatsheaf.
- Hoicka, E. y Akhtar, N. (2012). Early humour production, *British Journal of Developmental Psychology*, 30(4), 586–603. <https://doi.org/10.1111/j.2044-835X.2011.02075>
- 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. [http://doi.org/10.1016/S0092-6566\(02\)00534-2](http://doi.org/10.1016/S0092-6566(02)00534-2)
- McGhee, Paul E. (2002). *Understanding and Promoting the Development of Children's Humor*. Kendall Hunt Publishing.
- Ortega Gilabert, J. A. (2023). El humor como herramienta de gamificación en el aula de inglés como lengua extranjera. En A. Batres Vara, B. Pizà-Mir, H. P. Planisi Gili, M. J. Torrente Martínez y M. M. Suárez Vilagran, *La comunicación y el lenguaje entre las personas. Herramientas didácticas para el desarrollo de las sociedades* (pp. 183-204). Dykinson.
- (en prensa). El papel de los indicadores valorativos en las muestras del humor agresivo infantil del corpus CHILDHUM. En A. Mancera Rueda y E. Manero Richard (Eds.), *Tirant lo Blanc*.

- Ortega-Gilabert, J. A. y Timofeeva-Timofeev, L. (2023). Claves del etiquetaje pragmático en el corpus CHILDHUM, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 96, 59-71. <https://dx.doi.org/10.5209/clac.91591>
- Ruiz Gurillo, L. (2012). *La lingüística del humor en español*. Arco/Libros.
- (2022). Adoptando un humor interactivo. En L. Ruiz Gurillo (Ed.), *Interactividad en modo humorístico. Géneros orales, escritos y tecnológicos* (pp. 11-16). Iberoamericana Vervuert. <https://doi.org/10.31819/9783968693156>
- Timofeeva-Timofeev, L. (2017). Metapragmática del humor infantil. *CLAC*, 70, 3-21. <https://doi.org/10.5209/CLAC.56314>.
- (2021). Phraseological manipulation as a humour tool in 8-12-year-olds' written narratives in Spanish (La desautomatización fraseológica como recurso humorístico en narraciones escritas por niños y niñas de 8 a 12 años en español). *Studies in Psychology*, 42(2), 462-486. <https://doi.org/10.1080/02109395.2021.1911056>
- (2022). La ficción interactiva en las narraciones humorísticas de niñas y niños de 8 a 12 años. En L. Ruiz Gurillo (Ed.), *Interactividad en modo humorístico: géneros orales, escritos y tecnológicos* (pp. 133-154). Iberoamericana Vervuert. <https://doi.org/10.31819/9783968693156-006>
- (2023). Fictional interaction in children's humorous narratives. En E. Linares Bernabéu (Ed.), *The Pragmatics of Humour in Interactive Contexts* (pp. 215-236). John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/pbns.335.10tim>
- 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. *Spanish in Context*, 18(1), 83-112. <https://doi.org/10.1075/sic.00069.tim>
- Verschueren, J. (2000). Notes on The Role of Metapragmatic Awareness in Language Use. *Pragmatics*, 10(4), 439-456. <https://doi.org/10.1515/9783110907377.53>

Children's humour data under a dialogical-discursive and multimodal perspective

Alessandra Del Ré (São Paulo State University, UNESP) / Christelle Dodane (Sorbonne Nouvelle University)

The purpose of this work is to present how a dialogical-discursive perspective, which proposes a dialogue between Bakhtinian, Brunerian and Vygostkian theories, with a focus on multimodal elements, allows us to reflect on the components of humour that are involved in children's language. Those components are presented to the child in and through language, vocal utterances, gestures, laughter, etc., in routine situations of exchanges between parents, the family and the child, composing what we call shared humor. Through this articulation between theories and data, we studied the productions of Brazilian and French children, in a family environment (G., S., A. T., 1;8-7 years old, longitudinal data) and at school (22 children, 4 years olds in an Early Childhood Education School, cross-sectional data), transcribed and analyzed using the CLAN, ELAN and Praat softwares. We assume that it is only possible to consider and understand humour in children's

speech if we consider that there is a non-linear path, which goes from shared amusement to humour, in everyday situations. Indeed, in those situations, the child will discover what are the sources of amusement in his/her own family (microculture), until the moment he/she will succeed to produce real humour. In view of the above, the purpose of this study is to illustrate what components are necessary for the child to produce humour. The results point to a way of linguistic functioning in which rupture, one of these components, gives the "start" for a humorous event to happen, but it will only have this humorous effect if all the elements of this "gear" (the completion of the other; the generation of a new focus of joint attention, the shared assumption and the project of saying) are working together. The definition of humor would therefore be in the combination of five ingredients, initiated by a rupture in the discourse and which can be understood from a different perspective than that which has been attributed to these productions until now (Freud, 1905, Aimard, 1980, Bariaud, 1983, Feuerhahn, 1993, Garitte, 2005, Carausse, 2009, Reddy & Mireault, 2014, etc.), in this case, from a dialogical-discursive perspective.

El humor como herramienta para la enseñanza de lenguas en aprendices con fobia social

José Cristian Rubio Mateo (Universidad de Alicante)

La ansiedad o fobia social es el trastorno que padecen aquellas personas que presentan un miedo marcado y persistente a situaciones sociales, debido al temor a hacer el ridículo o ser humillado por actuar inadecuadamente o por manifestar ante los demás síntomas de nerviosismo (Sandín, 1997). En el campo del aprendizaje de lenguas extranjeras no suele ser un problema fácil de detectar por los docentes, ya que se suele confundir con timidez y simplemente se acepta.

Esta propuesta nace de la idea que los aprendices con ansiedad social pueden pasar de considerarse incapaces de expresarse en una lengua extranjera debido a problemas durante el aprendizaje a ser tan competentes como cualquier otra persona. Consideramos que el humor desempeña un papel significativo en la enseñanza del español como lengua extranjera ya que puede ser una herramienta efectiva para fomentar la motivación y el compromiso de los estudiantes en el proceso de aprendizaje. Según Linares (2018), el humor crea un ambiente de aprendizaje más relajado para la participación de los estudiantes, lo que facilita la asimilación y retención del contenido lingüístico. Además, el uso del humor en el aula puede contribuir a la creación de un vínculo más estrecho entre el alumno y el idioma objetivo, lo que puede aumentar la disposición del aprendiz para interactuar con el español tanto dentro como fuera del aula.

Para comprobar nuestra hipótesis y demostrar que el humor puede ser beneficioso para disminuir la ansiedad social, nos apoyamos en una propuesta del psicólogo Juan Pablo Molina en la Universidad de Jaén, el cual trabaja con estudiantes que sufren este trastorno e indaga sobre cómo mitigar sus síntomas. Nuestra investigación aplica dicha experiencia a un entorno académico de estudiantes de Español como Lengua Extranjera (ELE) y trata de obtener una base científica sobre la que empezar a trabajar la ansiedad social en el aula de lenguas.

Referencias bibliográficas

- Attardo, Salvatore (1994): *Linguistic Theories of Humor*. Berlín: Mouton de Gruyter.
- Arnold, J. & Brown, H. D. (2000). Mapa del terreno. En J. Arnold (Ed.), *La dimensión afectiva en el aprendizaje de idiomas* (pp.19-41). Cambridge University Press.
- Barlow, D.H. (1988). *Anxiety and its disorders: The nature and treatment of anxiety and panic*. New York: Guilford Press.
- Grupo GRIALE. (2011). *¿Estás de broma? 20 actividades para practicar la ironía en clase de ELE*. Madrid, Edinumen.
- Linares-Bernabéu, E. (2018): "El humor como recurso para el aprendizaje de E/L2", *Boletín de la Asociación para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera*.
- Morgan, J. A. (2015). *La dimensión afectiva en el aprendizaje de ELE*. Centro Virtual Cervantes, 14-19.
- Sandín, B. (1997). *Ansiedad, miedos y fobias en niños y adolescentes*. Librería Editorial Dykinson.

Building safe spaces through the use of humor: evidence from written narratives of adult L2 learners of Greek

Gasteratou Spyridoula (National and Kapodistrian University of Athens)

Pratt (1991) defines safe houses as the spaces that students, particularly those from marginalized social groups and/or diverse sociolinguistic and cultural backgrounds, construct within organized pedagogical settings. These spaces serve as platforms for students to negotiate, reflect upon, and sometimes question prevailing practices and discourses in the host educational system and community (see also Canagarajah, 1997; 2004).

In this framework, this presentation aims to illustrate that not only physical spaces and/or several activities that take place within structured pedagogical environments can serve as safe houses but also modes of speaking, such as humor. As noted by Bell & Pomerantz (2011; 2016: viii, 30), humor frequently serves as a safe house in which the speakers have the opportunity to challenge, resist, or subvert social norms and conventions without significant risks, that is, enabling the expression of thoughts and feelings without undermining one's social standing. Building upon this perspective, we investigate the use of humor by learners of the Greek language as L2 to construct safe houses in the L2 context.

Taking into consideration the social functions of humor in communication, particularly its role in creating and maintaining social relationships (Bell & Pomerantz 2016: 28-42) as well as in critiquing and questioning prevailing norms (e.g., Holmes & Schnurr, 2005), we explore how learners of Greek as L2 use humorous discourse to express attitudes and perceptions about the L2 community in a safe context, namely without their position in that community and their relationships with its members being jeopardized. Our analysis focuses on 89 written humorous narratives, through which they indirectly or directly criticize the

behaviors of local members of the Greek community, which are often framed as unexpected and paradoxical.

References

- Bell, N., & Pomerantz, A. 2016. *Humor in the Classroom: A Guide for Language Teachers and Educational Researchers*. New York: Routledge.
- Canagarajah, A. S. 1997. Safe houses in the contact zone: Coping strategies of African-American students in the academy. *College Composition and Communication* 48 (2), 173-196.
- Canagarajah, A. S. 2004. Subversive identities, pedagogical safe houses, and critical learning. In B. Norton & K. Toohey (Eds), *Critical Pedagogies and Language Learning*, 116-137. New York, NY: Cambridge University Press.
- Holmes, J., & Schnurr, S. 2005. Politeness, humor and gender in the workplace: Negotiating norms and identifying contestation. *Journal of Politeness Research* 1, 121-149.
- Pomerantz, A. & Bell, N. 2011. Humor as safe house in the foreign language classroom. *The Modern Language Journal* 95, 148-161.
- Pratt, M., L. 1991. Arts of the contact zone. *Profession* 91, 33-40.

Panel 3. Humor y géneros textuales / Humour and textual genres

Humor verbal y traducción dramática: la influencia del componente espectacular

Jorge Braga-Riera (Universidad Complutense de Madrid)

La traducción del humor verbal ha sido objeto de atención en fechas recientes (Zabalbeascoa 2005; Chiaro 2017, 2021; Martínez Sierra y Zabalbeascoa 2017; Mateo y Zabalbeascoa 2019), muy especialmente en los ámbitos audiovisual y literario. No obstante, no contamos con demasiados estudios que aborden este aspecto en el género dramático, un auténtico desafío dadas las diferencias culturales, lingüísticas y sociales entre una obra dramática y el público objetivo de la lengua meta, así como los condicionantes que implica su representación en el contexto receptor. Y es que, aparte de la atención dispensada a elementos de corte lingüístico tales como los juegos de palabras, los neologismos cómicos, las respuestas ingeniosas, los apartes, los nombres propios transparentes o los malapropismos, el traductor teatral podrá aprovecharse de las opciones que dispensa la comicidad situacional, esto es, los movimientos, la gestualidad, los decorados, los trajes, la música y los accesorios, entre otros (Braga Riera, 2009).

Este trabajo pretende ilustrar la panoplia de posibilidades no verbales a la hora de trasladar el humor para su representación. Para ello, y a modo de ejemplificación, se examinarán dos recientes traducciones españolas (y sus correspondientes puestas en escena) de la wildeana *The Importance of Being Earnest*: *La importancia de llamarse Ernesto*, en traducción de Sandra Pedraz (2020, con versión de Ramón Paso) y *La importancia de llamarse Ernesto*, de la traductora Cristina Genebat (2023, dirigida por David Selvas). Los ejemplos aportados dejarán clara la impronta del elemento espectacular a la hora de facilitar, acompañar o intensificar el humor verbal, cuando no sustituirlo o crear situaciones cómicas —a modo de compensación— inexistentes en la fuente.

Los resultados del análisis, que dan fe de la importancia del componente no verbal en estos casos, demandan una estrecha colaboración entre directores y traductores para aunar el humor procedente de los diálogos con propuestas de naturaleza no lingüística que respeten la comicidad original y, a su vez, garanticen su adecuada acogida entre el público receptor de la cultura teatral meta.

Referencias bibliográficas

- Braga Riera, J. (2009): *La traducción al inglés de las comedias del Siglo de Oro*, Madrid, Fundamentos.
- Chiaro, D. (2017): «Humour and Translation», en *The Routledge Handbook of Language and Humour*, ed. S. Attardo, Nueva York, Taylor & Francis, pp. 414-429.
- Chiaro, D. (2021): «Humour translation in the digital age», en *Humour Translation in the Age of Multimedia*, ed. M. Dore, Londres y Nueva York, Routledge, pp. 10-30.
- Genebat, C. (tr.) (2023): *la importancia de llamarse Ernesto*, traducción inédita.

- Martínez Sierra, J. J. y Zabalbeascoa, P. (2017): «Humour as a symptom of research trends in translation studies», en *MonTI*, 9, pp. 9-27.
- Mateo Martínez-Bartolomé, M. y Zabalbeascoa, P. (2019): «Translation and Humour», en *The Routledge Handbook of Spanish Translation Studies*, ed. R. Valdeón y Á. Vidal, Londres, Routledge, pp. 139-156.
- Pedraz Decker, S. (trad.) (2020): *La importancia de llamarse Ernesto*, versión teatral de Ramón Paso, Madrid, VdeB.
- Wilde, O. (1994): *The Importance of Being Earnest*, Londres, Penguin
- Zabalbeascoa, P. (2005): «Humour and Translation — An Interdiscipline», en *Humor*, 18.2, pp. 185-207.

Aproximación al humor gráfico: la viñeta latinoamericana en ELE

Jorge Cantó Moreno (Universidad de Alicante)

Cuando nos sometemos a análisis el humor gráfico en general y la viñeta gráfica en particular, orientado al contexto de ELE (español como lengua extranjera), son varios los interrogantes que surgen. Y es aquí específicamente donde aparece esta paradoja, de cómo unos indiscretos garabatos, quizás acompañados de algún texto, algún globo o bocadillo, puede convenir tanto significado y provocar una reflexión tan profunda tanto en académicos expertos en el séptimo arte, así como en aquellos que se exponen a esta variante del humor por primera vez. Según reflexiona uno de los grandes viñetistas de nuestro tiempo, Ricardo Siri, habitamos un planeta que supera los 7.000.000.000 millones de habitantes, y dentro de esta particularidad, los contextos humorísticos cobran especial relevancia, ya que vivir en un mundo tan densamente poblado va a requerir una buena dosis de humor para enfrentarnos a nuestros quehaceres diarios.

En el desarrollo de esta propuesta hemos examinado y trabajado con distintas tipologías de viñeta gráfica, de esta forma hemos explorado la tradición de los numerosos historietistas que han creado un universo visual de gran valor sociocultural que permite ilustrar de una manera precisa la relación del lector con el universo narrativo, los mundos posibles y los anclajes culturales. Destaca la interesante perspectiva presentada por *Principles of Minimal Departure* por Marie-Laure Ryan en cuanto a la compatibilidad de estos materiales con el mundo del lector. Así mismo contamos con los aportes de la TGHV (Teoría general del Humor Verbal) que nos permite distinguir a los elementos humorísticos como mecanismos que pueden ser examinados, estudiados y argumentados, creando así una valiosa selección de materiales que pueden implementarse de manera didáctica y contribuir al desarrollo académico en el ámbito del humor.

La composición de las viñetas representa distintas emociones, a través de los planos, el encuadre, el primer plano: que produce la intensificación del rostro, el plano medio: que presta más atención a la gesticulación. De igual modo el ángulo de visión, que nos permite inferir desde las líneas de movimiento hasta la trayectoria de los personajes. La inserción de los cartuchos de diálogo, los globos y la elección de un emplazamiento específico en la viñeta aportan significado a la función narrativa. Entrelazando el trabajo didáctico en clase de ELE con las tiras cómicas puede contribuir a estrechar vínculos emocionales de los aprendientes,

reforzando las competencias de la lengua meta. Ciertamente el humor gráfico ilustra el humor de los buscavidas, de aquellos que no se encuentran amarrados al universo material, y así, aguardan con gran ilusión a que algo suceda, y eso sí, es pura emoción.

Referencias bibliográficas

- Alonso Abal, M. (2010). El cómic en la clase de ELE: Una propuesta didáctica. Universidad Antonio de Nebrija, marcoELE.
- Arnold, J., (2000). La dimensión afectiva en el aprendizaje de idiomas. Madrid: Colección Cambridge de didáctica de lenguas.
- Entrevista Todo Noticias: LINIERS: “Si sos humorista y salís a pedir perdón es para hacer sentir mejor a los que te acusan”.
<https://www.youtube.com/watch?v=V5Jh9j08fHs>
- Krashen, S.D. & Terrell, T.D. (1983). The natural approach: Language acquisition in the classroom. London: Prentice Hall Europe.

Humor verbal ejemplificado en el sketch cómico y el cabaret alemán

Hang Ferrer-Mora (IULMA, University of València)

A medida que la investigación sobre el humor se ha ido desarrollando, el objeto de estudio ha ido evolucionando de formas escritas a otras verbales y audiovisuales, como películas sonoras y series cómicas. Posteriormente, aparecen otras formas más novedosas como el sketch cómico, el monólogo y el cabaret. Además del humor como hilo conductor, todas estas formas tienen en común el lenguaje verbal como elemento esencial a la hora de producir el efecto humorístico.

Partiendo de la dualidad escritura vs. oralidad, se observa que el dominio del humor verbal se encontraba tradicionalmente en géneros literarios como la comedia, propiamente teatral, y la narrativa humorística; en el s. XX se hace extensibles a los cómics en el ámbito de lo verbal, aunque aparece junto a elementos gráficos y visuales; sin embargo, ha habido un cambio de paradigma más notable: la irrupción de los medios audiovisuales, en el que el género comedia ha ocupado un lugar propio en el cine. En la segunda mitad de siglo se ha hecho extensible a la televisión, hasta llegar a las sitcoms; en el s. XXI ha dado un paso más hacia las plataformas de streaming o digitales que producen sus propias series.

Dentro de esta pluralidad de formas y contenidos de humor verbal, esta contribución trata de otros géneros menos usuales, pero no por ello menos populares y actuales, como los sketches, por una parte, y el cabaret alemán, por otra. Aunque no son géneros nuevos (ambos aparecen ya en el s. XX), la evolución que han sufrido ambos géneros debido a la aparición de internet resulta ser muy interesante, ya que los vídeos se han hecho accesibles al gran público a través de internet en cualquier momento, y el público ya no necesita asistir a un teatro sujeto a un horario para disfrutar de estos espectáculos. Analizaremos sus características y su relación con el humor verbal, puesto que esta forma parte de la esencia de ambos subgéneros, con ejemplos concretos.

El humor al servicio de la expresión crítica del conflicto social y político: las chirigotas del Carnaval de Cádiz

María Carmen García Manga (Universidad de Córdoba)

La comunicación humorística, pese a su aparente simplicidad, presenta gran riqueza en cuanto al uso de recursos de muy diversa índole. Lejos de aquellos planteamientos iniciales (Attardo 1994) que presentaban una visión reducida, centrada en el género humorístico por antonomasia, el chiste, el fenómeno humorístico en la actualidad, en tanto que fenómeno metapragmático (Ruiz Gurillo 2016: 2), constituye uno de los procesos comunicativos más interesantes. El hablante, partiendo de una reflexión consciente acerca de su lengua, su contexto y supuestos cognitivos compartidos por la comunidad lingüística, busca alcanzar efectos humorísticos en la reacción de sus interlocutores. No obstante, dicho ámbito ha sido poco estudiado hasta que en la década de los 80 el impulso de la lingüística de la comunicación o el enfoque pragmático-discursivo lo colocaran en el centro de muchas investigaciones (cf. Ruiz Gurillo 2012, Torres Sánchez 1999 y Yus 2016).

El objetivo de este trabajo es, a partir del análisis de diversas coplas de chirigotas, prestar atención y describir el humor y, en este caso concreto, el humor como mediador en la expresión del conflicto social y político en el ámbito del Carnaval de Cádiz, fenómeno social generador de ingeniosas piezas humorísticas cada año (cf. Rivas Carmona y García Manga, 2024). En el caso de la chirigota, la esencial actitud humorística del autor y la agrupación acude a la configuración de aspectos que conciernen tanto a recursos puramente lingüísticos, como a estrategias comunicativas de carácter pragmático que exceden los límites de «lo dicho» (cf. García Manga y Rivas Carmona 2023). Todos estos aspectos se configuran como mediadores para la expresión, en nuestro caso concreto, de una crítica social y política, mitigada por la actitud humorística. La comunicación humorística en el Carnaval de Cádiz, y sus chirigotas particularmente, se convierte así en un vehículo idóneo para transmitir la denuncia de hechos políticos y sociales a través de una actitud mediadora, aparentemente atenuadora y cargada de ingenio, pero, al mismo tiempo, sarcástica, irónica, implacable y locuaz. Esta ambivalencia propia de este tipo de comunicación indirecta es la esencia del humor crítico presente en muchas de las coplas que analizamos.

Referencias bibliográficas

- ATTARDO, Salvatore (1994): *Linguistic Theories of Humor*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- GARCÍA MANGA, María del Carmen y RIVAS CARMONA, María del Mar (2023): *Mujer política y humor. El tratamiento de la mujer política en el Carnaval de Cádiz. El caso de Isabel Díaz Ayuso*, en Ramos Rovi, M. José, Calero Vaquera, M. Luisa y García Ramos, M. Dolores (eds.), *Mujeres y política. Visiones interculturales desde la historia, el arte y la lingüística*. Comares, (pp. 255-271).
- RIVAS CARMONA, María del Mar y GARCÍA MANGA, María del Carmen (2024): *Relationship between culture, politics and humour in the lyrics of the*

“comparsas” and “chirigotas” in the Cádiz carnival: political humor “sung” by the Spanish people, en Ofer Feldman (ed.) Political Humor Worldwide: The Cultural Context of Political Comedy, Satire, and Parody. Springer, (pp. 193-214).

RUIZ GURILLO, Leonor (2012): La Lingüística del humor en español. Madrid: Arco/Libros.

RUIZ GURILLO, Leonor (2019): El humor como hecho pragmático en español, Revista de investigación lingüística, Vol. 22, Nº 1. (Ejemplar dedicado a: La perspectiva pragmática en el español), pp. 183-198.

TORRES SÁNCHEZ, María Ángeles (1999): Estudio pragmático del humor verbal. Cádiz: Universidad de Cádiz.

YUS, Francisco (2016): Humour and Relevance. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.

Humor i retruc lingüístic

M. Isabel Guardiola Savall (Universitat d'Alacant)

Els retrucs lingüístics són expressions fixes normalment rimades en què es contesta una pregunta o es replica una afirmació burlescament o impertinentment (p. ex., –Què tens? –La boca plena de dents!; –Tinc vergonya... –La vergonya cria ronya!). Formen part del que en l’anàlisi de la conversa s’han denominat parells adjacents (‘seqüència formada per dues intervencions successives, efectuades per parlants diferents i fortament relacionades, de manera que una primera intervenció condiona fortament una segona intervenció’, a partir de Pérez Saldanya 2022). Observats també des de la perspectiva de les normes de la cortesia conversacional (Morant & Peñarroya (1996), el fet que la interacció es produeix en converses col·loquials en què se cerca la màxima expressivitat, ha condicionat que s’analitzen també des del punt de vista dels recursos i jocs lingüístics expressius que trenquen rutines i estereotips conversacionals (Payrató 1999). S’ha tractat, fins i tot, d’establir-ne una tipologia (Maestre Brotons 1999) i també s’han usat en més d’una experiència didàctica. Finalment, el fet que es tracte de fórmules fixades ha donat lloc també a l’arreplega etnogràfica, certament escassa, i també a la pura arreplega com a curiositat idiomàtica lligada a la procacitat lingüística.

A partir d’aquestes consideracions prèvies i dels trets generals que presenta, en la nostra comunicació proposem examinar si el retruc lingüístic podria constituir un gènere humorístic més.

Joke as a type of text

Marta Hammor (Lesya Ukrainka Volyn National University / University of Vechta)

Can a joke be considered a kind of text? Let's take a joke structure as an example, namely the question-answer or riddle "How does the ocean say "Hi"?- It waves. Or "What do sprinters eat before a race?-Nothing, they fast. Or "What do you call somebody with no body and no nose? Nobody knows." One joke is based on ambiguity, the other - on consonance. A joke is almost always based on a discrepancy. A joke shows a contradiction between the recipient's expectations and what actually happens. Each recipient has their own expectations of a joke, because the criteria for what is funny are individual. In addition, the effect of a joke is highly dependent on external factors, such as the narrative situation and the type of communication. The anecdote as a text type is characterized by the following features: the author is unknown; it is passed on in the course of communication; people react to the joke with laughter.

A joke is divided into exposition and location. The exposition creates the expectation of a "surprise". The joke is based on the perception of inconsistencies. It does not matter in which part of the joke the inconsistency occurs. An anecdote is an ambiguous, multi-layered text in which the comedy is conveyed through language. Comedy itself is divided into character comedy, situation comedy and language comedy.

The term text type is a central concept in text linguistics. Text types are conventionally grounded patterns of complex linguistic action that can be characterized as typical combinations of contextual (situational), communicative-functional, and structural (grammatical and thematic) features (Brinker 1997; see Hauser 2004: 17)).

References

1. Röhrchen 1980, s.41
2. Attardo 1991, s.308
3. Hermann 1994, s. 320
4. Preisendanz 1970, s.18
5. Marfurt 1977, s. 52

La recepción del humor en las comedias audiodescritas por parte de las personas ciegas o con deficiencia visual

María López Rubio (Universitat de València)

Si bien la comedia es uno de los géneros más extendidos en nuestro país, la audiodescripción del humor es un campo de estudio reciente y poco explorado (véanse, sobre todo, los trabajos de Martínez Sierra, 2010, 2015, 2021 y en prensa). En la presente contribución, mostraremos un avance de los resultados de un estudio de recepción mediante el que se pretende dar respuesta a cómo se audiodescriben las comedias españolas en la plataforma Netflix España y cuál es la respuesta de los/las principales usuarios/as de este servicio en relación con los fragmentos de comedias seleccionados para el análisis del corpus. A través de un estudio experimental que consta de dos fases, un visionado por parte de normovidentes y la recepción de los fragmentos por parte de personas ciegas y con baja visión, comprobaremos de qué forma ha influido el hecho de tener o no la imagen en la comprensión y en el grado de comicidad que merecen los fragmentos a ambos grupos poblacionales. Por último, mostraremos las impresiones de los/las participantes con ceguera y baja visión acerca de cómo debería llevarse a cabo la AD del humor, a partir de las cuales presentaremos nuestra propuesta de normas traslacionales para la AD de comedias. A través de nuestra comunicación, buscamos contribuir a arrojar luz sobre este objeto de estudio tan poco abordado hasta la fecha pero que cuya práctica repercute de forma decisiva en cómo reciben el producto sus principales destinatarios/as.

La recontextualización intratextual como fuente de efectos humorísticos

Joaquín Márquez Sabaj (Universidad de la República, Uruguay)

Pese a tratarse de nociones ampliamente extendidas, la definición de “contexto” y “contextualización” es compleja y presupone múltiples aspectos esenciales al análisis humorístico (Tsakona, 2020). Si bien en el marco del estudio del humor como competencia -en particular la Teoría General del Humor Verbal (Attardo, 2001, 2017)- han existido propuestas para integrar algunas de estas dimensiones (Tsakona, 2013), los abordajes que se centran en el humor como actuación han problematizado el “contexto” de manera más detallada.

Vale pues entender el contexto no únicamente como un “marco” que rodea al enunciado y provee los recursos necesarios para interpretarlo (Goodwin y Duranti, 1992), sino integrado a este: así, la relación entre evento focal y contexto es necesariamente dinámica, dialéctica y creativa (Auer, 2009). En esta línea, las recontextualizaciones -entendidas como la re inserción de un elemento de un discurso dado en un nuevo contexto- se abren a la reinterpretación y creación de nuevos significados (Linell, 1998).

El objetivo de esta propuesta consiste particularmente en analizar el efecto humorístico producido por recontextualizaciones intratextuales. En estos casos, la re inserción de un elemento del co-texto previo genera en el nuevo contexto un significado diferente, a partir de la explotación humorística de la ambigüedad

potencial del elemento recontextualizado en distintos niveles posibles: -fonológico (mediante el reanálisis cratilístico), -léxico (mediante usos polisémicos) y pragmático (mediante implicaturas dependientes del contexto).

Para dar cuenta de los mecanismos señalados, recurro a un corpus compuesto por enunciados humorísticos en español, seleccionados de la obra de humoristas y agrupaciones carnavalescas de ambos márgenes del Atlántico.

Referencias bibliográficas

- Attardo, Salvatore (2001) *Humorous Texts: A Semantic and Pragmatic Analysis*. Berlín/Nueva York: Mouton De Gruyter.
- Attardo, Salvatore (2017) "The General Theory of Verbal Humor". En Attardo, Salvatore (ed.) *The Routledge Handbook of Language and Humor*, pp. 126-142. Nueva York: Routledge.
- Auer, Peter (2009) "Context and contextualization". En Verschueren, Jef y Jan-Ola Östman (eds.) *Key Notions for Pragmatics*, pp. 86-101. Ámsterdam/Filadelfia: John Benjamins.
- Goodwin, Charles y Alessandro Duranti (1992) "Rethinking context: an introduction". En Duranti, Alessandro y Charles Goodwin (eds.) *Rethinking context: Language as an interactive phenomenon*, pp. 1-42. Cambridge: Cambridge University Press.
- Linell, Per (1998) *Approaching dialogue: Talk, interaction and contexts in dialogical perspectives*. Ámsterdam/Filadelfia: John Benjamins.
- Tsakona, Villy (2013) "Okras and the metapragmatic stereotypes of humour: Towards an expansion of the GTVH". En Dynel, Marta (ed.) *Developments in Linguistic Humour Theory*, pp. 25-48. Ámsterdam/Filadelfia: John Benjamins.
- Tsakona, Villy (2020) *Recontextualizing Humor*. Berlín/Boston: De Gruyter Mouton.

Caracterización de Blogs.Humor (<http://www.observahumor.com>)

José Joaquín Martínez Egido (Universidad de Alicante)

Blogs.Humor es el resultado de la planificación, de la ejecución y de la implementación de una actividad investigadora resultante de los proyectos desarrollados en la Universidad de Alicante ("El humor interaccional en español. Géneros orales, escritos y tecnológicos (HUMORACTION)" y "Humor de género: Observatorio de la identidad de mujeres y hombre a través del humor (Griale Observa) Prometeo/2016/052"). Ha consistido en la detección y en la recopilación de secuencias humorísticas dentro de lo que es el español económico y financiero, entendido como lengua de especialidad (Martínez Egido, 2020), concretamente en los blogs de especialidad económicos y financieros. El objetivo de esta comunicación es mostrar cuáles han sido los pasos seguidos para la confección de este corpus textual integrado en la plataforma Observahumor (Ruiz Gurillo, 2023). Y, también, mostrar cuáles son sus características y, sobre todo, cómo puede utilizarse y qué finalidades pueden conseguirse con su consulta, tanto para especialistas en la materia, como para estudiosos del humor verbal y también

como posible material de uso en la enseñanza de la competencia pragmática del español como lengua extranjera, ya que el humor de las secuencias se basa en la detección de marcas y de indicadores lingüísticos (Martínez Egido, 2023).

Referencias bibliográficas

- Martínez Egido, José Joaquín (2023). Etiquetaje pragmático de un corpus de blogs económicos y financieros en español. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 96, 101-112. <https://doi.org/10.5209/clac.91594>
- Martínez Egido, José Joaquín (2020). Economía y humor verbal: el caso de los blogs de especialidad económicos y financieros en español. *Lingüística española Actual (LEA)*, XLII/2, 277-300. <http://hdl.handle.net/10045/124371>
- Ruiz Gurillo Leonor (2023). La pragmática de un etiquetaje pragmático para la plataforma observahumor.com. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 96, 1-17. <https://doi.org/10.5209/clac.91588>

Marcadores Culturales Fraseológicos con valor humorístico en la obra de Jorge Amado

G. Angela Mura (Universidad de Alicante) / Patrício Nunes Barreiros / Luciane Santos Soares (Universidade Estadual de Feira de Santana)

La presente propuesta surge en el seno de dos grupos de investigación —el grupo GRIALE de la Universidad de Alicante (España) y el grupo Núcleo de Estudos Interdisciplinares em Humanidades Digitais de la Universidade Estadual de Feira de Santana (Brasil)— y pretende ejercer de puente entre ambos. Para ello, nos proponemos estudiar una categoría específica de unidades fraseológicas que denominamos Marcadores Culturales Fraseológicos (MCF) en la traducción al español de la obra *Capitães da Areia* del escritor brasileño Jorge Amado, centrando nuestra atención en aquellas estructuras que poseen un valor humorístico. Los estudios de fraseología (Corpas, 1996) y sobre dominios culturales (Aubert, 2006) nos ayudarán a enmarcar y definir qué entendemos por Marcador Cultural Fraseológico. Asimismo, las propuestas de GRIALE sobre marcas e indicadores humorísticos (Ruiz Gurillo, 2012) nos permitirán analizar el valor humorístico de los MCF seleccionados.

Los pasos metodológicos que seguiremos son los siguientes: tras definir nuestro objeto de estudio, catalogaremos los MCF en la obra original en portugués publicada en 2008, para pasar a observar la traducción de dichas unidades en la obra en español publicada en 2009. A continuación, clasificaremos los MCF en español en dominios culturales, lo cual nos servirá para elaborar un modelo de glosario bilingüe en línea con el objeto de almacenar las unidades seleccionadas. El glosario se rastreará en busca de aquellos MCF que actúan como indicadores humorísticos y se analizará su valor en el discurso.

Referencias bibliográficas

- Amado, J. (2008). *Capitães da Areia*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Amado, J. (2009). *Capitanes de la Arena*. [Trad.] Marcos Mayer. Madrid: Alianza Editorial.
- Attardo, S. (2020). *The Linguistics of Humor: An Introduction*. Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198791270.001.0001>
- Attardo, S. (2001). *Humorous Texts. A Semantic and Pragmatic Analysis*. Mouton de Gruyter: Nueva York.
- Aubert, F. H. (2006). “Indagações acerca dos marcadores culturais na tradução”. *Revista de Estudos Orientais, São Paulo*.
- Corpas, G. (1996). *Manual de fraseología española*. Madrid: Gredos.
- Igareda, P. (2011). “Categorización temática del análisis cultural: una propuesta para la traducción”. *Íkala, revista de lenguaje y cultura, Medellín, Colombia*.
- Martins, V. P. S. (2020). *Capitães da Areia: Dicionário de Língua e Cultura*. São Carlos: Pedro & João Editores.
- Ruiz Gurillo, L. (2012). *La lingüística del humor en español*. Madrid: Arco/Libros.
- Ruiz Gurillo, L. (ed.) (2022). *Interactividad en modo humorístico: géneros orales, escritos y tecnológicos*. Madrid/Frankfurt am Main: Iberoamericana Vervuert.
- Tsakona, V. (2017). *Genres of Humor*. En S. Attardo (Ed.), *The Routledge Handbook of Language and Humour* (pp. 489-503). Abingdon/New York: Routledge.

The performances of chirigotas in Cádiz Carnival: A case of genre colony, genre chain and genre ecology

Manuel Padilla Cruz (Universidad de Sevilla)

Except for some exception, humour in some Spanish popular festivals has not received much attention thus far. A case in point is Cádiz Carnival, where humour becomes a fundamental instrument of fun, entertainment, social cohesion and identity reaffirmation (Crespo Espinosa 2022; Padilla Cruz 2021; Rivas Carmona and García Manga 2024). Among its many events and celebrations are street performances and the Official Carnival Group Contest (Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavaleras, COAC), a competition attended by choirs, troupes, quartets and chirigotas. This presentation will focus on this last type of group. It will do so from the perspective of genre analysis, the branch of discourse studies scrutinising the structural, formal and functional characteristics enabling classification of texts/discourses into specific classes (Bhatia 1993, 2004; Paltridge 2012; Swales 1990, 2004).

This presentation will characterise the performances of chirigotas as a musicalised multimodal interactive humorous super genre or genre colony. Indeed, their performances encompass several more specific subgenres, which share a common purpose but display formal, functional and thematic peculiarities differentiating them. This super genre/genre colony will be considered ‘humorous’ due to its comic purpose; ‘interactive’ owing to the presence of an audience with whom chirigotas interact; ‘multimodal’ because staging involves a series of visual,

aural and verbal stimuli contributing to the main communicative purpose, and 'musicalised' because the subgenres that performances comprise are various types of songs, whose music becomes a stimulus and a strategy serving the communicative purpose. Additionally, the presentation will show that the performances of chirigotas give rise a genre chain, as the subgenres they include appear in a chronological sequence. To conclude, the presentation will also argue that each subgenre may participate in different genre networks or genre ecologies, given that they interact with related humorous genres and even with completely unrelated (non-humorous) genres.

References

- Bhatia, V. K. (1993). *Analysing genre. Language in professional settings*. Routledge.
- Bhatia, V. K. (2004). *Worlds of written discourse: A genre-based view*. Continuum.
- Crespo Espinosa, M. E. (2022). *Participación de las mujeres en el carnaval de Cádiz* [Trabajo de fin de máster, Universitat Jaume I].
- Padilla Cruz, M. (2021). The role of humorous elements in Cádiz chirigotas in creating/reinforcing a local identity: A relevance-theoretic approach. *Spanish in Context*, 18(1), 136–159.
- Paltridge, B. (2012). *Discourse analysis: An introduction*. Bloomsbury.
- Rivas Carmona, M. M., & García Manga, M. C. (2024). The cultural background of political humor 'sung' by the Spanish people. In O. Feldman (ed.), *Political humor worldwide. The cultural context of political comedy, satire, and parody*, 193–214. Springer.
- Swales, J. M. (1990). *Genre analysis. English in academic and research settings*. Cambridge University Press.
- Swales, J. M. (2004). *Research genres. Explorations and applications*. Cambridge University Press.

¿Qué puede aportar la segmentación discursiva a la identificación de rasgos humorísticos? 'Risas' (y 'entre-risas') en la conversación coloquial

Adrià Pardo Llibrer (Universidad de Salamanca)

Esta presentación lleva a cabo un estudio exploratorio en torno a las posibilidades que ofrece una segmentación en unidades discursivas a la hora de identificar rasgos característicos del humor. Los diferentes estudios de corte pragmático sobre el humor han descrito diferentes rasgos lingüísticos relacionados con este fenómeno, tales como la influencia del género (p. ej. el monólogo; Ruiz-Gurillo, 2013), la función de la (des)cortesía (Linares, 2018) -también en relación con las diferencias por sexo (Alvarado Ortega, 2016)-, el relato conversacional (Linares, 2020) o los tipos de risas que involucra una interacción humorística (Alvarado, 2021).

Nuestro planteamiento parte de este último punto: las risas como indicio objetivo de la presencia de humor en una conversación coloquial. Así, acudimos al Corpus Val.Es.Co. 3.0 de conversaciones coloquiales (Pons, en línea), que dispone conversaciones coloquiales prototípicas transcritas y segmentadas a partir del

modelo Val.Es.Co. de unidades discursivas (Grupo Val.Es.Co., 2014; Pons, 2016, 2022).

Nuestra hipótesis es que las risas pueden desempeñar hasta tres funciones discursivas que favorecen los rasgos humorísticos: el carácter ilocutivo de ciertas risas (cuando constituyan un acto comunicativamente pleno o subordinado a un segmento lingüístico superior), su función formulativa (cuando desempeñen funciones adyacentes de organización textual) y su papel en el desarrollo del diálogo (cuando constituyan reacciones a intervenciones previas).

Es posible, entonces, localizar las etiquetas 'risas' y 'entre-risas' en el Corpus Val.Es.Co. 3.0 y, a partir de esta primera cala, poner sus funciones en relación con las unidades discursivas del modelo. De este modo, podemos observar la relación entre la risa y las unidades discursivas implicadas, lo que ofrece información de tipo estructural para la aparición del humor en la interacción.

Referencias bibliográficas

- Alvarado, M.^aB. (2021) "El humor y las risas en la conversación coloquial: estudio pragmático de la identidad de género". *Oralia* 24(1): 7-26.
- Alvarado, M.^a B. (2016) "Descortesía y humor fallido en conversaciones entre hombres y mujeres". *Pragmática Sociocultural* 4(2): 243-267.
- Grupo Val.Es.Co. (2014) "Las unidades del discurso oral. La propuesta Val.Es.Co. de segmentación de la conversación (coloquial)". *ELA* 35(1): 11-71.
- Linares, E. (2020) "El estilo de habla en el discurso directo como estrategia para la construcción del género en el monólogo humorístico". *Signos* 53(102): 123-143.
- Linares, E. (2018) "La atenuación como estrategia pragmática en el monólogo humorístico subversivo". *Normas* 8(2): 215-228-
- Pons, S. (2022) *Creación y análisis de corpus orales: saberes prácticos y reflexiones teóricas*. Berlin: Peter Lang. (esp. § 5.5)
- Pons, S. (2016) "Cómo dividir una conversación en actos y subactos." En A. M. Bañón, M. M. Espejo, B. Herrero, J. L. López (eds.) *Oralidad y análisis del discurso: homenaje a Luis Cortés Rodríguez*, 545-566. Almería: Universidad de Almería.
- Ruiz-Gurillo, L. (2013) "El monólogo humorístico como tipo de discurso. El dinamismo de los rasgos primarios". *Cuadernos AISPI* 2: 195-218.

Corpora

Pons, S. (dir.): *Corpus Val.Es.Co. 3.0*. <<http://www.valesco.es>>

El humor textual en Les Luthiers: un análisis interdisciplinario

Rody Polonyi (Universidad de Alicante)

Esta propuesta abordará el humor textual presente en el trabajo del grupo cómico Les Luthiers desde una perspectiva multidisciplinar. Basándonos en la definición de humor como un procedimiento que presenta la realidad a través de componentes aparentemente ilógicos para generar un resultado cómico, exploraremos cómo Les Luthiers utiliza esta técnica en sus creaciones. Analizaremos las interrelaciones entre textos humorísticos y serios, la tipología textual de sus obras, así como la construcción lingüística del humor y sus efectos en el público. Además, examinaremos cómo el grupo incorpora elementos de humor en géneros como la parodia o el monólogo, y cómo estos elementos contribuyen a la coherencia y cohesión textuales. Este análisis nos permitirá comprender el impacto del humor de Les Luthiers en textos humorísticos, demostrando cómo el humor puede ser un recurso efectivo en diversas formas de expresión.

La introducción del humor en los textos económicos y financieros

Nélida Ribau (Universidad de Alicante)

El uso del humor como método eficaz para analizar la Economía puede tratarse de un método novedoso para muchas Universidades. Sin embargo, las Universidades que han hecho uso de este recurso, desde hace décadas, parece que han obtenido mejores resultados que las que mantienen una enseñanza tradicional. En nuestro caso y desde el punto de vista del español para fines específicos y más concretamente el español para los negocios, encontramos muchas dificultades al principio. Si bien, cada vez es más aceptada la introducción del recurso humorístico en las clases. Por supuesto, el docente debe estar dispuesto a asumir riesgos: puede darse el caso de que los estudiantes no entiendan el recurso humorístico y por tanto entremos en humor fallido, o puede malinterpretarse el uso del humor por otros colegas, causando un desprestigio académico. Sin embargo, muchos de los temas económicos son susceptibles de plantearse a través de una metodología que introduzca el humor en el discurso del docente. Hemos observado casos donde se habla de globalización utilizando la ironía, y de publicidad y marketing o eventos económicos utilizando humor gráfico como las viñetas. Incluso se puede aludir a determinados comentarios políticos y económicos desde el análisis de la fraseología popular, plagada de recursos humorísticos. En cierta ocasión, fui testigo del uso de humor gráfico por parte de un octogenario y respetado catedrático de Economía, que captó la atención de sus estudiantes para explicar el régimen económico cubano.

Primeras huellas de humor en la oralidad de comienzos del siglo XX: análisis de la colección de registros sonoros de la Biblioteca Nacional de España

Shima Salameh Jiménez (Universidad Complutense de Madrid)

En los últimos años, el estudio del siglo XX como diacronía se está consolidando como línea de investigación (Pons, 2014). Como resultado, diferentes estudios están poniendo el foco en el análisis de formas lingüísticas concretas (Llopis y Pons, 2020; Maldonado, 2024), aspectos metodológicos (Pons y Salameh, 2024), procesos de difusión de cambio (Llopis, 2024; Mihatsch y Vazeilles, 2024), o el desarrollo de fenómenos como la coloquialización y el consecuente desarrollo de géneros vinculados con la oralidad (Estellés, 2020; Morcillo, 2023; Salameh, 2024).

El estudio diacrónico de la creación y desarrollo de mecanismos lingüísticos humorísticos en español es un terreno inexplorado por una cuestión de defecto y exceso (Pons, 2023): por un lado, defecto debido a la dificultad de acceso a fuentes orales reales, sobre todo las más antiguas; por otro, un exceso de material derivado de las cantidades ingentes de material escrito diversificado en varios soportes (periódicos, revistas, cómics, etc.) que son fuente de humor y que requieren procesos de digitalización costosos.

En este espacio teórico-metodológico, la presente comunicación propone un primer análisis diacrónico de un género oral: la colección de registros sonoros de la Biblioteca Nacional de España (BNE). Concretamente, la BNE ofrece un valioso material, disponible en línea, que permite una selección de material humorístico que oscila entre la narración y el chiste. Para este primer análisis, hemos hecho una selección por microdiacronías de diez años que abarque la primera mitad del siglo XX. Como resultado, ofrecemos una caracterización de este género humorístico oral basada en dos parámetros: lingüísticos (prosódicos, léxicos y pragmáticos) y culturales, en relación con la presencia de determinados tópicos concebidos en el momento como hilo de humor y conexión con el público. Por último, se reivindica la utilidad de la BNE como fuente de muestras orales reales que contribuya a cubrir, progresivamente, un hueco de investigación diacrónica.

Ser o no ser: los géneros de la risa

María Esther Sánchez Hernández (CIFP Rodríguez Fabrés)

La presente propuesta es un extracto de una tesis acerca del origen ritual de los géneros, pero especialmente volcada en la comedia.

A menudo tienden a confundirse temas, procedimientos y géneros de la risa. La presente comunicación pretende, por un lado, clarificar estos términos y su aplicación al análisis y trabajo sobre el humor y la comedia, y por otro lado, establecer elementos de distingo entre comedia y sátira, en base tanto a sus características generales como, especialmente, a las derivadas de su origen ritual.

La polifonía como recurso humorístico en el género discursivo del monólogo. Una aproximación a través de los monólogos de Dani Rovira

Andrea Torre Morante (CIESE-Comillas, Universidad de Cantabria)

La presente investigación propone que la polifonía se muestra como un recurso humorístico relevante y explotado en los monólogos humorísticos. Debido a los escasos estudios llevados a cabo sobre la conexión entre polifonía y humor, a pesar de que Ruiz Gurillo (2012) la calificase como indicador de humor, este trabajo incide en esta relación. Al mismo tiempo, su razón de ser se fundamenta en desvelar los comportamientos de la polifonía como agente humorístico en dos casos particulares: cuando contiene prosodia y cuando contiene referencias culturales. Así, se contribuye al campo del humor verbal, de la polifonía y de los conocimientos compartidos que entran en juego en la comunicación humorística. Este estudio se basa en un corpus recogido de 45 fragmentos polifónicos (tanto comentarios como diálogos), extraídos de 7 monólogos del actor Dani Rovira. Se ha decidido llevar a cabo un diseño metodológico mixto para demostrar la importancia y presencia de la polifonía en este género. Es cualitativo, porque se describen y clasifican los comportamientos y apariciones de todos los tipos de polifonía encontrados, y cuantitativo, por cuanto se enumeran y comparan las veces que aparece cada tipología. Se aportan algunas hipótesis, como que los fragmentos polifónicos con cambios prosódicos son más abundantes que los que no contienen ese cambio. Por todo esto, el análisis parte primero de una perspectiva prosódica y, más adelante, de una pragmático-contextual. Respectivamente se atiende tanto a las variaciones de voz del actor como a las referencias culturales encontradas. Los avances permiten confirmar que las referencias son un recurso altamente explotado; se han encontrado hasta 46 ejemplos de referencias en 25 de los 45 fragmentos. Mientras, los resultados presentan que los fragmentos polifónicos con prosodia resultan ser mucho más abundantes que los que no la contienen dentro del corpus.

Referencias bibliográficas

- Attardo, S. (1994) *Linguistic theories of humor*. Berlin, Nueva York: Mouton de Gruyter.
- Curcó Cobos, M. C. (1997). *The Pragmatics of Humorous Interpretations: A Relevance-Theoretic Approach*. University College London.
- Ducrot, O. (1986). "Capítulo 8: Esbozo de una teoría polifónica de la enunciación" en *El decir y lo dicho*. Págs. 175-238. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Linares Bernabéu, E. (2021). *El monólogo humorístico subversivo en español*. Madrid: Iberoamericana Vervuert.
- Méndez García de Paredes, E. (2006). Humor y discurso referido. *Actas del I Congreso de Análisis del discurso: lengua, cultura, valores*, pp. 1483-1502.
- Ruiz Gurillo, L. (2012). *La lingüística del humor en español*. Madrid: Arco/Libros.
- Seres Seuma, T.; Soto Merola, J. (2014). El monólogo humorístico. La creación polifónica de personajes en un texto "monogestionado". *Revista de Análisis Transaccional y Psicología Humanista* 71, 177-188.
- Torres Sánchez, M.^a Á. (1999). Estudio pragmático del humor verbal. *Arco/Libros*, p. 125.

Panel 4. Humor y corpus lingüísticos / Humour and linguistic corpora

¿Es capaz la inteligencia artificial de crear humor?

Laura M. Aliaga Aguza (Universidad Internacional Isabel I)

La inteligencia artificial se puede definir como una rama de las ciencias computacionales que se encarga del estudio de modelos de cómputo con la finalidad de llevar a cabo actividades propias del ser humano (López Takeyas, 2007). De hecho, «la inteligencia artificial ha llegado más allá de la ciencia ficción, hoy en día es parte de nuestra vida cotidiana» (Smarandache 2022:150), ya que podemos encontrar aplicaciones prácticas vinculadas a dicha inteligencia que reproducen las mismas cosas que el ser humano en el hogar, en las oficinas o en los vehículos (Boden, 2016). Sin embargo, ¿es capaz de reproducir humor?

Desde un punto de vista pragmático, el humor se define como un proceso inferencial (Ruiz-Gurillo, 2012, 2019) donde se produce una incongruencia lingüística o contextual que conlleva una reinterpretación del enunciado y genera risa en el oyente (Aliaga-Aguza, 2020). Una manifestación recurrente cuando nos referimos al humor es el chiste. Asimismo, según apunta Attardo (2008), es el tipo de texto humorístico más simple y menos complicado. Además, «el chiste es una unidad de humor libre de contexto y autocontenida, que porta en sí misma toda la información necesaria para ser comprendida y disfrutada» (Martin, 2008: 37).

Por su parte, a la hora de interpretar un chiste han de producirse tres fases (Raskin, 1985): el establecimiento, en la que se asientan las bases de la broma; la fase de incongruencia, en la que se presentan dos guiones semánticamente opuestos y se prepara al oyente para el giro humorístico; y, por último, la fase de resolución, en la que se resuelve la incongruencia a través de un elemento disyuntor.

Teniendo todos estos factores en cuenta, en esta comunicación se pretende mostrar si la inteligencia artificial es capaz de reproducir la estructura humorística por excelencia y, de ser así, qué elementos lingüísticos y estructurales predominan. Para ello, se llevará a cabo un análisis tanto cuantitativo, como cualitativo del corpus recopilado para este estudio por medio de la herramienta Chat GPT.

The Pragmatics of Stereotypes in Trevor Noah's Stand-up Comedy Routines

Idania Rosa Castro Bravo (Universidad de Valencia)

This paper addresses the intricate task of studying humor considering its dependence on human perception. It focuses on the use of stereotypes within verbal humor, having stand-up comedy as the center of the study. Specifically, it examines how Trevor Noah utilizes stereotypes to entertain and produce a comic effect in his stand-up comedy. To carry out this study we used and analyzed a real

corpus based on television-mediated stand-up comedy shows, to understand how Trevor Noah conveys his humorous discourse. The study has been based on a mixed methodology, considering the qualitative and quantitative paradigms for its completion. The quantitative paradigm, particular to corpus linguistics, served to quantify the number of occurrences of the different stereotypes in the TREVOR-UP corpus, whereas the qualitative paradigm helped in describing and analyzing the sequences containing stereotypical views in detail. The study and examination of stereotypes showed that 90.3% of the sequences of TREVOR-UP corpus contained a stereotypical reference being the cultural stereotypical views, the most recurrent in the corpus. In addition, the use of race/ethnicity, political, and language stereotypes is frequent aiding in the construct of his humorous discourse. Lastly, when applying ICM (Yus, 2012) it was evidenced that the collective cultural assumptions based on stereotypical instances is a common practice by the comedian when performing. This in turn, showed that the use of the make-sense frame + cultural frame (Yus, 2012) altogether, is employed to manipulate and predict the audience's response to the comedian's particular humorous discourse.

Racist Humor against Muslim Immigrants in Social Media in Spain. Analysis of the Terms 'Jovenlandia' and 'jovenlandés'

Inmaculada Garnes-Tarazona (Universitat de València)

The use of generic terms ('man', 'woman', etc.) is frequently employed by online news networks for several reasons (privacy protection of those involved in the events or lack of time for verifying details coupled with the urgency of prompt online content publication, among others). However, this generic labeling is seen by populist discourse as an opportunity to serve political interests and spread anti-immigrant sentiments. For example, the use of the Spanish generic 'un joven' (a youngster) in online news reports is ironically replied on X, previously known as Twitter, with the question '¿joven de Jovenlandia?' (youth from Youthland?). With the creation of the fictional country name 'Jovenlandia' (Youthland) and the demonym 'jovenlandés' (Youthlandian) users seek clarification from the publications regarding the nationality of criminals, frequently presuming a Moroccan origin.

X users employ language creativity to both criticize the press for the deliberate non-disclosure of details related to Muslim criminals and accuse Muslim immigrants of every crime reported in Spain. Findings from previous research highlight the role of humor in expressing racist narratives (Weaver, 2015; Breazu and Machin, 2022). The present study examines the ironic use of the terms 'Jovenlandia' and 'jovenlandés' on X to create a derogatory representation of Moroccan immigrants and Morocco in particular, and other Muslim African countries in general. The analysis is based on a corpus of 3856 posts on X during the 2023 Spanish general election campaign (May 29th - July 23rd 2023). The first step of the analysis involved a corpus-based critical discourse analysis to identify the main themes, based on van Dijk's (2009) semantic macrostructure. The second step involved a qualitative multimodal critical discourse analysis to examine the role of humor in shaping the racist narrative. The results show that racist humor is used to

portray Morocco as a land of criminals and to connect Moroccan immigrants with pejorative characteristics that include derogatory attributions: crime perpetrators, rapists, cowards, invaders, or kids molesters, among others. The disparagement humor used against Muslim migrants is also grounded in their perceived failure to assimilate into the Spanish culture. In this sense, a distinction is made between Spaniards of Spanish origin and naturalized Spaniards of Muslim origin. Furthermore, in the parodical portrayal of Muslim immigrants, pork meat is used as a symbolic cultural criterion for evaluating authentic Spanish adherence.

References

- Breazu, P., & Machin, D. (2022). Using humor to disguise racism in television news: the case of the Roma. *Humor*, 35(1), 73-92.
- Van Dijk, Teun A. 2009. Critical discourse studies: A sociocognitive approach. *Methods of Critical Discourse Analysis*, 2(1), 62–86.
- Weaver, S. (2015). The rhetoric of disparagement humor: An analysis of anti-semitic joking online. *Humor*, 28(2), 327-347.

"Es broma": Ambigüedad e intencionalidad en el humor interactivo. Un análisis multimodal de marcadores de intención no seria en español

Elvira Manero Richard (Universidad de Murcia) / Rosa Illán Castillo (CNRS – Laboratoire Dynamique Du Langage, Lyon)

La perspectiva multimodal en los estudios sobre el humor ha adquirido gran interés en los últimos años, incidiendo en cómo diversos recursos semióticos se combinan para crear y negociar el significado humorístico en la interacción (Attardo et al., 2013; Brône, 2020; Gironzetti, 2022; Priego-Valverde, 2024). En esta concepción interactiva y multimodal del humor, la intencionalidad juega un papel crucial en la producción y recepción de enunciados humorísticos. En este sentido, la ambigüedad en la intención de ciertas intervenciones puede llevar a los participantes a cuestionarse la naturaleza lúdica o seria de la interacción, lo cual demuestra cómo los marcos de interpretación no serios pueden solaparse con los serios. La atribución y negociación de las intenciones humorísticas se convierten, así, en aspectos críticos para la recepción e interpretación del humor. Estudios recientes (Skalicky et al. 2015; Haugh (2016) apuntan algunas de las funciones que pueden darse en la señalización de intención no seria por parte de los participantes a través de expresiones inglesas como "just kidding".

Nuestra investigación se centra en el uso, en español, del marcador "es broma" y sus variantes en el humor interactivo, y examina cómo actúan estas expresiones en la afirmación de la intencionalidad no seria dentro de un marco multimodal.

Para la extracción de datos se utiliza el corpus multimodal de la "NewsScape Library of TV News". Su archivo en español cuenta actualmente con más de 23 000 horas de material grabado y alrededor de 126 400 100 millones de palabras. NewsScape proporciona material audiovisual que incluye expresiones utilizadas en contextos reales de oralidad (semi)espontánea.

Nuestros objetivos son determinar, para el español, las funciones pragmáticas de dichos marcadores de intención no seria y analizar la intervención del componente multimodal en ellas. Estas funciones pueden incluir mitigar pragmáticamente y marcar retroactivamente como humorístico o no serio un comentario previo, prevenir fallos pragmáticos (malentendidos, humor fallido), eludir responsabilidades enunciativas o proteger la "imagen" del interlocutor (cfr. Skalicky et al. 2015). La investigación se basa en la noción de que estas expresiones, y la gestualidad que las acompaña, son herramientas clave en la negociación de significados humorísticos.

Referencias bibliográficas

- Attardo, S., Pickering, L., Lomotey, F., & Menjo, S. (2013). Multimodality in conversational humor. *Review of Cognitive Linguistics*, 11(2), 402-416. <https://doi.org/10.1075/rcl.11.2.12att>
- Brône, G. (2020). The multimodal negotiation of irony and humor in interaction. En A. Soares da Silva (Ed.), *On the role of eye gaze in joint pretense*, pp. 109-136. Amsterdam: John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/ftl.11.04bro>
- Gironzetti, E. (2022). *The Multimodal Performance of Conversational Humor*. Amsterdam: John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/ftl.13>
- Haugh, M. (2016). 'Just kidding': Teasing and claims to non-serious intent. *Journal of Pragmatics*, 95, 120-136. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2015.12.004>
- Priego-Valverde, B. (Ed.). (2024). *Interactional Humor: Multimodal Design and Negotiation*. De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110983128-fm>
- Skalicky, S., Berger, C. M., & Bell, N. (2015). The functions of "just kidding" in American English. *Journal of Pragmatics*, 85, 18-31. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2015.05.024>

Humor as a creator of structure in the linguistic system: a case of recent diachrony of Spanish

Salvador Pons Bordería (Grupo Val.Es.Co., University of Valencia)

Despite the vast amount of studies dedicated to social aspects of humor, relatively few works consider humor as an active element in the creation of linguistic structure (in the Coserian sense of the term). In this regard, the present communication explores the role of humor in the diachronic evolution of structures quantified with *ni* in the recent diachrony of Spanish.

Detectando el sarcasmo: registro oral versus registro escrito

Aránzazu Quintana San José (Universidad de Cádiz)

El humor se suele etiquetar como un hecho pragmático y, en concreto, para Ruiz Gurillo (2019), como una habilidad metapragmática. Esta profundiza en el humor añadiendo una nueva visión en su estudio; en concreto, se analiza la aceptación del humor, la apreciación o el apoyo. Es más, para Attardo (2001), para que el humor funcione, tiene que existir lo que él denomina una comunicación non-bona fide, basada en la existencia de la incongruencia, la cual genera el humor. Este se ha clasificado en la literatura en un total de veintitrés tipos (Feyaerts et al. 2010, Feyaerts 2013), entre los que destaca la ironía y el sarcasmo (este último será en el que nos centraremos), en los que siempre ha habido una confusión.

Para la diferenciación del sarcasmo y la ironía, Dress et al. (2008) hicieron un experimento en el que se comprobó que las personas, de manera instintiva, sabían distinguir los términos. Los autores demostraron que el hablante, cuando está en tono sarcástico, mostrará una actitud burlona u hostil hacia una idea, una persona, un concepto histórico, etc.

La autora que más se ha ocupado del sarcasmo es Tabacaru (2019), quien resalta, a propósito de la distinción principal entre la ironía y el sarcasmo, que, para que exista este último, debe de haber un agresor y una víctima, a diferencia de la ironía, que no necesita ninguna de las condiciones anteriores. El sarcasmo es un humor complejo y para que se pueda ejecutar necesita que estén en juego varios procesos lingüísticos, lo que demuestra las múltiples implicaciones presentes con el procedimiento de construcción de significado y las diferentes asociaciones que la mente humana realiza en el proceso de comprensión.

Con el fin de reconocer el sarcasmo en el plano oral frente al plano escrito analizaremos a través de muestras de monólogos de *El club de la comedia* (dos de Eva Hache y uno de David Guapo) y la traducción al español de la segunda parte del libro de C. M. Cipolla *Allegro ma non troppo*. La pertinencia de este texto se basa en su popularidad y en que el autor advierte explícitamente de que es una sátira (y, por tanto, propensa al sarcasmo). Si bien el análisis del original sería la opción ideal, nuestro propósito es el estudio del sarcasmo en español, por lo que, de manera implícita, comprobaremos si la traducción tiene éxito a la hora de generar este recurso humorístico.

La identificación del sarcasmo se realizará a través de la semántica, pragmática, gestualidad y lo suprasegmental sin tener en cuenta su éxito pragmático.

Referencias bibliográficas

- Attardo, S. (2001): *Humorous Texts: A semantic and pragmatic analysis*. Berlín: Mouton De Gruyter.
- Cipolla, C. M. (1998): *Allegro ma non troppo*. Madrid: Booket.
- Dress, Megan L., Roger J. Kreuz, Kristen E. Link & Gina M. Caucci. 2008. Regional variation in the use of sarcasm. *Journal of Language and Social Psychology* 27(1). 71-85.

- Feyaerts, K. (2013): Tackling the complexity of spontaneous humorous interaction. An integrated classroom-modeled corpus approach. En: Ruiz-Gurillo L., Alvarado-Ortega MB. (Eds.), Irony and humor: from pragmatics to discourse, (243-268). Ámsterdam: John Benjamins.
- Feyaerts, Kurt, Dirk Speelman, Geert Brône & Bert Oben. (2010): Corinth: Corpus Interaccionale Humor. Lovaina: Universidad de Lovaina.
- LaSexta. (2011-2017): El club de la comedia. <https://www.lasexta.com/programas/club-de-la-comedia/>
- Ruiz Gurillo, L. (2019): El humor como hecho pragmático en español. Revista de Investigación Lingüística, 22, pp.183–198. <https://doi.org/10.6018/riL.381161>
- Tabacaru, S. (2019): A Multimodal Study of Sarcasm in Interactional Humor. Berlín: De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110629446>

Corpus, humor y etiquetas. La plataforma OBSERVAHUMOR.COM

Leonor Ruiz Gurillo (Grupo GRIALE. Universidad de Alicante)

En esta comunicación mostramos los principales aspectos teóricos y metodológicos que se han tenido en cuenta para la construcción de la plataforma OBSERVAHUMOR.COM y los avances que se han experimentado en los últimos tiempos. Nuestra plataforma se apoya en los desarrollos teóricos que ha experimentado el humor en los estudios del español en la última década, en especial de la mano del grupo GRIALE de la Universidad de Alicante. Dedicado a la ironía y al humor desde 2002, el grupo ha fomentado la construcción de una plataforma de discursos humorísticos que tuviera en cuenta variables como la edad, el género de los informantes o la clase social. Tras una inicial consolidación de 3 corpus, alojados en la actualidad en www.observahumor.com, y de una primera aproximación al corpus CHILDHUM, en los últimos 4 años se ha conseguido recoger, seleccionar, compilar, digitalizar y etiquetar un total de 6 corpus humorísticos. Estos reúnen la idiosincrasia del fenómeno en sí (Tsakona, 2017), pues la plataforma aloja discursos propiamente humorísticos, como los monólogos, otros donde el humor es una estrategia, como la conversación coloquial, o aquellos donde el fenómeno puede aparecer pero no se espera, como los blogs económico-financieros. Asimismo, se dispone de textos escritos y orales, así como de discursos producidos por niños y por adultos (Ruiz Gurillo, 2023). Todo ello da una idea de la amplitud y variedad del corpus.

Así pues, la selección, compilación y digitalización de OBSERVAHUMOR.COM ha propiciado que dispongamos en la actualidad de 6 repertorios:

- COLUMNAS.HUMOR: 105 secuencias que proceden de columnas periodísticas.

- ERASMUS.HUMOR: 69 secuencias provenientes de un corpus de narraciones humorísticas escritas por aprendientes de español en inmersión lingüística en Alicante.

- VALESCO.HUMOR.: 149 secuencias irónico-humorísticas provenientes de 67 conversaciones coloquiales del corpus de Val.Es.Co. (<http://www.valesco.es>).

-CHILDHUM: 1.158 narraciones humorísticas escritas por niños y niñas de 8, 10 y 12 de toda España.

-BLOGS.HUMOR: 100 secuencias humorísticas procedentes de 20 blogs económico-financieros.

-FEMMES.UP: 68 secuencias humorísticas de monólogos humorísticos.

Por lo que se refiere al etiquetaje pragmático, se ha desarrollado un sistema de marcas e indicadores humorísticos (Timofeeva Timofeev y Ruiz Gurillo, 2021) que se ha ido adaptando a la idiosincrasia de cada corpus. A modo de ejemplo, para CHILDHUM contamos con 88 etiquetas; para VALESCO.HUMOR, con 67. Así, se etiquetan marcas humorísticas como la entonación irónica, la risa, la intensidad de la voz, el uso de evidenciales, la negrita, la cursiva, etc. En cuanto a los indicadores, se dispone de una amplia gama de opciones que incluyen la hipérbole, el uso canónico de la fraseología, la polisemia o el empleo de valorativos.

Con todo ello, OBSERVAHUMOR.COM supone una herramienta de lingüística de corpus que, apoyándose en un etiquetaje pragmático, permite extraer resultados acerca del uso del humor en situaciones discursivas muy diversas.

Referencias bibliográficas

Ruiz Gurillo, Leonor (2023). La pragmática de un etiquetaje pragmático para la plataforma OBSERVAHUMOR.COM, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 96, 1-17. <https://dx.doi.org/10.5209/clac.91588>.

Timofeeva Timofeev, Larissa y Ruiz Gurillo, Leonor (2021). Marcas e indicadores del humor en narraciones escritas de niños y niñas de 8 a 12 años. *Spanish in Context*, 18:1, págs. 83-111 (<https://doi.org/10.1075/sic.00069.tim>).

Tsakona, Villy (2017). Genres of humor. En Salvatore Attardo (ed.) *The Routledge Handbook of Language and Humor*. London: Routledge, 489-503.

Textos humorísticos de elevada densidad semántico-pragmática: los apodos. El caso de Pradoluengo (Burgos, España)

María Simarro-Vázquez (Universidad de Burgos)

Los apodos, frecuentes en contextos mayoritariamente informales, constituyen un tipo de texto de una gran densidad pragmática y semántica. En muchas ocasiones, en una sola palabra se puede encontrar una gran cantidad de información de diferente tipo: de rasgos físicos de la persona poseedora de tal sobrenombre, de rasgos psicológicos, de anécdotas vividas por o en torno a dicha persona, meras descripciones objetivas y de otro tipo. Considerando estos productos culturales como auténticos textos, procedemos a un análisis pragmático de los mismos partiendo de un extenso conjunto de datos.

En el presente trabajo, analizamos un corpus compuesto por 1499 nombres contruidos de esta manera en un contexto geográfico determinado: el pueblo de Pradoluengo, en la provincia de Burgos, España. La mayor parte de ellos son de creación reciente y todos de uso vigente en la actualidad, aunque en algunos casos

fueron contruidos en el pasado y heredados por miembros de la misma familia. Analizamos cuál fue la intención mayoritaria con que fueron creados, cuáles son las formas preferidas para ello y qué relación semántica guardan con los referentes de los mismos. Determinamos cuáles son las formas preferidas para expresar una intención humorística y la elección del contenido relacionado con el designado en la búsqueda de creación de humor. Se concluye que más del 50% de los textos analizados persiguieron una intención humorística, bien afectiva, bien denigrativa. Así mismo, se comprueba que el contenido semántico al que más se hace referencia en la consecución de este efecto cómico es el de los rasgos físicos y psicológicos del referido, seguido de anécdotas vividas por el sujeto apodado.

Referencias bibliográficas

- Cárdenas Maragaño, B. (2015). Los apodos: individualizadores conceptuados. *Alpha (Osorno)*, (41), 159-176.
- González, M. E. (2010). Los apodos en el léxico del adolescente venezolano. *Letras*, 52(83), 133-172.
- Lytra, V. (2003). Nicknames and teasing. *Discourse constructions of youth identities*, 110, 47.
- Nikolenko, O. (2023). Nicknames as emotionally evaluative social identity carriers. *International Journal of Social Science and Human Research*, 6(3), 1-12.
- Satisteban, F. S. (1990). Los apodos en Cajamarca. *Anthropologica*, 8(8), 101-118.
- Valenciano, M. C. (2013). El sistema de apodos de Ejea de los Caballeros. *Archivo de filología aragonesa*, 69, 215-252.
- Zhou, F., Mou, J., He, M., & Kim, J. (2021). Nicknames as identity badges: How self-reflective nicknames can facilitate users' online social interactions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102459.

Estudio contrastivo del disfemismo, el eufemismo y el ortofemismo sobre el léxico sexual a partir de Jin Ping Mei y sus dos traducciones al castellano

Jinling Sun (Universidad Autónoma de Barcelona)

Esta investigación consiste en un estudio contrastivo y descriptivo de los disfemismos, los eufemismos y los ortofemismos sobre el léxico sexual de las dos traducciones al español de la novela china 金瓶梅 (Jīn Píng Méi). Cabe señalar que los léxicos sexuales forman una gran parte de eufemismos, disfemismos y ortofemismos. Estos fenómenos lingüísticos se expresan muchas veces de una manera humorística. 金瓶梅 (Jīn Píng Méi) es la primera novela moderna de la literatura china a finales de la dinastía Ming (1368-1644 d.C). La exploración de la sexualidad y el humor en la cultura de un pueblo proporciona una perspectiva única sobre sus aspectos menos convencionales. El corpus está formado por el texto original (TO) 金瓶梅 (Jīn Píng Méi) y por sus dos traducciones al castellano. Una de las traducciones, la que denominaremos TM1, es *Flor de ciruelo en vasito de oro*. Es una traducción mediada al español de Xavier Roca-Ferrer, publicada por la editorial Ediciones Destino en el año 2010. El TM2 es *Jin Ping Mei*, traducción directa al español de Alicia Relinque Eleta publicada por la editorial Atalanta en el año

2010. En nuestra investigación, tenemos como objetivos analizar la oscilación entre los disfemismos, eufemismos y ortofemismos sobre el léxico sexual entre el TO 金瓶梅 (Jīn Píng Méi) y las dos traducciones al español y la expresión de los disfemismos, eufemismos y ortofemismos de una manera humorística.

Mediación, multimodalidad y música: análisis multimodal del humor en ensayos de música antigua

Javier Yániz (Instituto Cultura y Sociedad, Universidad de Navarra)

En esta comunicación se busca describir las rutinas conversacionales multimodales (Chernyshova, Piccoli & Ursi, 2022) ligadas a la aparición del humor en procesos de mediación espontánea orientados. La presencia del humor en estos contextos puede ser empleada por el mediador como una de las estrategias metapragmáticas para mitigar el conflicto (Linares-Bernabéu, 2023). Por su relevancia, en este trabajo se pone el foco en un proceso comunicativo orientado a un fin específico (goal-oriented) (cf. Lefebvre & Mondada, 2023) en donde emerge de manera natural la necesidad constante de una negociación mediada: los ensayos de música (cf. Stoeckl & Messner, 2021). Los procesos de ensayos son acciones comunicativas conjuntas y complejas eminentemente cooperativas e intersubjetivas (Izen et al., 2023; Tomasello, 2010) en donde conviven múltiples modalidades.

Los ensayos analizados corresponden al subcorpus multimodal de ensayos musicales suscrito a las prácticas itinerantes del Multimodal Pragmatics Lab (<https://www.unav.edu/web/instituto-cultura-y-sociedad/proyectos/multineg/multimodal-pragmatics-lab>). El corpus se compone de 810 minutos (13,5 horas aprox.) con interacciones espontáneas de 12 participantes recopilados durante tres días (septiembre, 2023) en el convento de Zenarruza (Vizcaya). Los participantes recibieron un consentimiento informado que firmaron con el objetivo de permitir la grabación audiovisual, además de la presencia de los investigadores y a la recopilación de notas de campo durante todo el proceso. Gracias a este subcorpus se realiza un análisis cualitativo multimodal de una serie de secuencia de negociación mediada en donde emerge el humor como pieza lingüística clave. De esta forma, esta comunicación busca aportar nuevos datos basados en corpus en el análisis del humor en contextos específicos desde una perspectiva multimodal.

La comunicación se entiende dentro del panel Humor and Linguistic Corpora y se alinea específicamente con las líneas temáticas: 1) Humor and multimodality y 2) Corpora and humor in specific contexts. La comunicación será realizada en español.

Referencias bibliográficas

Chernyshova, Elizaveta, Piccoli, Vanessa & Ursi, Biago. (2022). Multimodal conversational routines: Talk-in-interaction through the prism of complexity. In K. Lund, P. Basso Fossali, A. Mazur & M. Ollagnier Beldame (Eds.),

- Language is a complex adaptive system: Explorations and evidence (pp. 131–146). Language Science Press. DOI: 10.5281/zenodo.6620127
- Hutchins, Edwing (2010). Cognitive Ecology. *Topics in Cognitive Science*, 2, 705-715. <https://doi.org/10.1111/j.1756-8765.2010.01089.x>
- Izen, Sarah C., Cassano-Coleman, Riesa Y. & Piazza, Elise A. (2023). Music as a window into real-world communication. *Frontiers in Psychology*, 14, 1012839. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1012839>
- Lefebvre, Agustin & Mondada, Lorenza (2023) Interactional Contingencies in Rehearsing a Theater Scene: The Consequentiality of Body Arrangements as Action Unfolds. *Human Studies* 46, 303–335. <https://doi.org/10.1007/s10746-023-09669-3>
- Linares-Bernabéu, Esther. (2023). Mediating through question-asking: A sociopragmatic analysis of epistemic stance negotiation in everyday conversation. *Journal of Pragmatics*, 213, 49-66. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2023.05.019>
- Stoeckl, Hartmut & Messner, Monika (2021). Tam pam pam pam and mi – fa – sol: constituting musical instructions through multimodal interaction in orchestra rehearsals. *Multimodal Communication*, 10(3), 193-209. <https://doi.org/10.1515/mc-2021-0003>

Panel 5. Humor e interacción / Humour and interaction

Humor, masculinidad y conversación de contacto: análisis de secuencias de saludos entre trabajadores de una fábrica

Virginia Acuña Ferreira (Universidade de Vigo)

En esta comunicación se analizarán extractos de interacciones que se desarrollaron en una fábrica de coches durante los descansos para comer entre varios de sus trabajadores, mayoritariamente varones. Se trata de datos conversacionales tomados del Corpus de Fala Bilingüe Galego/Castelán (Co.Fa.Bil) de la Universidade de Vigo (Rodríguez Yáñez y Casares Berg (2002/2003), que muestran la práctica de small talk (Coupland, 2000a, 2000b) o ‘conversación de contacto’ (Placencia y García, 2008) en un lugar de trabajo. En general, el habla de contacto puede definirse como una forma de comunicación que se centra en la creación y mantenimiento de buenas relaciones sociales, si bien conviene establecer distintos grados. Así, de acuerdo con Holmes (2000, p. 38), la ‘comunicación fáctica’ puede entenderse como la forma más extrema de habla de contacto, en la medida en que constituye el tipo de discurso que se orienta a la sociabilidad de manera más directa, es completamente independiente del contexto situacional, carece de un tema específico y presenta un nivel mínimo de información.

En trabajos previos (Acuña Ferreira, 2009, 2011) analizamos extractos de las interacciones grabadas en esta fábrica como “charlas de descanso”, una forma de habla de contacto en el trabajo en la que la realización de sociabilidad y compañerismo entre los trabajadores se apoya en gran medida en la reproducción de los viejos estereotipos asociados al ‘habla de los hombres’, reforzando así la ‘masculinidad hegemónica’ (Connell, 1995). En esta comunicación pondremos el foco en secuencias de saludos como las formas de habla de contacto más “puras” desde el punto de vista de la sociabilidad, en las que el humor se pone de relieve como estrategia socio-discursiva que adopta formas estereotípicamente masculinas como los insultos, ofensas o “anticumplidos”, los vaciles, el uso de motes y las ocurrencias ingeniosas.

Referencias bibliográficas

- Acuña Ferreira, V. (2009). Género y discurso: las mujeres y los hombres en la interacción conversacional. Lincom.
- Acuña Ferreira, V. (2011). Género y discurso conversacional en el contexto hispánico: la expresión de solidaridad masculina a través del apelativo macho entre los operarios gallegos de una fábrica. *Estudios de Lingüística* 25, 13-44.
- Connell, R.W. (1995). *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.
- Coupland, J. (ed.) (2000b). *Small talk*. Londres: Longman.
- Holmes, J. (2000). Doing collegiality and keeping control at work: Small talk in government departments. En J. Coupland (ed.), *Small talk*. Londres: Longman, 32-61.

- Placencia, M.E. y García, C. (2008). Formas, usos y funciones del habla de contacto en español. *Introducción. Oralia* 11, 9-28.
- Rodríguez Yáñez, X.P. y Casares Berg, H. (2003). The Corpus of Galicia/Spanish Bilingual Speech of the University of Vigo: Codes tagging and automatic annotation. *Estudios de Sociolingüística* 4 (1), 258-382. <https://doi.org/10.1558/sols.v4i1.358>.

Using the Think Aloud Protocol in humor studies: What we learned about studying irony through Questionnaires

Natalia Banasik-Jemielniak (The Maria Grzegorzewska University) / Maria Zajączkowska (School of Human Sciences, University of Economics and Human Sciences) / Olga Zimna (The Maria Grzegorzewska University) / Malwina Kurzawa (SWPS University of Social Sciences and Humanities) (Warsan, Poland)

Definitions of humorous irony often emphasize its ability to convey criticism or observation in a lighthearted manner. The measurement of verbal irony use presents considerable variability within scholarly research, ranging from production tasks to self-report questionnaires. The Sarcasm Self-Report Scale (SSS; Ivanko et al., 2004) emerges as a popular measure, assessing individuals' tendencies to employ verbal irony in everyday contexts. Comprising 16 items, the SSS evaluates both general and situational irony use, asking participants to rate their likelihood of using irony across various contexts on a Likert-type scale. Our study aimed to examine the properties of the Polish adaptation of the SSS, utilizing the think-aloud protocol (TAP) method for deeper insight into participants' interpretations and potential challenges encountered while completing the questionnaire. Engaging 32 participants, the study identified three main categories through qualitative content analysis: participants' connotations of irony, their approaches to responding, and the issues faced in responding to the SSS. Referring to the results of the study (Zajączkowska et al., 2024), we will discuss the utility of verbal protocols like TAP in assessing self-report measures of irony and humor in general, offering preliminary validation insights. Also, specific response strategies and areas where respondents encountered difficulties will be shared. Through exploring the validity of the Irony Self-Report Scale's items, this study contributes to the broader discourse on measuring figurative language use, emphasizing the complexity of capturing such a nuanced communicative phenomenon through self-report methodologies.

References

- Ivanko, S. L., & Pexman, P. M. (2003). Context incongruity and irony processing. *Discourse Processes*, 35(3), 241–279.
- Zajączkowska, M., Zimna, O., Kurzawa, M., & Banasik-Jemielniak, N. (2024). Exploring the Polish adaptation of the Sarcasm Self-Report Scale using the think aloud protocol: Three lessons about studying irony through questionnaires. In: N. Banasik-Jemielniak, P. Kałowski, & M. Zajączkowska (Eds.), *Studying verbal irony and sarcasm: Methodological perspectives from communication studies and beyond*. Palgrave Macmillan.

TV Comedy in Cuba: identity and the co-construction of meaning

Jackie Cannon (University of Nottingham, UK)

The main aim of this paper is to contribute to the discussion on the role of television comedy as a dynamic performance, examining in detail the Cuban TV comedy programme, *Pánfilo: Vivir del Cuento*, which enjoyed a weekly prime-time spot from 2008 to 2020.

The originality of this research lies in its exploring the under-examined, and often misinterpreted, role of TV comedy in the context of revolutionary Cuba. We explore how centralised television comedy production fits within Cuban cultural policy while also providing a platform for both criticism and reinforcement of revolutionary values internally, and frequent condemnation, and even misrepresentation and misrecognition, of the Cuban social system outside the country.

This leads to some parallels being sketched against the assertions contained in Adler-Nissen & Tsinovoi's (2019) article which "conceptualises international misrecognition as a gap between the dominant narrative of a national Self and the way in which this national Self is reflected in the 'mirror' of the international Other." While humour, they assert, may "[offer] an important way of coping with misrecognition by ridiculing and thereby downplaying international criticism", it is argued that awareness of the intended audience is crucial to the ability to capture and respond to the humour. It is asserted that only when seen through the lens of a declared socio-cultural commitment to a well-educated, cohesive and participatory society can the willingness of the "national Self" to laugh at their own misfortunes even start to be understood.

We point to some of the conflicts of interest which lead audiences to either celebrate or condemn the programme and its actors, also glimpsing the actions of members of the cast, who sometimes appear in and out of character in the press triggering equally contentious divides, entwining art and personal life.

Some of the key reasons for these divides will be spotlighted, largely framed within the culture war between the US and Cuba. This necessarily draws us to engage with the dynamic and interaction between both the producer and the receiver as political actors in humoristic communication.

References

Adler-Nissen, R & Tsinovoi, A, "International misrecognition: The politics of humour and national identity in Israel's public diplomacy", *European Journal of International Relations*, Vol 25, Issue 1, 2019

Let's entertain others: the relationship between comic styles and the histrionic self-presentation style in Polish, British, and Canadian samples

Agnieszka Fanslau / Michał Olech / Piotr Kałowski / Katarzyna Branowska / Anna Zarazińska / Melanie Glenwright / Lauren McGuinness / Natalia Banasik-Jemielniak (University of Gdańsk)

Self-presentation denotes deliberate “processes by which individuals attempt to control how they are perceived by other people” (Leary 2001, p. 7245). Humorous behavior is an important part of self-presentation in various social contexts. Histrionic self-presentation (HSP) is defined as “a way of shaping everyday interactions by explicit As-If-behaviors” (Renner et al., 2008, p.1303). They involve non serious, humorous pretense of varying degree, for example, parodying others or engaging others in small role-plays, using both verbal, paraverbal, or nonverbal means. The main motivation behind the HSP is attracting attention (termed tension creation) and defusing negative emotions (tension reduction) in order to entertain the audience. Doing As-If is closely related to humor behaviors (Renner and Heydasch, 2010) so we examined this relationship in greater detail by using the Comic Style Markers (CSM; Ruch et al., 2018) in Polish, English, and Canadian samples (N = 285, 383, and 305, respectively; Mage = 20.85, SD = 5.35). We expected that the HSP might be related to fun (involving practical jokes and „acting clownish”), wit (surprising others with funny remarks and accurate judgments), and satire (caricaturing fellow humans’ wrongdoings in a funny way) due to their pretense-based characteristics. We confirmed configurational, metric, and scalar invariance for the As-If-Scale (AIS; Renner et al., 2008) and the CSM in the three samples, which allowed for cross-cultural comparisons. As expected, the HSP was positively associated with fun, wit, and satire. Moreover, when entered as predictors of the HSP, CSM fun, wit, and satire explained as much as 32% of its variance. This means that individuals who enjoy and produce fun, wit, and satire tend to engage in the HSP more frequently and use these comic styles to engage in role-playing to create and/or reduce tension, and as a result, entertain others. Additionally, men scored higher on the AIS, but no cross-country differences were found. We suggest that the HSP is a useful construct for future studies of individual differences in humor behaviors.

References

- Leary, Mark R. 1995. *Self-presentation: Impression management and interpersonal behavior*. Madison, WI: Brown & Benchmark.
- Renner, Karl-Heinz, Sibylle Enz, Heiko Friedel, Georg Merzbacher & Lothar Laux. 2008. Doing as if: The histrionic self-presentation style. *Journal of Research in Personality* 42. 1303–1322. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2008.04.005>
- Renner, Karl-Heinz & Timo Heydasch. 2010. Performing humor: On the relations between self-presentation styles, gelotophobia, gelotophilia, and katagelasticism. *Psychological Test and Assessment Modeling* 52(2), 171–190.
- Ruch, Willibald, Sonja Heintz, Tracey Platt, Lisa Wagner & René T. Proyer. 2018. Broadening humor: Comic styles differentially tap into temperament,

Humor Interactivo y Dinámicas de Género: Propuesta de Análisis Dialógico de Conversaciones entre Amigas

María Isabel Kalbermatten (Gustavus Adolphus College)

El análisis del humor interactivo, como lo propusieron Chovanec y Tsakona (2018), ha identificado cinco factores cruciales que van desde los dispositivos de enmarcamiento hasta los géneros humorísticos. Este estudio se alinea con dicha propuesta y se sumerge en el mundo del humor conversacional para explorar cómo diversas formas de expresión humorística, tales como parodias, ironía verbal, chistes, anécdotas personales y juegos de palabras, contribuyen de manera significativa a (re)producir las dinámicas de género presentes en las conversaciones entre amigas.

Al adoptar un enfoque dialoguista, inspirado en el trabajo de Linell (1998, 2009), este estudio no solo considera los aspectos socioculturales, como el género de los interlocutores, sino que también integra los demás factores identificados por Chovanec y Tsakona. Aspectos como la secuencialidad, la interdependencia con la actividad comunicativa y la co-construcción del significado se vuelven cruciales en el análisis, conformando así un marco teórico sólido.

El análisis se fundamenta en fragmentos de conversaciones espontáneas entre mujeres, cuidadosamente grabadas y transcritas siguiendo las convenciones del Análisis del Discurso. Para esta investigación, se han aplicado los conceptos claves propuestos por Linell, tales como "episodios", "proyectos comunicativos" y "actividades comunicativas", para comprender mejor la naturaleza de la interacción.

Los resultados obtenidos revelan que las participantes en estas conversaciones no solo reproducen activamente el orden de género existente, sino que también emplean estrategias lingüísticas específicas para mantenerlo. Desde la ironía verbal hasta los juegos de palabras, estas estrategias se convierten en herramientas poderosas para construir y reforzar los roles de género tradicionales en la sociedad.

En última instancia, este análisis proporciona una visión detallada de cómo el humor conversacional puede funcionar como un mecanismo sutil pero efectivo para perpetuar las normas de género en la interacción social. Al examinar el uso del lenguaje humorístico en el contexto de conversaciones entre amigas, se revelan conexiones más profundas entre el humor, el género y el poder dentro de nuestra sociedad contemporánea.

References

Chovanec, Jan y Villy Tsakona. 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, 2018.

Linell, Per. *Approaching Dialogue: Talk, Interaction and Contexts in Dialogical Perspectives*. Amsterdam: John Benjamins, 1998.

_____. *Rethinking Language, Mind and World Dialogically: Interactional and Contextual Theories of Human Sense-making*. Charlotte NC: Information Age Publishing, 2009.

El humor verbal en interacción: primeros datos del corpus PRESEEA-Madrid XXI

Nicolás Moreno Martín de Nicolás (Universidad de Alcalá de Henares)

Una de las líneas de investigación que más se ha desarrollado, fundamentalmente desde principios del siglo XXI, ha sido la del humor conversacional, cuyo objeto de estudio son las ocurrencias de humor verbal que tienen lugar en interacciones espontáneas, como la conversación. Esta línea intenta describir cómo los interlocutores comunican, reciben, interpretan, y negocian los distintos significados humorísticos que surgen durante la interacción en una gran variedad de contextos, tanto familiares como formales, además de intentar identificar las numerosas funciones que desempeña. A pesar del firme desarrollo de esta corriente de estudio, una de las dimensiones que aún requiere más investigación sobre el empleo del humor verbal es su caracterización formal y su uso como herramienta discursiva, como estrategia de interacción, además de su variación correlacionada con factores sociales.

En esta comunicación, se presenta una investigación sociopragmática sobre el humor verbal en interacción en el habla de Madrid, enmarcada dentro del “Proyecto para el Estudio Sociolingüístico del Español de España y América” (PRESEEA). Ofrecemos los resultados de un análisis de humor verbal a partir del corpus PRESEEA-Madrid XXI, compuesto por 18 muestras de hablantes de Madrid organizadas según cuotas fijas de acuerdo con distintas variables sociolingüísticas (edad, sexo y nivel de instrucción) y recogido en formato de entrevista sociolingüística. Además, este corpus se caracteriza por ser el primero de los corpus PRESEEA que ha sido recogido en formato audiovisual, lo que permite un análisis tanto de los elementos verbales como los no verbales que se producen en el acto de habla humorístico, algo que no se había podido hacer hasta el momento. Los objetivos de este análisis son ahondar en el conocimiento del funcionamiento del humor verbal en interacciones en registro medio de lengua, de las formas y estructuras a través de las cuales se manifiesta en interacción, de las funciones discursivas que realiza y de su correlación con diversos factores sociales.

The role of disruption in the humour/argument interface: An insight into language acquisition data

Rosângela Nogarini Hilário (São Paulo State University) / Alessandra Jacqueline Vieira (Federal University of Rio Grande do Sul)

In this research, we investigate the relationship between humour and argumentation in the speech of two children (G., Brazilian and M., French, both aged 2 to 4 years) during the language acquisition period. The focus lies on ruptures/incongruities in speech - something unexpected that appears in speech -, since we can find them both in humorous statements and statements that make up the argument, specifically counter-arguments. In the analysis, verbal interaction between child and adult was considered, based on a dialogical-discursive perspective (Bakhtin, 2016; Volóchinov, 2017; Del Ré et al., 2021; Del Ré and Salazar Orvig, 2021): thus, both humor and argumentation are considered in their dialogical nature, in the relationship between the statements actually produced and discursive memory, which allows, as already presented in Del Ré et al. (2022), the interpretation of a moment of change in the "planned" sequence of statements, breaking with what is discursively expected. The data are part of the NALíngua/CNPq-Brazil Database (the Brazilian child) and the CoLaJe/Paris Database (the French child), collected in a naturalistic environment and analyzed qualitatively. For the analyses, we selected excerpts where both humour and argumentation were present. Initial results indicate that counterargument, in particular, plays an important role, considering that it is at the moment of opposition to the argument brought up by one of the interlocutors that a type of incongruity/rupture emerges in the statement, resolved in a playful manner and provoking laughter. These results seem to point to a very close relationship between humour and argumentation during this period of language acquisition, even though the production of humorous utterances and argumentative sequences do not always coincide. In this relationship, disruption/incongruity appears to play a central role.

Humor y género en la conversación coloquial: de 1990 a 2010

Claudia Revilla Gutiérrez (Universidad de Cádiz, Universidad Nacional de Educación a Distancia. UNED)

El humor es un hecho pragmático cuyo estudio resulta de gran relevancia, pero que todavía presenta numerosos ámbitos que deben ser explorados. Por este motivo, el objetivo de esta comunicación es caracterizar los usos humorísticos realizados en la conversación coloquial de carácter oral por hablantes del español en dos momentos diferentes, la década de 1990 y de 2010. Con ello se busca delimitar los rasgos principales del humor en cada momento para posteriormente contrastarlos y considerar los cambios encontrados.

Para lograr este objetivo se ha utilizado el corpus Val.Es.Co. 3.0., debido a la posibilidad de encontrar muestras pertenecientes a la conversación espontánea en los dos periodos mencionados. Siguiendo este criterio, se han obtenido 182

muestras de más de 20 secuencias y que han permitido analizar 91 enunciados en cada caso. Para lograr un análisis riguroso, se ha establecido una ficha metodológica con la que clasificar los rasgos de los usos humorísticos obtenidos. Dentro de este análisis, el primer elemento que se ha considerado es el género del hablante que lo produce y de sus interlocutores; una vez establecido dicha clasificación, se ha tenido en cuenta una serie de variables con las que cubrir los aspectos más relevantes: el éxito de los enunciados, el objeto sobre el que se humoriza, la función perseguida y el tipo de humor; además, finalmente se aplicará una perspectiva pragmalingüística al análisis a través del estudio de las marcas e indicadores con los que se codifica el humor.

Los resultados obtenidos con este análisis permiten afirmar que, si bien todavía no se puede hablar de un cambio lingüístico propiamente dicho, ya es posible entrever una serie de tendencias que manifiestan unos usos diferenciados entre ambas décadas. Asimismo, también ha permitido considerar los usos humorísticos de los distintos géneros ante sus interlocutores y las funciones y efectos sociopragmáticos perseguidos a través de la realización del humor.

Referencias bibliográficas

- ALVARADO ORTEGA, M. Belén. (2009): "Ironía y cortesía". En L. Ruiz Gurillo, y X. Padilla (eds.) *Dime Cómo Ironizas y te Diré Quién Eres. Una Aproximación Pragmática a la Ironía*. Frankfurt: Peter Lang 333–345.
- ALVARADO ORTEGA, M. Belén. (2012): El humor en los enunciados irónicos conversacionales. *Oralia: Análisis del discurso oral*, 15(1), 64– 77. (<https://doi.org/10.25115/oralia.v15i1.8055>).
- ALVARADO ORTEGA, M. Belén. (2013): Failed humor in conversational utterances in Spanish. *Irony and humor*, John Benjamins Publishing Company, 191–218. <https://doi.org/10.1075/pbns.231.12alv>
- ALVARADO ORTEGA, M. Belén. (2014): Humor y género: Análisis de conversaciones entre mujeres. *Feminismos*, 24, 17-40.
- ALVARADO ORTEGA, M. Belén. (2021): El humor y las risas en la conversación coloquial: Estudio pragmático de la identidad de género. *Oralia: Análisis del discurso oral*, 24(1), 7–26. (<https://doi.org/10.25115/oralia.v24i1.6456>).
- ATTARDO, Salvatore. y RASKIN, Victor. (1991): Script theory revisited: joke similarity and joke representation model. *Humor*, 4 (3-4), 293-347.
- BRIZ, Antonio. (2010): Lo coloquial y lo formal, el eje de la variedad lingüística. De moneda nunca usada: Estudios dedicados a José M^a Enguita Utrilla, N^o125, 125-133.
- CHOVANEC, Jan, & TSAKONA, Villy. (2018): Investigating the dynamics of humor. En E. Nissan (Ed.), *Topics in humor research*, John Benjamins Publishing Company, 1-26. (<https://doi.org/10.1075/thr.7.01cho>).
- HAY, Jennifer. (2000): Functions of humor in the conversations of men and women. *Journal of Pragmatics*, 32(6), 709–742. ([https://doi.org/10.1016/s0378-2166\(99\)00069-7](https://doi.org/10.1016/s0378-2166(99)00069-7)).
- PONS BORDERÍA, Salvador. (dir.): *Corpus Val.Es.Co 3.0*. [30/11/2023]
- RUIZ GURILLO, Leonor. (2014): Infiriendo el humor. Modelo de análisis para el español. *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, 59, 148-162. (https://doi.org/10.5209/rev_clac.2014.v59.46712)

RUIZ GURILLO, Leonor. (2019): El humor como hecho pragmático en español. *Revista de Investigación Lingüística*, 22, 183–198. <https://doi.org/10.6018/ril.381161>

Investigating the interpretative non-prototypicality of puns used in phatic communication

Agnieszka Solska (University of Silesia in Katowice)

Except for pun-based punchlines of jokes told to foster connections between individuals, punning utterances are not normally perceived as manifestations of phatic speech. Unlike greetings or instances of small talk, which are often formulaic and low in informative content, formulations which manage to squeeze two senses out of a single word are regarded as ideally suited for transactional communication and indeed they are typically found in contexts where a wealth of meaning combined with the economy of expression is at a premium: advertising slogans, headlines or witticisms. Scholarly research reflects this view of puns, focusing mostly on utterances which conceptually ‘pack a punch’ and which serve various non-interactive roles. The existence of what is sometimes referred to as ‘zero meaning’ puns, has been noted but the reasons for producing them and the communicative roles they perform remain under-researched.

Utterances of this sort are particularly conspicuous in digitally mediated communication, awash with often nonsensical punning wordplay, produced for the sake of social bonding. Sometimes limited to text alone, sometimes accompanied by visual elements highlighting less salient meanings of the linguistic material, humorous, pun-laden postings seem to be an internet version of the age-long social practice of ping pong punning. Whether conducted face to face or in cyberspace, the practice involves punning on some word or idea and triggering implicatures whose emergence depends more on the communicative intention than on the proposition expressed by the resultant utterances. The practice has been scrutinized in a recently published article (Solska 2023), where an argument was made, grounded in the analytic framework provided by relevance theory, that what underlies the perceived humorousness of puns produced out of the need to socialize rather than convey information, and what allows them to function as rapport builders is the non-prototypical interpretative mode which characterizes making sense of punning messages. The aim of this presentation, drawing upon the work of relevance theorists studying phatic communication is to examine diverse examples of phatically intended wordplay – both spoken and written, and to investigate how the interpretative non-prototypicality of puns contributes to the communicative outcome achieved in each specific case.

References

Solska, Agnieszka. 2023. The interpretative non-prototypicality of puns as a factor in the emergence of humor and in phatic communication. *Intercultural Pragmatics* 20(2) 133-159.

- Padilla Cruz, Manuel. 2005. On the phatic interpretation of utterances: A complementary relevance–theoretic approach. *Revista Alicantina de Estudios Ingleses* 18. 227–246.
- Padilla Cruz, Manuel. 2007a. Metarepresentations and phatic utterances: A pragmatic proposal about the generation of solidarity between interlocutors. In Piotr Cap & Joanna Nijakowska (eds.). *Current trends in pragmatics*, 110–128. New Castle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Padilla Cruz, Manuel. 2007b. Phatic utterances and the communication of social information: A relevance–theoretic approach. In Pilar Garcés-Conejos Blitvich, Manuel
- Padilla Cruz, Reyes Gómez Morón & Lucia Fernández Amaya (eds.). *Studies in intercultural, cognitive and social pragmatics*, 114–131. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Yus, Francisco. 2016. *Humor and Relevance*. Amsterdam: John Benjamins.
- Žegarac, Vlad. 1998. What is phatic communication? In Villy Rouchota & Andreas H. Jucker (eds.). *Current issues in relevance theory*, 327–361. Amsterdam: John Benjamins.
- Žegarac, Vlad & Billy Clark. 1999. Phatic interpretations and phatic communication. *Journal of Linguistics* 35. 321–346.

**“I have better judgement than she does, there’s no question about that”
Humorous meanings in interaction during the US presidential debates**

Sabina Tabacaru (Université Paris 8)

Recent studies on humor emphasize research on interaction and multimodality (Tabacaru, 2019; Priego-Valverde, 2023), bringing into focus the elements that allow shifting the different discourse spaces. Specifically, interaction allows interlocutors to enrich the common ground (Clark, 1996) that they share by emphasizing certain key elements in order to turn the tables on their opponent (Brône, 2008). Using elements that are made available by their interlocutors, speakers try to divert the meanings already created in discourse, through the use of humor and incongruity (Raskin, 1985). For this, speakers also make use of non-verbal elements, such as facial expressions, in order to make their humorous intentions salient to the audience. These facial expressions, such as raised eyebrows, for example, are known to play an accentuation role in speech (Rockwell 2000; Kraemer et al. 2002). Such visual markers help the interlocutors/audience to intersubjectively connect to the same common ground on which they construe their meanings.

The present paper explores such exchanges, as used by the candidates to the American presidential elections of 2016 and 2020 (Hillary Clinton vs Donald Trump and Joe Biden vs Donald Trump). The corpus allows to explore the use of key elements (Brône, 2008) on which meanings are construed and then shifted by their opponent in order to persuade the public in their favor. This is also linked to humorous stance (see also de Vries, Oben, Brône, 2021) and the way speakers have to coordinate with each other’s intentions and behaviors. These nonverbal

elements play a crucial role in intersubjectivity as the speakers need to constantly coordinate their meanings and expectations (Schelling 1960).

References

- Brône, Geert. 2008. Hyper and misunderstanding in interactional humor. *Journal of Pragmatics* 40. 2027—2061.
- Clark, Herbert H. 1996. *Using language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- de Vries, Clarissa M., Oben, Bert and Brône, Geert. 2021. Exploring the role of the body in communicating ironic stance. *Languages and Modalities*, (1), pp.65-80.
- Krahmer, Emiel, Zsofia Ruttkay, Marc Swerts, and Wieger Wesselink. 2002. Pitch, eyebrows, and the perception of focus. ISCA Archive https://www.isca-speech.org/archive_open/sp2002/sp02_443.pdf
- Priego-Valverde, Béatrice. 2023. *Interactional Humor: Multimodal Design and Negotiation*. Berlin & Boston: Mouton de Gruyter.
- Raskin, Victor. 1985. *Semantic mechanisms of humor*. D. Reidel: Dordrecht.
- Rockwell, Patricia. 2001. Facial expressions and sarcasm. *Perceptual and Motor Skills* 93, 47–50.
- Schelling, Thomas C. 1960. *The strategy of conflict*. Cambridge: Harvard University Press.
- Tabacaru, Sabina. 2019. A multimodal study of sarcasm in interaction. *Series Applications of Cognitive Linguistics* 40. Berlin: Mouton de Gruyter.

Interacción del humorista con el público

Maria Tomsig (UTN Universidad Tecnológica -Argentina)

La autora analiza: 1. los beneficios psicológicos y sociales del humor (en este apartado se analizan los mecanismos psicológicos del humor y se relata la experiencia de la autora como guionista en la revista *HUMOR*, prohibida por la dictadura militar en Argentina); 2. la interacción del humorista con el público en distintos ámbitos (teatro, radio, publicaciones y redes). El abordaje del tema lo realiza desde su experiencia como autora de ficciones de humor y como ex psicoanalista.

El humor como recurso pragmático en terapias de pareja

Gloria Uclés Ramada (Universitat d'Alacant)

El estudio del humor en contextos terapéuticos ha recibido gran atención, especialmente en el campo de la psicología (Brooks et al. 2021, Sarink y García-Montes 2023). Si bien desde la lingüística también se ha abordado este tema (Dionigi y Canestrari 2018), nos encontramos con una bibliografía más limitada.

Esta presentación pretende contribuir al estudio lingüístico del humor a través del análisis de sus efectos pragmáticos en sesiones de terapia de pareja. A partir de las secuencias en las que se identifican o bien marcas o identificadores del humor, se lleva a cabo un análisis pragmático. Para ello, se aplica el sistema de etiquetado pragmático para el humor (Ruiz Gurillo 2023) en el corpus de terapias de pareja Esprint Terapia (cedido por el proyecto Effects, dir. Rodríguez González).

El análisis preliminar de los datos muestra los siguientes resultados. En primer lugar, corroboran que el humor en sesiones de terapia de pareja cumple mayoritariamente una función pragmática concreta. En segundo lugar, que la mayor diferencia en cuanto a los objetivos pragmáticos del humor está relacionada con el papel discursivo. Así pues, los pacientes emplean mayoritariamente secuencias humorísticas como una estrategia de protección de su propia imagen y, en menor medida, de la imagen de su pareja y los terapeutas utilizan humor como una estrategia de alianza con los pacientes que, específicamente, adquiere un valor afiliativo.

Referencias bibliográficas

- Brooks, Adrian B. J., Pauline L. Herrmann, y Sylke Andreas. 2021. «The Use of Banter in Psychotherapy: A Systematic Literature Review». *Counselling and Psychotherapy Research* 21 (3): 570-86. <https://doi.org/10.1002/capr.12361>.
- Dionigi, Alberto, y Carla Canestrari. 2018. «The use of humor by therapists and clients in cognitive therapy». *The European Journal of Humour Research* 6 (3): 50-67. <https://doi.org/10.7592/EJHR2018.6.3.dionigi>.
- Ruiz Gurillo, Leonor. 2023. «La pragmática de un etiquetaje pragmático para la plataforma observahumor.com». *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 96 (noviembre): 1-17. <https://doi.org/10.5209/clac.91588>.
- Sarink, Federico S. M., y José M. García-Montes. 2023. «Humor interventions in psychotherapy and their effect on levels of depression and anxiety in adult clients, a systematic review». *Frontiers in Psychiatry* 13 (enero): 1049476. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2022.1049476>.

Panel 6. Humor y (des)cortesía / Humour and (im)politeness

Humor in teacher-parent-conferences. Deformalizing openings and Closings

Ponente invitada / Invited Speaker: Helga Kotthoff (Albert-Ludwigs-Universität Freiburg)

My talk will draw on conversational data from a research project on teacher-parent consultations at all types of schools in Germany that we carried out recently (financed by the German research foundation). We see these consultations as (inter)institutional discourse in which teachers and parents exchange perspectives on the student (Baker&Keogh 1997, Cedersund&Svensson 1996). Both sides present themselves as competent in relation to the pupil and negotiate the identity of a good mother/father or good teacher in the interaction, and act morally in the child's sense (for example, in stories from the respective institutions of school and home, Kotthoff 2012, 2015). We have audio recordings of 77 parent-teacher conferences which lasted between 15 and 65 minutes. Pupils were not present in most of the talks.

I'll analyse instances of joint laughter that occur when especially the teacher does not communicate in her/his professional identity but deformalizes her/his institutional role (for example by telling the parents that he longs for a beer now and is happy to finish the conference as soon as possible).

I'll discuss episodes from some opening and closing phases of the talks that contain humour which has to do with deformalization in the sense of Irvine (1979, 774) who introduces some features she sees as typical for formal communication:

1. Invoking Positional Identities - or the social identities of participants in a social gathering.

2. Emergence of a Central Situational Focus-concerns the ways in which a main focus of attention, a dominant mutual engagement that encompasses all persons present is differentiated from side involvements. There are various aspects of formality use in social-cultural situations.

We'll analyze how positional identities and central foci are left aside in performative humour (Kotthoff 2006) and how this creates specific role incongruities and joint amusement. I'll discuss possible functions of humour helping to deformalize this institutional talk.

References

- Baker, Carolyn & Keogh, Jayne. 1997. Accounting for achievement in parent-teacher interviews. *Human Studies* 18. 263 – 300.
- Cedersund, Elisabeth & Svensson, Lennart. 1996. A 'good' or a 'bad' student. A study of communication in class assessment meetings. *Language and Education* 10 (82/3). 132–48.
- Irvine, Judith T. 1979. Formality and informality in communicative events. *American Anthropologist* 81, 4: 773-790.

- Kotthoff, Helga (2006): Conversational humor and the pragmatics of performance. *Humor* 19 (3). Interdisciplinary Journal for the Study of Humor. Special issue on cognition in humor, 271-304.
- Kotthoff, Helga. 2012. Lehrer(inne)n und Eltern in Sprechstunden an Grund- und Förderschulen. *Zeitschrift für Gesprächsforschung. Zur interaktionalen Soziolinguistik eines institutionellen Gesprächstyps. Gesprächsforschung. Online-Zeitschrift für verbale Interaktion.* 290-321.
- Kotthoff, Helga. 2015. Narrative constructions of school oriented parenthood during parent-teacher-consultations. *Linguistics and Education* 2015, 1-18.

Las funciones de las metas humorísticas en la conversación coloquial

Anastasia Khaylina Tezikova (Universidad de Alicante)

El humor es un fenómeno pragmático que puede tener éxito dentro de una conversación, o, por el contrario, provocar malentendidos o incluso situaciones hostiles, dependiendo de la elección de la meta del humor (Kotthoff, 2006; Lampert y Ervin-Tripp, 2006; Zillmann, 1983). Por lo tanto, el objetivo de este trabajo es analizar las elecciones de los hablantes en la producción del humor, según la meta hacia la que se dirige el enunciado conversacional (Khaylina-Tezikova, en prensa), y observar el proceso de negociación entre los participantes de dichas metas. Para ello, se aplica la Teoría General del Humor Verbal (TGHV; Attardo, 2001) y la revisión de GRIALE (Ruiz Gurillo, 2012; Ruiz Gurillo y Alvarado Ortega, 2013) en el corpus VALESCO.HUMOR (http://www.observahumor.com/corpus_valesco), compuesto por 149 secuencias irónico-humorísticas extraídas de 70 conversaciones coloquiales del corpus Val.Es.Co 3.0 (<http://www.valesco.es>). A partir de la identificación de los cuatro tipos de metas del humor presentes en el corpus (externa, interna, colectiva y neutral), se realiza un análisis cuantitativo de las marcas e indicadores humorísticos empleados por los participantes (Khaylina y Alvarado Ortega, 2023; Ortega Gilabert y Timofeeva, 2023; Ruiz Gurillo, 2012; Timofeeva y Ruiz Gurillo, 2021) para evaluar qué elementos lingüísticos destacan a la hora de dirigir el humor hacia una meta determinada, y si esta es aceptada y sostenida por el resto de los participantes en la conversación o si, por el contrario, es rechazada en favor de otra alternativa.

References

- Attardo, S. (2001). Humorous Texts. En *A Semantic and Pragmatic Analysis*. De Gruyter Mouton. <https://doi.org/doi:10.1515/9783110887969>
- Khaylina, A., y Alvarado Ortega, M. B. (2023). Propuesta de etiquetaje pragmático para un corpus conversacional en español. *Circulo de Linguistica Aplicada a la Comunicacion*, 96, 19-35. <https://doi.org/10.5209/clac.91589>
- Kotthoff, H. (2006). Pragmatics of performance and the analysis of conversational humor. *Humor*, 19(3), 271-304. <https://doi.org/10.1515/HUMOR.2006.015>
- Lampert, M. D., y Ervin-Tripp, S. M. (2006). Risky laughter: Teasing and self-directed joking among male and female friends. *Journal of Pragmatics*, 38(1 SPEC. ISS.), 51-72. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2005.06.004>

- Ortega-Gilabert, J. A., y Timofeeva-Timofeev, L. (2023). Claves del etiquetaje pragmático en el corpus CHILDHUM. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 96, 59–71. <https://dx.doi.org/10.5209/clac.91591>
- Ruiz-Gurillo, L. (2012). *La lingüística del humor en español*. Arco/Libros, S.L.
- Ruiz-Gurillo, L., y Alvarado Ortega, M. B. (2013). *Irony and Humor* (Vol. 231). <http://benjamins.com/catalog/pbns>
- 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. *Spanish in Context*, 18(1), 83-112. <https://doi.org/10.1075/sic.00069.tim>
- Zillmann, D. (2008). Excitation Transfer Theory. En *The International Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiece049>

Impoliteness and humor on Brazilian Twitter: a case study of verbal offense targeting Supreme Court Judges

Ana Larissa Oliveira / Tímea Drinóczi / Monique Miranda (UFMG – Brazilian National Council for Scientific and Technological Development)

In this paper, we aim to investigate the verbal attacks on the judiciary system that took place on Brazilian Twitter from 2022-2023. This was a critical time in Brazilian history that involved the presidential campaign, in which Bolsonaro and Lula were adversaries and covered the frustrated coup of January 8th, 2023, orchestrated by Bolsonaro and his followers after his electoral defeat. In this period the judges were constantly described as "enemies" by Bolsonaro and his associates and were intensively attacked online. The data came from the corpus of Oliveira, Drincozi and Miranda (2024) and it is composed of 414,652 tweets used to reply to the official Twitter/X account of STF -@stf_oficial in the examined period. We manually analyzed a sample of 0,1% of the tweets and used the mixed approach (Unger et al., 2026), which incorporates visual components (memes and links, for example) and verbal components. The results show that humor was typically triggered by some kind of ambiguity (Yus, 2016; 2021) and that it was mostly used to mask the offensive potential of the posts, in an attempt to anticipate the evasion of guilt in case of legal charges of moral defamation.

References

- Culpeper, J. "Impoliteness and entertainment in the television quiz show: The Weakest Link," *Journal of Politeness Research*, vol. 1, no. 1, pp. 35-72, 2005.
- Culpeper, J. (2010). Conventionalised impoliteness formulae. *Journal of pragmatics*, 42(12), 3232-3245.
- Oliveira, Drincozi and Miranda (2024). STF Corpus. Unpublished.
- Unger, Johann, Ruth Wodak, and Majid KhosraviNik. "Critical discourse studies and social media data." *Qualitative research* (2016): 277-293.
- Yus, Francisco. "Incongruity-resolution humorous strategies in image macro memes." *Internet Pragmatics* 4.1 (2021): 131-149.

Yus, Francisco. 2016. *Humour and Relevance*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins. doi: 10.1075/thr.4

From absurd humor to black humor: degrees of impoliteness in humor

Emmanuelle Prak-Derrington / Laetitia Faivre (ENS de Lyon)

Politeness in social interactions is defined as “face work”, which serves both to preserve one's territory (positive face) and to avoid threatening the other's (negative face) (Goffman, 1974; Brown and Levinson, 1987). How does humor, as an inherently transgressive practice, fit into this face work? Is the semantic incongruity of humor (see *General Theory of Verbal Humor*, Raskin 1985, Attardo 2017) also an intersubjective incongruity? The umbrella-term humor covers a very wide variety of manifestations, which in turn are the subjects of multiple theories and interpretations (see Attardo 2020). It is an intrinsically ambivalent intersubjective phenomenon, which can include or exclude the other, be affiliative or aggressive. At one extreme, its playful nature can reinforce the endogroup, at the other, it can serve confrontational purposes and be the vehicle of symbolic violence (the dark side of humor, Billig 2005, Dufort et al. 2020). Here we adopt a metapragmatic discourse analysis-approach to humor (Ruiz-Garillo 2016). We extend the concept of verbal interaction to the broader concept of verbal intersubjectivity and consider humor across textual modes. Aggression can be directed at the participants in the interaction (interactional humor), or at the target(s) intended in the text (humorous textual genres). We will concentrate on this second form of aggression. In keeping with the distinction between the pure pleasure of “innocent” wordplay and “tendentious” humor (Freud, 1905), we focus on two antithetical registers of humor in monological, and yet dialogical texts. Absurd humor, which is autotelic and rooted in language vs. black humor, which deals with sensitive or even taboo subjects (Prak-Derrington 2022). The aim is to show how these two registers implement different types and degrees of transgression: verbal, thematic or intersubjective. Our examples of analysis are borrowed from written discourses (Le Causeur magazine) and multimodal discourses (the French comic strip *Le concombre masqué*, and sketch-sequences of the Austrian humorist Lisa Eckhart). Is it possible to identify cross-textual, metapragmatic constants that characterize these distinct forms of humor?

References

- ATTARDO, Salvatore, 2017. “The General Theory of Verbal Humor”, in S. Attardo ed. *The Routledge handbook of language and humor*. New York,
- ATTARDO, Salvatore, 2020. *The linguistics of humor: an introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2020.
- BILLIG, Michael. 2005. *Laughter and Ridicule: Toward a Social Critique of Laughter*. Londres: SAGE Publications.
- BROWN, Penelope, LEVINSON, Stephen C. 1987. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. *Studies in Interactional Sociolinguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.

- DUFORT, Julie, ROY Martin, OLIVIER Lawrence, éd. 2020. Humour et violence symbolique. Les Presses de l'Université Laval.
- FREUD, Sigmund, 2006 [1905]. Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten, Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- GOFFMAN Erving. 1974. Les rites d'interaction. Le sens commun. Paris: Les Éditions de Minuit.
- GRICE, H. Paul. 1975. « "Logic and conversation" ». In Syntax and Semantics 3: Speech Acts, édité par Peter Cole et Jerry Morgan, Londres, New-York, Academic Press, 41-58.
- PRAK-DERRINGTON, Emmanuelle, 2022. « Le politiquement incorrect de l'humour noir. Pour une théorie du second degré ». Le discours et la langue 13.2 (2022): 63-86.
- RASKIN, Victor, 1985. Semantic mechanism of humor. Dordrecht: D. Reidel.
- RUIZ-GURILLO, Leonor, ed. 2016. Metapragmatics of Humor. Ivitra.14. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Análisis de algunas chirigotas del carnaval gaditano desde la (des)cortesía

M. Sagrario del Río Zamudio (Università degli Studi di Udine)

En este artículo el objetivo principal es intentar aplicar las estrategias sobre la (des)cortesía en algunas chirigotas del Carnaval de Cádiz teniendo como base la amplia bibliografía disponible sobre el tema. De hecho, la (des)cortesía y la cortesía forman parte de la Pragmática, que centra su estudio en la relación existente entre los hablantes, el lenguaje y las situaciones en las que se produce la comunicación. Si el lenguaje protege o defiende el prestigio de las otras personas hablamos de cortesía, mientras que, si lo daña o ataca, hablamos de (des)cortesía.

El corpus elegido son los Carnavales de Cádiz porque proporcionan gran información sobre el español coloquial y sobre algunas situaciones comunicativas en las que se pueden apreciar las citadas estrategias de (des)cortesía, dependiendo de si centran la atención en la imagen social que de ellos se desprende (locutor) o en la del otro (interlocutor). Del mismo modo, se pueden apreciar los tipos de humor individualizados por Hernández Muñoz (2012): humorístico, irónico y satírico. Por otra parte, la importancia de los carnavales es muy relevante y lo avala el que en 2017 el Carnaval se considere Manifestación Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial y que en 2018 se creara la Cátedra del Carnaval cuyo objetivo es profundizar en el conocimiento, estudio y divulgación de esta fiesta popular a través de distintas acciones académicas y científicas (Universidad de Cádiz).

En cuanto a las investigaciones de los últimos lustros vemos que las manifestaciones de la (des)cortesía cambian según los entornos culturales, la estratificación social de los hablantes y la variación de los contextos de habla, motivo por el que se ha producido un cambio metodológico que tiende hacia un análisis más discursivo e interaccional. En nuestro caso analizaremos este proceso y nos centraremos, fundamentalmente, en los estudios de Haverkate (2001) y de Gutiérrez Ordóñez (2007), así como en otros argumentos pertenecientes tanto a la Pragmalingüística como a la Sociopragmática ya que no podemos olvidarnos del

público, muy variado, que, aunque no comprenda todo lo emitido y tenga que realizar algunas inferencias, se ríe y disfruta porque logra procesar correctamente parte de los mensajes.

Exploring the Multidisciplinary Landscape of Self-Irony: A Systematic Review of Definitions and Operationalizations

Aleksandra Siemieniuk (University of Warsaw and The Maria Grzegorzewska University)

Self-irony, also known as self-depreciation, is a nuanced phenomenon deeply entrenched in human communication and cognition. This systematic review delves into the varied conceptualizations of self-irony across different fields including discourse analysis, psycholinguistics, and social science. The primary objective is to elucidate the diverse perspectives and definitions surrounding verbal self-irony, with the ultimate aim of constructing a comprehensive operationalization.

Through a meticulous examination of literature spanning multiple disciplines, this review identifies the key dimensions, theoretical frameworks, and methodological approaches employed in understanding self-irony. By synthesizing these disparate viewpoints, the study endeavors to foster an inter- and transdisciplinary dialogue, encouraging collaboration and exchange of insights.

The findings of this review will contribute to a deeper understanding of self-irony, shedding light on its cognitive, linguistic, and socio-cultural underpinnings. Moreover, it will lay the groundwork for the development of a unified framework for studying and analyzing this complex phenomenon. Ultimately, this presentation serves as an invitation to scholars across disciplines to engage in a collective exploration of self-irony, enriching our comprehension of human humor, communication, and self-awareness.

Frenado y retroceso: cuando la broma se desvía a la ofensa

Alicia Silvestre Miralles (Universidad de Zaragoza)

En ocasiones, a causa de falta de precisión, o por ambigüedad semántica, un emisor lanza un discurso y de inmediato percibe que su interlocutor lo malinterpreta y/o lo recibe como ofensivo. Dada la dinamicidad y secuencialidad en la realización física de los géneros orales, no es posible borrar las palabras emitidas. Observamos que, para subsanarlo, se llevan a cabo a posteriori estrategias de atenuación y matización, tales como la expresión “que es/era broma” presente en varias culturas. Manifiesta un deseo de preservar la imagen propia y ajena, corregir la intencionalidad original y concretar las inferencias de dicha emisión. Estudiamos casos extraídos del corpus PRESEA, Corpus diacrónico del español (CDE), Corpus de referencia del español actual (CREA) y Corpus del Español del siglo XXI (CORPES XXI). Los resultados indican que la expresión “(que) es/era broma” proporciona una actualización de la información previamente producida, de manera que su contenido se resignifica como humorístico (Attardo y

Raskin, 1991; Attardo, 1991, 2001, 2006, 2017 y 2020; Verschueren, 1999, 2009, Ruiz Gurillo, 2015), así como atenuado (Lakoff, 1973; Leech, 1983; Brown y Levinson, 1978; Briz y Albelda, 2013).