

La metáfora evaluativa al servicio del humor en la interacción oral y coloquial

Evaluative metaphor at the service of humor in oral and colloquial interaction

Vela Bermejo, Juan

 **Juan Vela Bermejo**
Universidad de Alicante (San Vicente del Raspeig,
Alicante, España), España

Rasal Lingüística
Sociedad Argentina de Estudios Lingüísticos, Argentina
ISSN: 2250-7353
ISSN-e: 2618-3455
Periodicidad: Semestral
vol. 2022, núm. 1, 2022
revistarasal@gmail.com

Recepción: 05 Mayo 2021
Aprobación: 06 Junio 2021

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/494/4942923007/>

DOI: <https://doi.org/10.56683/rs221053>

Algunos derechos reservados.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-
NoComercial 4.0 Internacional.

Resumen: El objetivo del presente artículo es el tratamiento de la metáfora como recurso lingüístico capaz de transmitir contenido evaluativo y humorístico en el discurso oral y coloquial. En el marco de esa interacción, las emociones desempeñan un papel fundamental, ya que recogen los pensamientos y valoraciones del hablante hacia otros individuos o entidades, situación que evidencia en mayor o menor medida la actitud del emisor, que desembocará en diversas reacciones por parte de los restantes interlocutores. A partir del análisis de diversos fragmentos conversacionales pretendemos demostrar cómo la metáfora (junto a otros fenómenos como la ironía o la cortesía) puede potenciar contenidos evaluativos y humorísticos en una interacción y no siempre con un efecto negativo, sarcástico o de burla, sino también como un medio positivo para afianzar los nexos entre los interlocutores o, incluso, para procesos de "auto-humor" o afectivos.

Palabras clave: metáfora, evaluación, humor, oralidad, lengua coloquial.

Abstract: The objective of this article is to discuss metaphor as a linguistic resource capable of transmitting evaluative and humorous content in oral and colloquial discourse. In such interactions, emotions play a fundamental role as they collect the thoughts and assessments of the speaker towards other individuals or entities, which, to a greater or lesser extent, makes the speaker's attitude evident and may lead to various reactions on the part of the other partners. From the analysis of various conversational fragments, we will try to demonstrate how metaphor –together with other phenomena such as irony or politeness– can enhance humor in an interaction. In addition, we show metaphor does not always have a negative, sarcastic or mocking effect, but rather it may also be used in a positive way to strengthen the links between the interlocutors or, even, for conveying "self-humor" or affective processes.

Keywords: metaphor, evaluation, humor, orality, colloquial language.

1. Introducción

Un fenómeno de eminente relevancia pragmática como el humor ha sido estudiado, preferentemente, en géneros propiamente humorísticos como el monólogo (Ruiz Gurillo, 2011; 2012), los chistes (Yus, 1996) o las viñetas cómicas (Padilla y Alvarado, 2010), campos textuales donde el receptor está predispuesto a la recepción de un contenido ornamentado por figuras humorísticas. Sin embargo, los enunciados propios de la conversación coloquial están plagados de un humor que, en la mayoría de las ocasiones, el receptor no se espera. Además, la metáfora como mecanismo evaluativo juega un papel importante en la transmisión de este humor que, partiendo de nuestra hipótesis inicial, se utiliza en el género oral y coloquial como un medio positivo para estrechar lazos entre los interlocutores, junto a otros recursos como la ironía y la cortesía, que no siempre estarán al servicio de promover efectos negativos en la conversación (Norrick, 2004, p. 98; Norrick y Babel, 2009, p. 33).

El objetivo de este artículo es evidenciar cómo la metáfora está al servicio de la evaluación y el humor en los enunciados orales y coloquiales, hecho que nos permitirá comprobar los efectos que produce la conjunción de ambos fenómenos y su funcionalidad como estrategias conversacionales. Asimismo, la propuesta del tratamiento de la metáfora ligado a las estrategias de evaluación supone una nueva perspectiva enfocada en el lenguaje figurado como vehículo para expresar la actitud de los interlocutores, con el fin de evidenciar cómo los hablantes (mediante el aprovechamiento del sistema de opciones de la lengua y de las muy diferentes maneras de presentar informaciones similares) en la interacción oral modifican continuamente los significados interpersonales imprimiendo sus emociones o valorando a personas, objetos o hechos dentro del marco de lo ético y del juicio. Para llevar a cabo este trabajo se mostrará un análisis de varios ejemplos de muestras conversacionales provenientes de los siguientes corpus del español: el *COVJA* (Azorin y Jimenez, 1997), el *Corpus de conversaciones coloquiales* de Briz y el grupo Val.Es.Co. (2002) y el *CREA* (*Corpus de Referencia del Español Actual*).

2. El humor verbal

Attardo (2008, p. 117) destaca, dentro del amplio abanico de corrientes que han tratado el humor, las teorías de la agresión (según las cuales toda experiencia humorística surge como manifestación del sentimiento de superioridad del hombre hacia el hombre), teorías de la liberación (el humor como efecto de una liberación de energía acumulada) y teorías de la incongruencia (el humor se fundamentaría en el descubrimiento de una realidad o un pensamiento que resulta incongruente con lo que se esperaba). De todas estas visiones, las teorías de la incongruencia poseen una visión pragmática, aunque dentro de ellas, apreciamos a su vez diferentes perspectivas, de las que destacamos la relevancia y la “Teoría General del Humor Verbal” (Attardo, 2001, p. 22; 2008, p. 108), ya que ambas son aplicables a enunciados contextuales concretos y, consecuentemente, es posible fijar generalizaciones. De acuerdo con esta teoría, existen seis variantes de fuentes de conocimiento que, además de evidenciar entre sí una relación jerárquica, permiten fijar el grado de humor visible en un texto o intercambio. Estas fuentes de conocimiento son la oposición de guiones, el mecanismo lógico,

la situación, la meta, las estrategias narrativas y el lenguaje (basamos nuestra descripción a partir de Alvarado, 2012, p. 13).

Por un lado, la oposición de marcos o guiones semánticos (se establece que en un texto humorístico se fija un guion inicial que se opone a un segundo de carácter definitivo) a la hora de interpretar un enunciado humorístico crea una serie de incongruencias que el oyente deberá resolver para conseguir una interpretación final adecuada. Asimismo, el mecanismo lógico se inserta en la dualidad “incongruencia-resolución”, según la cual la resolución de tal proceso resulta opcional en determinados casos de humor (Attardo, 2001, p. 25); por tanto, no se dispondrá en todos los contextos de esta fuente de conocimiento. Del mismo modo, la situación como el marco contextual que evoca y genera el proceso humorístico permanece vinculada a la meta que muestra qué entidad es el objetivo del humor. Attardo (2001, p. 24) también especifica que tal fuente de conocimiento puede ser opcional, porque existe un tipo de humor no agresivo, que no ridiculiza a nadie y no posee un objetivo personal. Por otro lado, la estrategia narrativa se asocia al género utilizado para expresar humor: puede ir de la simple estrategia “pregunta-respuesta” propia de un chiste a mecanismos lógicos o razonamientos más complejos. Finalmente, es inevitable destacar tanto el lenguaje como todas las marcas o mecanismos lingüísticos posibles que el hablante posee para codificar los elementos humorísticos (polisemia, ambigüedad, polifonía, hipérbole, etc.).

Cabe mencionar que la visión de Attardo (2001, p. 120) con respecto al humor verbal vincula la ironía y el humor en la interacción, y manifiesta que ambos recursos son gestionados como “herramientas sociales”, entre las cuales destacan las siguientes: la afiliación a un grupo, tanto inclusiva como exclusiva; la sofisticación, que se relaciona con la destreza mental que posee el hablante; la cortesía, que se utiliza para defender y salvaguardar la imagen social del hablante en los intercambios comunicativos; y, por último, la más relevante de cara al campo tratado en nuestro trabajo, la evaluación, entendida como actitud de aprobación o desaprobación ante el enunciado o valoración del mismo.

Si partimos de esta idea, el humor se vincula de un modo positivo con la cortesía, es decir, su utilización sirve para destacar la imagen positiva del interlocutor y así estrechar lazos de camaradería. Brown y Levinson (1987, p. 13) afirman que la cortesía se sostiene en el concepto de imagen pública que es necesario proteger y, para ello, se debe evitar dañar la imagen pública de los demás: “the desire to be unimpeded in one’s actions (negative face), and the desire (in some respects) to be approved of (positive face)”. La imagen pública de una persona se divide en dos variantes diferenciadas: por una parte, la cara positiva es la imagen que el individuo posee de sí mismo y que aspira a que sea reconocida por el resto de los miembros, es decir, que los restantes interlocutores acepten su forma de ser y actuar en alguna de sus manifestaciones o enunciados; por otra, la cara negativa se refiere a la voluntad de cada individuo de que sus actos no sean irrespetados por otros, esto es, que sus acciones no sean impedidas o prohibidas y, por lo tanto, se afiance su derecho a la intimidad. De este modo, el hablante es capaz de gestionar determinadas estrategias comunicativas que le sirven para mantener su imagen positiva y para salvaguardar su imagen negativa ante el oyente.

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

3. La metáfora humorística y su componente evaluativo

Según el DRAE (2001), la metáfora se considera un “Tropo que consiste en trasladar el sentido recto de las voces a otro figurado, en virtud de una comparación tácita; por ejemplo: *las perlas del rocío, la primavera de la vida, refrenar las pasiones*”. La definición considera este recurso como un tropo o figura literaria que exige un alto grado de elaboración; sin embargo, en línea con los planteamientos de Lakoff y Johnson (1991), sostenemos que la metáfora no es meramente una figura literaria sino más bien un mecanismo cognitivo de índole general que consiste en entender un tipo de cosa en términos de otra (Lakoff y Johnson, 1991, p. 41). En consecuencia, este tipo de fenómeno no constituye un mero adorno literario, sino que es un fenómeno sumamente abundante en el lenguaje cotidiano, que forma un entramado complejo e interrelacionado donde coexisten creaciones nuevas con expresiones “fossilizadas”; además, la existencia de esta red tiene un papel esencial en las representaciones internas, es decir, en la visión del mundo que posee el hablante.

Lakoff y Johnson (1991, p. 39) evidencian que “la metáfora impregna la vida cotidiana, no solamente el lenguaje, sino también el pensamiento y la acción; nuestro sistema conceptual ordinario, en términos de cual pensamos y actuamos es fundamentalmente de naturaleza metafórica”. Dichos autores diferencian dos tipos de metáforas, las *conceptuales* y las *orientacionales* (Lakoff y Johnson, 1991,

p. 50): las primeras son esquemas de carácter abstracto que fundamentan un trasvase o proyección semántica entre dos dominios, el dominio origen o físico y el dominio destino o conceptual (EL AMOR ES UNA LUCHA, UNA DISCUSIÓN ES UNA GUERRA O LAS IDEAS SON ALIMENTOS, Lackoff y Johnson, 1991, p. 50); las segundas emplean un mecanismo similar, pero se organizan en torno al espacio (MÁS ES ARRIBA Y MENOS ES ABAJO).

Otro aspecto destacable es la conceptualización de la emoción a través del proceso metafórico. Kövecses (2000) afirma lo siguiente: “metaphor not only pervades the language people use about the emotions, but also that is essential to the understanding of most aspects of the conceptualization of emotion and emotional experience” (p. 20). El lenguaje metafórico sirve para estructurar la concepción de los sentimientos, de los cuales este autor extrae siete, por su peso en la tradición del estudio de las emociones: ira, miedo, felicidad, tristeza, amor, lujuria, vergüenza y sorpresa.

En la muestra más natural del lenguaje como es el habla coloquial fundamentada en el registro informal, son muy comunes las expresiones metafóricas, ya que, como afirma Ruiz Gurillo (2001, p. 27), mediante las metáforas se consigue entender mejor la realidad “acercando hechos abstractos a nuestra experiencia perceptual, simplificando nociones complejas por medio de sensaciones físicas o explicando los hechos difíciles con la imagen que tenemos de nuestro propio cuerpo”. Briz (1998, p. 99) apunta que el recurso metafórico es un mecanismo habitual en el habla coloquial, ya que conforma un procedimiento cognitivo que permite “comprender una cosa (tener experiencia) de esta en términos de otra” y, del mismo modo, “transmitir una serie de contenidos inferenciales ausentes en una construcción no metafórica”. En la misma línea se sitúa Cuadrado (2010, p. 2) cuando especifica que, en el lenguaje común, una característica básica de la metáfora es la accesibilidad del dominio origen con respecto al dominio destino, ya que “existe un predominio de la direccionalidad que va de lo abstracto a lo concreto”.

La metáfora se convierte en un elemento frecuente e iterativo en los intercambios comunicativos, sobre todo en el caso de la conversación coloquial. Según Sanmartín (2000, p. 138), el interlocutor es capaz de reconocer los procedimientos metafóricos por la interacción de rasgos o anomalías semánticas, hecho que implica la búsqueda del sentido figurado o valor más coherente y apropiado en función del contexto (entre los diversos posibles). Además, habría que apuntar que la metáfora, en el ámbito de la coloquialidad, se caracteriza por tres factores que pueden aparecer con mayor o menor intensidad: el humor, la capacidad heurística o explicativa o la intensificación de la cantidad o cualidad. En cualquier caso, todos estos factores servirán para potenciar la creación metafórica en virtud de las intencionalidades del hablante (persuadir, argumentar, oponerse...) en la conversación. Dentro de estas estrategias comunicativas utilizadas por los interlocutores en el intercambio oral y coloquial, la metáfora cumplirá un papel fundamental a la hora de transmitir contenidos evaluativos; apreciaremos cómo estas metáforas evaluativas conforman una herramienta útil para que el hablante exprese su estado afectivo o emocional, o bien vierta valoraciones sobre otras personas o comunidades, objetos, situaciones o hechos particulares.

Hasta el momento, los análisis planteados con respecto a las modalidades apreciativas y a la evaluación en el discurso se han basado fundamentalmente en muestras de la lengua escrita, lo que ha derivado en un enfoque determinado en el tratamiento de los índices lingüísticos englobados en la modalización de un texto (Hunston, 2000; Hood, 2005; Martin y White, 2005); sin embargo, dichas unidades funcionan y adquieren valores específicos en la conversación, a veces de una forma involuntaria y espontánea, por lo que consideramos necesario plantear nuestro objeto de interés, la metáfora y sus componentes humorístico y evaluativo, en muestras orales de la lengua. Del mismo modo, mediante el análisis del proceso metafórico apreciaremos cómo los interlocutores imprimen sus afectos y emociones, sus juicios y sus evaluaciones de muy diversas maneras y atendiendo a variables contextuales en situaciones de enunciación determinadas. A continuación comentaremos las características definitorias del conjunto de corpus utilizado en nuestro trabajo: el *COVJA* (Azorín y Jiménez, 1997), *el Corpus de conversaciones coloquiales* de Briz y el grupo Val.Es.Co (2002) y *el Corpus de Referencia del Español Actual* (CREA).

El *Corpus Oral de la Variedad Juvenil universitaria del español hablado en Alicante* (*COVJA*) es un corpus sectorial dirigido por D. Azorín y J. L. Jiménez (1997), integrado en el proyecto *Alicante Corpus Oral del Español* (*Alcore*), el cual recopila interacciones orales dadas en la ciudad de Alicante. El *COVJA* almacena unos 800 minutos de grabación distribuidos en trece sesiones de entrevista y coloquio; dichas sesiones poseen una duración que oscila entre los 44 y los 90 minutos, en las que un total de 63 interlocutores de diversas especialidades universitarias (22 chicas y 41 chicos cuyas edades se comprenden entre los 18 y los 24 años) han participado a partir de situaciones de enunciación que apoyan la naturalidad en las muestras conversaciones recogidas.

La segunda recopilación utilizada para este trabajo es el *Corpus de conversaciones coloquiales*, dirigido por Briz y el grupo Val.Es.Co. (2002). Este conjunto, cuyo propósito fundamental es conformar una recopilación textual de referencia para el estudio de la conversación coloquial, queda conformado por 19 conversaciones que se distribuyen del siguiente modo: la primera recoge nueve conversaciones a partir de la prototipicidad o carácter periférico de la interacción oral coloquial (Briz y Val.Es.Co., 2002, p. 11); la segunda queda conformada por diez conversaciones distribuidas por niveles socioculturales (bajo, medio, alto).

Finalmente, el *Corpus de Referencia del Español Actual* (*CREA*) recopila un amplio conjunto textual de carácter escrito y oral, producido por los países de habla hispana desde 1975 hasta 2004. Mientras que los textos escritos provienen de libros, revistas o periódicos (abarcando más de cien tópicos o materias), los orales se basan en transcripciones de la lengua hablada a partir de espacios radiofónicos o televisivos. Las muestras conversacionales de nuestro trabajo extraídas del *CREA* se inscriben en su compilación de textos orales, los cuales conforman el 10% del total del corpus.

El propósito fundamental de este artículo es observar cómo la metáfora imprime un contenido evaluativo y humorístico en las interacciones orales. Para ello, a la hora de tratar cada uno de estos fragmentos conversacionales, se ha establecido un modelo de análisis que establece una serie de criterios a partir de los cuales poder abordar el tratamiento de la metáfora en relación al cotexto

inmediato, a los valores transmitidos y a los interlocutores que participan en el proceso evaluativo.

Por un lado, la localización marca el contexto y el corpus donde se inserta el marco evaluativo en el discurso conversacional. Asimismo, el tópico conversacional genera la línea temática que justifica el intercambio comunicativo. En este caso, se debe plantear cómo se genera el contexto valorativo y el modo de introducirlo por parte de los interlocutores. Es aquí donde cobra una especial relevancia la oposición de guiones semánticos o los marcos opuestos a la hora de interpretar un enunciado evaluativo (Attardo, 2001, p. 108), los cuales generan unas incongruencias que el oyente debe resolver en su interpretación final. Del mismo modo, la meta refiere a la persona o la entidad (desde un objeto hasta un evento, situación o hecho particular) que cumple el papel de objetivo de la evaluación en el intercambio comunicativo.

Por otro lado, los recursos lingüísticos contienen toda la información necesaria para poder verbalizar un texto evaluativo; de ahí que el hablante posea todos los instrumentos necesarios para que un texto contenga las palabras adecuadas que den lugar a una interpretación valorativa: polisemia, ambigüedad, polifonía, derivación, etc. Aquí cobra especial relevancia el proceso metafórico como el recurso figurado central de nuestra investigación. Nos hemos basado en Sanmartín (2000, pp. 130-138) a la hora de establecer los tipos principales de hechos metafóricos, de acuerdo con su relevancia a la hora de transmitir o propiciar determinados significados valorativos. Por ejemplo, la metáfora simbólica y transparente es el tipo de estructura convencionalizada en una comunidad que, desde una perspectiva cultural, se encuentra plenamente motivada. La metáfora prefabricada es una construcción idiomática o prefijada, en relación directa con las locuciones o la fraseología, que esconde una traslación metafórica institucionalizada. La metáfora hiperbólica es el tipo de estructura metafórica al servicio de la exageración o la exacerbación evaluativa. Finalmente, las creaciones libres son recursos metafóricos motivados plenamente por el contexto particular y por el ingenio del interlocutor, donde también entran en juego cuestiones como el poder ideológico, el conocimiento enciclopédico, la ironía, la cortesía, etc.

3.1 Metáforas humorísticas con efecto negativo: análisis conversacional

Las muestras conversacionales aquí analizadas evidencian una metaforización vinculada a la concepción clásica del humor con efecto negativo, es decir, como método de agresión hacia individuos participantes o ajenos al intercambio conversacional (elementos de juicio) o hacia objetos, entidades o situaciones determinadas (elementos de apreciación). En este caso, la metáfora está al servicio de la experiencia humorística como muestra de un sentimiento de superioridad del interlocutor (o de algo de su posesión) hacia otro individuo o elemento, teoría ampliamente desarrollada por autores como Kotthoff (2003), Ritchie (2005) o Archakis y Tsakona (2005).

3.1.1 Metáforas hacia el oyente

En un intercambio fluido visible en (1) sobre la calidad de las series televisivas de ficción emitidas tanto en Estados Unidos como en España, H4 demanda a H1 un cigarro

(1)

(COVJA, 1997, pp. 1033-1044)

1033 <H1>: Algo así, como por ejemplo... <ruido>... todos estamos cansados de ver las típicas series de... qué bonito es el mundo en <nombre propio> Estados Unidos </nombre propio>, qué bonito es el sueño americano y tamb <palabra cortada>... <simultáneo> y tú sabes que hace falta... que hace falta ver los <extranjero> Simpsons </extranjero>.

1034 <H4>: Y tú sabes por qué lo ponen eso, tú sabes por qué lo ponen </simultáneo>.

1035 <H1>: Y (-->) <sic> historias, como <nombre propio> Matrimonio con hijos </nombre propio> para <fático = duda>... dejarme sin... para ver cómo...

1036 Un cigarro, tío. ¡Eres más rata!

1037 <H1>: <ininteligible> <risas> Cuesta pelas [...]

Ante la negativa de H1, lingüísticamente no explícita en el intercambio, H4 lo califica mediante la siguiente exclamación: ¡Eres más rata! Esta breve intromisión genera la siguiente oposición de guiones semánticos en un claro marco evaluativo: por un lado, mediante la metáfora prefabricada y animalizadora «ser un rata» (LAS PERSONAS SON ANIMALES) se vierte un juicio de crítica negativa hacia H4 como persona egoísta, tacaña y escasamente generosa ante la negativa de ofrecer al demandante un cigarrillo; por otro, debido a que la imagen negativa de H4 ha quedado dañada tanto por su acción como por la consecuente reprimenda de H1, el primero recurre al argumento de índole económico para salvaguardar su actitud ante la situación (*Cuesta pelas*). En este caso, el humor desencadenante de las risas entre los participantes en la conversación deriva de una muestra con efecto negativo hacia el oyente H4, meta u objetivo de la valoración a través de un recurso metafórico prefabricado que funciona como estrategia humorística de crítica contextual.

(2)

(COVJA, 1997, pp. 368-375)

368 <E1>: No, no, si eso es verdad. Yo (-->) partidaria..., o sea (-->), por mi parte, prefiero ayudar a la gente que es pobre, de aquí, que (-->)... o sea, no es porque esto... sino que los tengo más cerca y sé que ese dinero les llega. O sea (-->), pero seguro que no se lo voy a dar a una iglesia, eso ni de coña... se lo doy directamente, eso está claro. Entonces, por lo menos sé que (-->), tío, aun <palabra cortada>... aunque no se coma un bocata, si es más feliz con un cartón de vino, pues yo se lo doy, tío, pa <palabra cortada>... o para un pico, si con eso va a vivir más a gusto, pues que se lo <sic> tomen eso, tío, da igual.

369 <H2>: Dále el regalito adulterado y dejará de sufrir <risas>. ¡Joder!, lo del pico es un poco duro.

370 <E1>: Pero, bueno, yo le doy el dinero, o sea (-->)... si le doy quinientas pelás, pues quinientas pelás y si le doy menos pos <sic> menos, o sea no me puede exigir que le dé dinero, ¿no (-->)? Pero, o sea (-->)... vamos, en lo que lo quiera gastar, si es feliz pues es feliz. E<(s)> que es lo típico, vamos a darle ropa, vamos a darle (-->), vamos a darle veinte duritos pa<(r)>a que se <sic> compra un bocadillo, vamo<(s)> a da<(r)>le (--->) pa<(r)><(a)> que se tome un café, pa<(r)><(a)> que se tome un café. Y, a lo mejor, el tío le das una chaqueta <simultáneo> y a lo mejor le das una chaqueta y tal y te dice: <estilo directo> Pero, gilipollas, no ves que lo que yo necesito es vino, necesito un güiscacho </estilo directo>.

371 <H3>: ¡Vamos a darle una dosis!

372 <H1>: ¡Vamos a cortarla con cianuro! </simultáneo>.

373 <H2>: <risas> ¿Eso es experiencia propia o qué, viejo? Es que eso del pico me... me ha llega<(d)>o al alma. ¡Joder! Bueno, bueno de qué, vamos... ¿de qué estábamos hablando? <risas> Pues, macho, ya... ya del pico <simultáneo> ya, del pico se me ha ido el santo al cielo. Esto, ¿cómo se para esto?

Incluimos este extenso fragmento (2) con el fin de comentar la crítica que recibe el participante E1 ante la tesis vertida en su primera intervención: con el fin de ayudar a los colectivos pobres o desfavorecidos, el interlocutor es capaz de proporcionarles dinero para fines como el alcohol o las drogas, si con ello consiguiera que alcancen la felicidad o la satisfacción inmediatas (*si es más feliz con un cartón de vino, pues se lo doy; o para un pico, si con eso va a vivir más a gusto, pues que se lo tomen eso, tío, da igual*). H2 responde a la intervención de E1 mediante el siguiente proceso hiperbólico e irónico: *Dale el regalito adulterado y dejará de sufrir. ¡Joder! Lo del pico es un poco duro*. La inclusión del esquema metafórico LA DROGA ES UN REGALO ya genera las risas entre los participantes; sin embargo, el interlocutor inicial prosigue con la defensa de su tesis, reafirmando su postura con respecto a la oposición de guiones semánticos generada en cuanto a proporcionar dinero a los pobres para las necesidades básicas (ropa, aseo, comida, etc.) o para otras prácticas adictivas y perjudiciales como el alcohol o las drogas (*en lo que lo quiera gastar, si es feliz, es feliz*). Ante la insistencia de E1 sobre su postura, tanto H3 como H1 deciden proseguir con la hipérbole humorística anterior, la cual utilizarán como gancho, para aumentar aún más el grado de exageración de tal procedimiento: *¡vamos a darle una dosis! ¡vamos a cortarla con cianuro!* Es curioso cómo la sorpresa generada por el punto de vista de E1 llega a desembocar en una desviación del tema en el debate propuesto (*ya del pico se me ha ido el santo al cielo. Esto, ¿cómo se para esto?*). En definitiva, es apreciable un proceso casi sarcástico ante la tesis defendida por E1, participante que se convertirá en la meta u objetivo del humor y la evaluación a través de un juicio de crítica particular con calidad de burla o efecto negativo, como una persona inconsciente e ilógica en su idea de ayudar a los colectivos sociales más desfavorecidos. En este caso, destaca sobre todo cómo un recurso hiperbólico de corte metafórico que equipara la idea de felicidad con la muerte mediante una droga manipulada de un modo voluntario sirve como estrategia narrativa para que otros participantes en la conversación se sumen a tal procedimiento y lo modulen a su gusto con el fin de unirse a este proceso de crítica hacia la tesis defendida por E1.

3.1.2 Metáforas hacia una persona ausente

En este intercambio (3) centrado en la adherencia del entrevistado a algún tipo de creencia religiosa en particular observamos cómo H3 establece la oposición de guiones semánticos en cuanto su vinculación al “amor” o a la “Iglesia”:

(3)

(COVJA, 1997, pp. 230-237)

233 <H3>: No, cristiano no.

234 <E1>: Tus propias creencias.

235 <H3>: En el amor, no es ninguna cre <palabra cortada>... sí es una creencia, yo... criticaré hasta la saciedad a la <nombre propio> Iglesia Católica </nombre propio> a todo el <nombre propio> Vaticano <nombre propio> porque creo que no es... no es un mensaje que quiso transmitir <nombre propio> Jesucristo </nombre propio>, es... todo lo contrario. ¡Si levantara de la tumba <nombre propio> Jesucristo </nombre propio> risas>.

237 <H3>: Prohibiendo preservativos en <nombre propio> África </nombre propio>, apoyando a <nombre propio> Franco </nombre propio> durante... la <nombre propio> Guerra civil </nombre propio>... y a <extranjero> Mussolini </extranjero> <silencio> ¡Por favor!

En un primer momento, él mismo se adscribe de un modo explícito al primer extremo (el amor), considerándolo de un modo metafórico como una religión propia; sin embargo, esta dualidad da pie a la crítica posterior de H3 a la Iglesia Católica y al Vaticano (*no es un mensaje que quiso transmitir Jesucristo, es todo lo contrario*). Es aquí cuando H3 introduce la locución *¡Si levantara de la tumba Jesucristo!*, que genera de un modo inmediato las risas entre los participantes, consecuencia directa del humor. De este modo, gracias a la metáfora conceptual la incongruencia es la resurrección de un muerto, el interlocutor crea un marco antonímico relacionado con el conocimiento compartido de los participantes; el recurso anterior da pie e introduce el supuesto mensaje positivo del catolicismo basado en el respeto, la bondad o el amor, en contraposición a argumentos históricos que lo contradicen de un modo flagrante (*prohibiendo preservativos en África, apoyando a Franco durante la Guerra Civil y a Mussolini. ¡Por favor!*) Por lo tanto, el contenido valorativo del recurso descrito, junto al claro tono humorístico que imprime al intercambio, sirve para incluir un juicio de crítica hacia esta parte institucional del catolicismo como una entidad hipócrita, falsa y contraria a las creencias originarias de dicha religión. El humor en este caso sirve como estrategia narrativa al servicio del juicio, con efecto negativo y sin ningún componente de cortesía.

(4)

(VALESCO, 2002, p. 55)

B: ¿QUÉ has estao?en su casa/ cabrón≠ y te la has tirao ya

D: no/ pero me lo dijo queee§

A: ¬§ se la lleva todos los días aaa aa casa hombre

D: sí/ y en el coche≠/ me coge la marcha≠ y (RISAS) y me pone la primera/ tú pásame las [papaas]

C: [(RISAS)]

B: [(RISAS)]/// pues la marcha atrás? tú en seguida pones ¿no Katy?

D: yo sí

A: y no [no cuidao]

B: [(RISAS)]

En (4) los interlocutores pretenden que D afirme que ha ligado con una chica, referente fuera de la conversación al que, supuestamente, D ha llevado a casa en su coche durante una noche pasada. Sin embargo, como tales acontecimientos no han ocurrido, el hablante D contesta a sus interlocutores mediante una secuencia metafórica libre que parte del marco conceptual LAS PERSONAS SON VEHÍCULOS (*sí/ y en el coche≠/ me coge la marcha≠ y (RISAS) y me pone la primera*), en el que juega con el doble sentido que presenta el verbo *coger*, que funciona como indicador metafórico; del mismo modo, personaliza este juego de palabras con el uso del pronombre *me* (*me coge la marcha, me pone la primera*), para causar mayor impacto en su oyente. Por tanto, observamos que aparece una oposición de guiones semánticos, por un lado, se activa el marco semántico *llevar a su amiga en coche* y, por otro, *tener sexo con ella*. Se trata del primer gancho que aparece en el fragmento de la conversación y que ofrece pistas al oyente para su correcta interpretación. Esta oposición general de guiones favorece las incongruencias en la situación comunicativa en la que participan los interlocutores, ya que estos se encuentran pasando el día en el campo. La meta u objetivo del humor (y la evaluación) es la amiga ausente en la conversación; por lo tanto, la ironía y el humor causan un efecto negativo sobre una persona ausente en la conversación, la amiga de D, ya que está insinuando que es una “chica fácil”, es decir, adicta u obsesa en el plano sexual. Habría que añadir que este enunciado humorístico tiene efectos positivos en el grupo conversacional, ya que la ironía y el humor se usan como estrategias para corroborar la identidad del grupo y estrechar lazos con los interlocutores a través del lenguaje que, en este caso, se manifiesta con la polisemia. En definitiva, nos encontramos ante un ejemplo de ironía continuada en el que las intervenciones gestionan continuos ganchos que el oyente interpreta de forma humorística por la ruptura de expectativas, evidenciado mediante la aparición de las risas.

3.1.3 Metáforas hacia un objeto o situación

El comentario de A en (5) sobre la fumigación que lleva a cabo un helicóptero en la zona donde se encuentra el grupo de interlocutores provoca que el resto de los participantes hable de sus propias ventosidades y del olor que desprenden:

(5)

(VALESCO, 2002, p. 60)

B: ¡joder el del tío!¬helicóptero

A: están ¡coño!/ y luego dicen que no nos infectando la- el ozono≠ echemos espráis

D: porque tú te #/ que eso sí#tiras cada ((cuesco))

B: eso sí que destruye la capa de ozono (())

B: [(RISAS)=]

C: [(RISAS)]
 B: = **eso sí que es ((cloro)) puro carbono**¬ nano§
 D: § (RISAS) **eso sí es ozono**(RISAS)
 A: eso es bueno/ porque es- **es sustancia orgánica**
 B: (RISAS)
 D: ¡hostia! si es orgánica
 B: sí y dice y coon [retintín]¬ tío¬además dice SUSTANCIA
 A: [(RISAS)]
 D: [comerás≠] **comerás gloria/** peroos§
 B: § nano]¬además [con retintín/ SUSTANCIA
 A: es **sutancia] gaseosa**§¬[es sustancia

Es destacable cómo el humor y la ironía se prolongan a lo largo del intercambio, donde todos los participantes colaboran; el gancho radica en el comentario técnico de A de que los aerosoles destruyen la capa de ozono, intervención que conduce al comentario hiperbólico y continuado de que las ventosidades también destruyen la capa de ozono. Esta estrategia empleada por A es la que continúan el resto de hablantes. La distribución metafórica genérica sería las acciones habituales [pedos] son perjuicios globales y, en cuanto a apreciación hiperbólica de las ventosidades quedaría distribuida de este modo: el pedo es cloro / carbono [puro] / sustancia orgánica (debido a comer “gloria”, es decir, gran cantidad) / sustancia gaseosa. Además, el indicador con *rentintín* señala la entonación irónica que ha empleado A en su calificación más técnica o precisa de sus ventosidades como “sustancias” de tipo gaseoso u orgánico. En definitiva, es destacable una apreciación claramente humorística de este hecho como un elemento dañino, desagradable e, incluso, perjudicial tanto para los propios interlocutores como para el entorno; sin embargo, cabría añadir que tal apreciación sitúa también al hablante A como meta u objetivo de la valoración por ser el responsable de tal situación, aunque su imagen pública no queda dañada en ningún momento, ya que, en este caso, la analogía entre la fumigación en la zona y las ventosidades provoca un contexto distendido prolongado, que genera las risas entre los participantes en la conversación, situación que estrecha los lazos de amistad y camaradería entre un grupo de amigos que se encuentran en una comida informal en el campo.

(6)

(VALESCO, 2002, p. 67)

D: pasa¬D: pasa ¡ay!/// (3”) es que las- estas botellas tienen- pinta dee

A: de botellas (8”)

D: eso e- sí e- ee- **comer en la naturaleza propia/ een** (RISAS) **la misma selva** (RISAS)

B: **en la misma mierda** (RISAS)

Finalmente, remarcamos este breve intercambio (6) donde, en una comida entre amigos en un espacio natural como es el campo, D califica el entorno de tal evento como *comer en la naturaleza propia, en la misma selva*; esta metáfora hiperbólica, que equipara tal emplazamiento con un lugar natural y salvaje como la selva, inicia el contexto humorístico y sirve como gancho para la siguiente intervención de B, *en la misma mierda*. El proceso de metaforización adquiere

un carácter gradual, sobre todo en el sentido de la conveniencia de una comida en un espacio escasamente apropiado para ello: las localizaciones espaciales son naturaleza / selvas / elementos desechables [mierda]. En este caso, la crítica basada en la apreciación del lugar como el menos adecuado para una comida (por su suciedad) genera las risas entre los participantes, consecuencia directa de una apreciación humorística con efecto negativo hacia la situación particular descrita.

3.2 Metáforas humorísticas con efecto positivo: análisis conversacional.

El siguiente conjunto de fragmentos conversacionales muestra cómo la metáfora evaluativa puede motivar una experiencia humorística positiva, con elementos de juicio que abarquen tanto a los oyentes y participantes en el intercambio, como a otras personas ausentes en el mismo, además de a otros objetos o situaciones particulares, mediante un humor de imagen positiva que evidencia el deseo del interlocutor de formar parte e integrarse adecuadamente en el grupo conversacional. Por otro lado, existen numerosos casos de auto-humor o humor de imagen negativa, donde el propio emisor cumple el papel de meta evaluativa, y deberá conservar y defender su imagen social. En definitiva, esta idea de humor sin contenido de crítica o agresión parte de la perspectiva de este fenómeno pragmático vinculado a la idea de solidaridad, tendencia trabajada por autores como Attardo (2001, p. 180), Holmes y Marra (2002, p. 1679) o Hay (2000, p. 716).

3.2.1 Metáforas hacia el oyente

En (7) apreciamos cómo el encuestador E1 anima a los participantes en el intercambio a que conversen abiertamente en el debate que se va a generar alrededor de un tópico a menudo problemático por la multiplicidad de opiniones, es decir, la ideología:

(7)

(COVJA, 1997, p. 424)

424 <E1>: Bueno, vamos a pasar a hablar de... ideología, que es un tema que lo hemos deja<(d)>o mejor para debate <simultáneo> para el final, para que así podamos hablar todos y (-->)... que cada uno exponga sus puntos de vista y (-->) claro, con mucho respeto <risas>. **Que aquí no nos comemos a nadie** <risas> y (-->)... que cada uno diga lo que de verdad piense.

En este caso, el contenido humorístico se desencadena desde dos perspectivas complementarias de acuerdo al contexto: por un lado, casi como un modo de advertencia implícita en cuanto al respeto a la hora de plasmar las perspectivas de cada uno de los interlocutores (*claro, con mucho respeto* <risas>); por otro, mediante la metáfora simbólica y transparente *que aquí no nos comemos a nadie*, basada en el esquema conceptual LAS PERSONAS SON ALIMENTOS y con el trasvase semántico transparente que intensifica la idea de libertad a la hora de transmitir los diversos puntos de vista relacionados con la temática anunciada. Este último recurso metafórico posee una clara estrategia social: arengar a los diversos miembros que participan en el diálogo a que éste adquiera el estado

de debate fluido y, ante todo, respetuoso, con el fin de generar una situación comunicativa amistosa y cordial. Por lo tanto, destaca un contenido humorístico con un claro efecto positivo hacia los oyentes, donde el componente de juicio parte de la estima social animando a que estos olviden su timidez y sean hablantes participativos y tolerantes con respecto a las futuras ideas vertidas.

(8)

(COVJA, 1997, pp. 140-147)

140 <H3>: Sí... este verano pasado, por ejemplo, estu <palabra cortada>... o sea, mi madre trabaja en una consulta, entonces estuve sustituyéndola mientras ella tenía vacaciones... pues (-->)... estuve yo... trabajando... allí.

141 <H3>: <risas> Bueno, pero una consulta pero (-->)... mi madre no es médico ni nada de <simultáneo> esto, quiero...

142 <E1>: ¡Ah! </simultáneo>.

143 <H3>: Decir que era la persona que (-->) <risas>.

144 <E1>: <risas> ¡D<(e)> a chavo matasanos!

145 <H3>: No, no, a tanto no. O sea (-->) estaba abriendo la puerta, contestando al teléfono, y todas estas cosas.

146 <E1>: Ya.

147 <H3>: Lo que no se ve. <risas> Eso.

En (8) apreciamos cómo, en un evidente tono jocoso y exclamativo, se califica a la interlocutora H3 como a *chavo matasanos*; todo deriva de una confusión por la ausencia de la aclaración de la implicatura, desencadenada tras la afirmación del anterior hablante sobre la sustitución laboral que realizó a su madre en una consulta. Ya de por sí no resolver inicialmente esta implicatura genera el humor entre los participantes, risas que motivan la explicación posterior de H3: *bueno, pero una consulta pero mi madre no es médico ni nada de esto*. De acuerdo a que el contexto humorístico ya se ha iniciado, E1 lo aprovecha calificando a la interlocutora mediante el uso prefabricado *matasanos*, compuesto lexicalizado que generalmente caracteriza al colectivo médico negligente. Tras esta intromisión, H3 precisa de nuevo aclarar su labor meramente administrativa en este emplazamiento (*estaba abriendo la puerta, contestando al teléfono y todas estas cosas*); sin embargo, el componente de humor ya se ha fijado mediante una crítica de juicio particular hacia H3 como persona incompetente o negligente por su falta de estudios en medicina (refiere directamente a la metáfora humanística LOS MÉDICOS TE MATAN). En todo caso, resulta obvio que nos encontramos ante una muestra de humor con efecto positivo hacia el oyente, ya que no se daña la imagen positiva de H3, sino que una falta involuntaria de información en la descripción de una situación laboral pasada motiva una situación comunicativa distendida con un punto elevado y específico de humor, desencadenado por la acusación directa a la interlocutora a través del recurso hiperbólico descrito.

3.2.2 Metáforas hacia una persona ausente

El hablante H3 en (9) explica la afición familiar al fútbol y, en especial, la pasión desmedida de su madre por este deporte:

(9)

(COVJA, 1997, p. 217)

217 <H3>: Y bueno, aparte, lo único que nos une es el <nombre propio> Hércules </nombre propio> y vamos casi todos los domingos a... al <nombre propio> Hércules </nombre propio>. Fui a <nombre propio> Madrid </nombre propio> a ver el <nombre propio> Real Madrid-Hércules </nombre propio>... Y nada, muy bien. Mi madre está loca. Se ha compra<(d)>o un muñequito del <nombre propio> Barça </nombre propio> y si gana la liga lo tiene que poner en el coche <risas>. O sea que estamos apaña<(d)>os. Y nada, muy, muy bien. Los vecinos ya vienen porque mi madre canta los goles que... **te puedes morir** <risas>. Y ya vienen y dicen: <estilo directo> ¿Esto qué es? </estilo directo>. Dice que...

Tras una breve introducción donde el interlocutor deja claro sus preferencias en cuanto al seguimiento de un equipo en particular, aparece la sentencia *Mi madre está loca*, la cual sirve para crear un marco de incongruencia entre los receptores y una oposición de guiones semánticos todavía no resuelta: *loca* como irracional o *loca* como adepta o aficionada exacerbada. En este caso, el humor se desencadena con la metáfora hiperbólica *te puedes morir*, es decir, llegar al último estadio de la carcajada (LA COMICIDAD ES LA MUERTE) gracias a los actos de su madre durante el visionado de los partidos (ejemplificado en el caso de los vecinos que asisten a su casa para ver las reacciones del referente en cuestión durante tales eventos). Nos encontramos ante un contenido humorístico que sitúa a la madre del interlocutor como meta u objetivo de la evaluación, en un contexto de estima social como persona entregada, apasionada u obsesa a un deporte; también es remarcable cómo la sentencia de H3 que desencadena las risas de los restantes participantes en la conversación no pretende dañar la imagen pública de su madre, sino que posee un efecto positivo donde el propio interlocutor se solidariza con los excéntricos actos de la misma, además de crear un contexto distendido en la narración de tales sucesos.

(10)

(COVJA, 1997, pp. 356-359)

357 <H4>: En caso de... en el caso de mi madre dice que <estilo indirecto> me ve con mi novia y no... cuando estoy con ella no soy igual </estilo indirecto>, dice que </estilo indirecto> me lle <palabra cortada> que **me va a llevar más tieso que na<(d)><(a)>** <risas> </estilo indirecto>. O sea, cuando viene mi novia pos <sic> sí, quito la mesa o, a lo mejor, hago así para que ella vea que hago algo <risas>. Tampoco es que (-->)...

358 <H2>: <ininteligible> ¿La tienes engañada?

359 <H4>: No, ella ya está acostumbrada, o sea que... no hago mucho, en mi casa.

En (10) el hablante H4, ante su escasa implicación en las labores domésticas, especifica que cuando convive con su novia no actúa de tal modo, lo que genera una oposición de guiones semánticos inmediata: escasa tenacidad en el trabajo del hogar con su familia y aparente capacidad en el desempeño de tales labores cuando su pareja se encuentra con él. El humor se desencadena con la sentencia en discurso indirecto que la madre del interlocutor suele decirle cuando su novia

aparece en escena: *dice que me va a llevar más tieso que nada*. Esta metáfora prefabricada basada en el esquema conceptual LAS PERSONAS SON OBJETOS posee un eminente sentido comparativo y totalizador, donde se focaliza en un evidente trasvase semántico la idea de ser firme y obediente ante unas hipotéticas órdenes relacionadas con el desempeño de las tareas mencionadas. El humor deriva en este caso en el juicio de un referente fuera de la conversación, el cual recibe una crítica particular (y positiva de acuerdo a los intereses de la madre) como persona tirana y mandataria; aun así, aunque tal contenido paródico no daña la imagen pública de la pareja de H4, sí que sirve como gancho para ahondar en la idea de falta de constancia en el trabajo del hablante, casi en un proceso de humor propio que incide en su imagen negativa de cara a los restantes participantes en el intercambio, con el fin de que estos entiendan y respeten su falta de implicación en el hogar: *cuando viene mi novia pos sí, quito la mesa o, a lo mejor, hago así para que ella vea que hago algo <risas> o ella ya está acostumbrada, o sea que... no hago mucho, en mi casa* (remate conclusivo).

3.2.3 Metáforas hacia una situación

En el fragmento conversacional (11), surgido gracias al visionado de una serie de fotografías, la interlocutora C caracteriza a su hijo atendiendo a sus rasgos físicos en una imagen particular, correspondiente a un viaje a Inglaterra: *parecía un conejito*.

(11)

(VALESCO, 2002, p. 203)

C: § a ver si lo conoces///(3”) ES MI NANO///(2”) cuando me lo llevé a Inglaterra///(2”) y aquí/ mira qué qué- **es un conejito**

P: [(RISAS)]

J: [(RISAS)]

C: si e- es que nació de kilo y medio§

P: § sí§

C: § y ahí≠/ pues no m’ acuerdo/ l(a) la fecha que pone≠/ pero a lo mejor tenía dos meses después]de la incuba[dora

La metáfora conceptual, simbólica y animalizadora, LAS PERSONAS SON ANIMALES (*es un conejito*) adquiere en este intercambio un sentido valorativo de apreciación física, con un evidente toque humorístico (y afectivo mediante el sufijo diminutivo) que genera las risas inmediatas entre los interlocutores. En este caso, C justifica la evaluación anterior en sus dos siguientes intervenciones: *nació de kilo y medio y a lo mejor tenía dos meses después de la incubadora*. En definitiva, nos encontramos ante una muestra de evaluación hacia un referente ausente en la conversación, el hijo de C, pero en un sentido de apreciación física como individuo pequeño y frágil (debido a su temprana edad y su escaso peso); el humor se genera mediante dicha apreciación, pero siempre afectando a la imagen positiva del individuo equiparado a un animal, ya que la descripción cariñosa de su estado físico en su primer estadio de vida desemboca en un ambiente distendido que facilita la fluidez conversacional en un contexto amistoso como es el visionado conjunto de fotografías entre un grupo de amigas.

(12)

(CREA, 2011, Conversación entre D. Broncano y S. Fernández, Nuevos Cómicos)

<C>: De todas formas me quejo mucho de la Teletienda y me lo acabo comprando tó... Este mes me he gastao un pastizal que te cagas.

: ¿Y eso?

<C>: Mira, fui al cajero automático y me dijo de imprimir el recibo, y yo dije que sí coño porque es gratis, y yo tó lo que sea dao menos por culo, yo lo acepto <risas>Me he dao cuenta que me he gastao un pastón de la hostia. Mi última adquisición es un exprimidor de zumos... Eso sí, va que te cagas, **eso es un desguazador asesino** <risas>... Al final del anuncio hacen cuarenta o cincuenta zumos, los ponen encima de la mesa y se sienta un gordaco, alemán, empieza a bebérselos y dice: “¡Um, qué rica zuma!” Como no me lo voy a comprar con ese testimonio, con un tiarraco así.

El fragmento (12) se caracteriza fundamentalmente por el proceso de autoironía que el interlocutor C ejerce sobre sí mismo atendiendo a su queja inicial sobre los productos anunciados en "Teletienda" (*me quejo mucho de la Teletienda y me lo acabo comprando tó*). Factores como la exageración a través de sufijos aumentativos o de locuciones fraseológicas (*pastizal que te cagas, pastón de la hostia*) o, del mismo modo, la polisemia desencadenante de juegos de palabras (*porque es gratis, y yo tó lo que sea dao menos por culo, yo lo acepto*) ayudan a potenciar el enfoque autoirónico del conjunto de intervenciones de C. La oposición de guiones semánticos que supone la crítica a este tipo de programa publicitario y la contradictoria compra posterior de los productos ofertados queda rematada con un aspecto realmente cómico como es la descripción de su última adquisición, un exprimidor de zumos que se convierte en meta evaluativa y humorística gracias a la metáfora hiperbólica *eso sí, va que te cagas, eso es un desguazador asesino* (LOS OBJETOS –COMUNES– SON MÁQUINAS COMPLEJAS y, de un modo específico, EL EXPRIMIDOR ES UNA MÁQUINA DE DESGUACE). En este caso, apreciamos el ingenio del hablante mediante un proceso de creación léxica que equipara su última compra con maquinaria de desguace, además de la intensificación mediante el adjetivo *asesina* (personificación en el EXPRIMIDOR EN UN ASESINO), estrategia que sirve para ensalzar de un modo jocoso la elevada funcionalidad y utilidad que ofrece el producto y, así, generar un humor inmediato entre los oyentes. Por último, cabe destacar como remate apreciativo a tal producto el comentario que C realiza sobre el anuncio del exprimidor, donde unos señores hacen “cuarenta o cincuenta zumos” (adjetivación numeral cardinal desorbitada) y al final aparece un señor alemán bebiéndoselos y atestiguando su adecuada funcionalidad. Cabe mencionar cómo el hablante potencia la comicidad del anuncio descrito a través de una emulación del lenguaje agramatical del personaje alemán (“¡Um, qué rica zuma!”) junto a una sufijación aumentativa (*gordaco, tiarraco*) y una referencia irónica a la “calidad o veracidad” del *spot* (*Como no me lo voy a comprar con ese testimonio*).

3.2.4 Las metáforas de “auto-humor”

En (13) el humor comienza con la propia presentación de la interlocutora H2 en la entrevista, donde apreciamos el primer estadio del marco “incongruencia y resolución” para la generación del humor en *bueno yo me llamo Ana, tengo diecinueve años y estoy soltera sin compromiso*:

(13)

(COVJA, 1997, p. 91-93)

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

92 : A ver, sin compromiso, ¿por qué?

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

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

(14)

(COVJA, 1997, p. 410-412)

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

411 <H3>: Tú eres drogadicto <risas>.

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

En (14), ante la “acusación” de H3 *tú eres drogadicto*, el hablante H1 vuelve a reincidir en que su consumo de alcohol o marihuana se limita a los fines de semana; además, justifica esta situación con el fin de permanecer con *el puntillo, la sonrisita, pegarme el batacazo, levantarme al día siguiente* y *todos mis amigos partiéndose el culo*. Destacan en este proceso de carácter gradual recursos como la sufijación diminutiva de tinte irónico en *puntillo* o *sonrisita*, o las sentencias idiomáticas y propias de la variante oral y juvenil en los casos *pegarme*

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

(15)

(COVJA, 1997, pp. 37-40)

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

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

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

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

En (15), ante la pregunta del encuestador E1 sobre los hábitos de H1 con sus amigos durante el tiempo libre, la risa ya se genera de un modo inmediato con la respuesta directa De bares. La situación en sí ya inicia el contexto humorístico, el cual se amplía con la caracterización de esta práctica habitual del sujeto con su círculo de amigos: *sí, es el deporte favorito nuestro. Levantamiento de pesa en barra fija*. Esta metáfora libre basada en el campo conceptual la ingesta de alcohol es un deporte trasvasa el valor semántico de una práctica deportiva como es la halterofilia mediante las analogías entre las “pesas” y las copas junto a la “barra fija” con la barra de un bar. Posteriormente, H1 ampliará la información sobre las actividades realizadas con sus amigos, indicando el eje déictico temporal (*nos solemos juntar mucho, así en plan por las tardes y fines de semana*) o los eventos organizados (recurso metafórico en *montamos fiestas guapetonas*). Esta descripción de costumbres entre H1 y su círculo de amistades no hace más que agrandar los lazos de camaradería entre los miembros de la conversación, donde el humor se pone a servicio de la evaluación global tanto del interlocutor como de sus amigos, mediante la recepción de un juicio caracterizador como individuos satisfechos por llevar a cabo asiduamente una práctica poco saludable que, ante todo, no daña su imagen pública al encontrarse en un contexto jocoso y distendido como es una entrevista informal a un grupo de amigos y compañeros en la universidad.

4. Conclusiones

Una vez tratado el muestrario total de fragmentos conversacionales coloquiales con contenido humorístico y aplicado el conjunto de teorías relacionadas con el humor y su vinculación con la metáfora, cabe destacar que dichos fragmentos de conversación poseen un contenido humorístico involuntario y no preparado, en contraposición a otros géneros predispuestos a ello (chistes, monólogos,

etc.). En este contexto, la metáfora humorística pretende evaluar a personas, hechos o a los propios interlocutores con el fin de estrechar lazos con los restantes participantes en la conversación. La mayoría de los ejemplos analizados evidencia que la metáfora con componente valorativo y el humor conviven para mostrar solidaridad, esto es, su conexión funciona como estrategia conversacional que, junto a la cortesía, sirve para incluir o excluir a individuos o elementos determinados del momento de la conversación. Del mismo modo, la metáfora humorística que evalúa al propio hablante o a interlocutores presentes o no en la conversación (juicio), objetos y situaciones (apreciación), predomina en contextos de humor positivo, donde los participantes en la conversación motivan un contexto de intercambio ameno, distendido y propicio para estrechar vínculos de confianza y amistad. Por ello, evaluaciones o emociones naturalmente negativas como la “negligencia”, la “inmoralidad” o la “preocupación” adquieren un efecto positivo, ya que, asociadas al humor, sirven como lazo para estrechar la confianza entre los interlocutores y, por lo tanto, no perjudican su imagen pública de cara a otros participantes.

En cuanto a la tipología metafórica, es remarcable el recurso hiperbólico que, unido en cuantiosas ocasiones a la ironía, potencia la evaluación humorística y favorece su progreso en el intercambio: por ejemplo, existe una burla hacia un interlocutor, que defiende el gasto de dinero para el consumo de drogas de las personas adictas, por parte de unos emisores que, de un modo coordinado, apelan a que el primero les regale directamente este tipo de sustancia (LA DROGA ES UN REGALO), mediante la secuencia *Dáselo adulterado y dejará de sufrir / ¡Vamos a darle una dosis! / Vamos a cortarla con cianuro*; la secuencia hiperbólica también puede ir intensificándose progresivamente mediante apreciaciones negativas, en las que las ventosidades que suele emitir un interlocutor son caracterizadas por los restantes participantes gracias a una escala de intensidad, en (*el pedo*) *destruye la capa de ozono / puro carbono / eso sí es ozono / es sustancia orgánica / comerás gloria*. Por otra parte, la muestra más relevante de metáfora con efecto humorístico se da en los casos de auto-humor, donde se evidencia el estado afectivo de un interlocutor que pretende salvaguardar su imagen pública y, así, conseguir que los restantes participantes respeten y no censuren sus actos, pensamientos o decisiones: por ejemplo, el hablante defiende el hábito de beber los fines de semana con los amigos mediante la equiparación con un deporte olímpico en levantamiento de peso en barra fija, mientras que otra interlocutora asemeja la ausencia de novio en su vida con un cuento, debido a que no encuentra a su príncipe y todavía permanece en la búsqueda.

Finalmente, y como comentábamos con anterioridad, queda claro que la intención humorística motivada por las metáforas tratadas en los análisis expuestos no se realiza de un modo concienzudo, sino que tal recurso retórico junto con otros fenómenos pragmáticos como pueden ser la polisemia, los juegos de palabras o las sufijaciones hiperbólicas ayudan a la conversión de tales intervenciones en enunciados humorísticos. Además, este humor también deriva de una situación o contextualización previa, motivado en la mayoría de las ocasiones por una oposición de guiones semánticos que favorece la progresión del humor y, del mismo modo, la complicidad entre emisor y receptor.

Referencias

- Alvarado, B. (2009). Ironía y cortesía. En L. Ruiz Gurillo y X. Padilla (Eds.), *Dime cómo ironizas y te diré quién eres. Una aproximación lingüística a la ironía* (pp. 333-345). Peter Lang.
- Alvarado, B. (2012). Una propuesta de estudio para el humor en la conversación coloquial. *ELUA*, 26, 7-28.
- Archakis, A. y Tsakona, V. (2005). Analyzing conversational data in GHTV terms: A new approach to the issue of identity construction via humor. *HUMOR. International Journal of Humor Research*, 18, 41-68.
- Attardo, S. (2001). *Humorous texts: a semantic and pragmatic analysis*. Mouton de Gruyter.
- Attardo, S. (2008). A primer for the linguistics of humor. En V. Raskin (Ed.), *The primer of humor research* (pp. 101-156). Mouton de Gruyter.
- Briz, A. (1998). *El español coloquial en la conversación. Esbozo de pragmatología*. Ariel.
- Brown, P. y Levinson, S. (1987). *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Cambridge University Press.
- Cuadrado, G. (2010). Un sistema de engranajes es un sistema planetario. Análisis de la metáfora cognitiva y los modelos mentales en el campo de la ingeniería. En *Actas del IX Congreso de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos* (pp. 1-9). Servicio de Publicaciones de la Universidad de Hamburgo.
- Hay, J. (2000). Functions of humor in the conversation of men and women. *Journal of Pragmatics*, 32, 709-774.
- Holmes, J. y Marra, M. (2002). Having a laugh at work: how humor contributes to workplace culture. *Journal of Pragmatics*, 34, 1683-1710.
- Hood, S. (2005). Invocación de actitudes. *Signos* 38(58), 195-220.
- Hunston, S. (2000). Evaluation and the planes of discourse: status and value in persuasive texts. En S. Hunston y G. Thompson (Eds.), *Evaluation in Text. Authorial Stance and the Construction of Discourse* (pp. 176-207). Oxford University Press.
- Kotthoff, H. (2003). Oral genres of humor: on the dialectic of genre knowledge and creative authoring. *Pragmatics*, 17, 263-296.
- Kövecses, Z. (2000). *Metaphor and Emotion. Language, Culture, and Body in Human Feeling*. CUP.
- Lakoff, G. y Johnson, M. (1991). *Metáforas de la vida cotidiana*. Cátedra (1ª ed., 1980).
- Martin, J.R. y White, P. R. (2005). *The language of evaluation. Appraisal in English*. Palgrave Macmillan.
- Norricks, N. (2004). Humor, tellability and conarration in conversation. *Text*, 24, 79-111.
- Norricks, N. y Bubel, C. (2009). Direct address as a resource for humor. En N. Norricks y D. Chiaro (Eds.), *Humor in Interaction* (pp. 29-48). John Benjamins.
- Padilla, X. y Alvarado, B. (2010). Being polite through irony. En D. April y L. Rodríguez (Eds.), *Dialogue in Spanish. Studies in functions and contexts* (pp. 55-68). John Benjamins Publishing company.
- Real Academia Española (2001). *Diccionario de la Real Academia Española*. Recuperado el 15 de junio de 2019, de <https://dle.rae.es/>

- Ritchie, D. (2005). Frame-shifting in humor and irony. *Metaphor and Symbol*, 20, 275-294.
- Rodríguez Rosique, S. (2009). Una propuesta neogriceana. En L. Ruiz Gurillo y X. Padilla (Eds.), *Dime cómo ironizas y te diré quién eres. Una aproximación lingüística a la ironía* (pp. 109-133). Peter Lang.
- Ruiz Gurillo, L. (2001). *Las locuciones en español actual*. Arco Libros.
- Ruiz Gurillo, L. (2011). Para una aproximación neogriceana a la ironía y el humor en español. *RFE*, 40(2), 95-124.
- Ruiz Gurillo, L. (2012). *La lingüística del humor en español*. Arco Libros.
- Sanmartín, J. (2000). La creación léxica (I). Neologismos semánticos: las metáforas de cada día. En A. Briz y Grupo VAL.ES.CO, *¿Cómo se comenta un texto coloquial?* (pp. 125-142). Ariel Practicum.
- Yus, F. (1996). La Teoría de la Relevancia y la estrategia humorística de la incongruencia-resolución, *Pragmalingüística*, 3-4, 497-508.

Corpus

- Azorín, D. y Jiménez, J. (1997). *Corpus oral de la variedad juvenil universitaria del español hablado en Alicante*. Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- Briz, A. y VAL.ES.CO. (2002). *Corpus de conversaciones coloquiales*. Arco Libros.
- Real Academia Española (2008). *Corpus de referencia del español actual*. Recuperado el 15 de junio de 2019, de <https://www.rae.es/banco-de-datos/crea>.