



ESTUDIO DE LOS FORMANTES *-INA* Y *-OIDE* COMO SUFIJOS DE CREACIÓN LÉXICA CON EFECTOS CÓMICOS EN LA RED SOCIAL *TWITTER*

STUDY OF THE MORPHEME *-INA* AND *-OIDE* AS A LEXICAL CREATION SUFFIX WITH COMEDIC EFFECTS ON THE SOCIAL NETWORK *TWITTER*

Jorge Juan Sánchez González
Universidad de Murcia
jorgejuan.sanchez1@um.es

RESUMEN

Esta investigación se propone examinar el humor como un fenómeno pragmático-social aplicado al uso de dos formantes grecolatinos con intención cómica. Este objetivo busca evidenciar el uso de dos elementos de raíz grecolatina en la formación de un patrón humorístico que se manifiesta en el entorno virtual. Para lograrlo, se han aplicado ambos sufijos a bases léxicas que en principio no guardan relación con estos elementos. En esta investigación se proporcionará una breve explicación de los sufijos *-ina* y *-oide*, comúnmente utilizados en el ámbito científico-técnico, pero que en este caso son adoptados por los hablantes como una estrategia para generar comicidad en el entorno virtual de la red social *Twitter*. Finalmente, se aplicará la Teoría General del Humor Verbal (TGHV) a los 756 *tuits* que componen el corpus recopilado. Se presentará un análisis pragmático de los textos más representativos en los que se utilizan ambos sufijos publicados en dicha plataforma y que servirán como ejemplo de tales usos.

Palabras clave: humor, terminología, redes sociales, *-oide*, *-ina*, *Twitter*

ABSTRACT

This research aims to examine humor as a pragmatic-social phenomenon applied to the use of two Greco-Latin formants with comic intention. This objective seeks to demonstrate the use of two elements with Greco-Latin roots in the formation of a humorous pattern that manifests itself in the virtual environment. To achieve this, both suffixes have been applied to lexical bases that are in principle unrelated to these elements. This research will provide a brief explanation of the suffixes *-ina* and *-oide*, commonly used in the scientific-technical field, but in this case they are adopted by speakers as a strategy to generate comedy in the virtual environment of the social network *Twitter*. Finally, the General Theory of Verbal Humor will be applied to the 756 tweets that make up the compiled corpus. A pragmatic analysis of the most representative texts in which both suffixes published on said platform are used will be presented and will serve as an example of such uses.

Keywords: Humour, Terminology, Social Networks, *-oide*, *-ina*, *Twitter*.

Recibido: 13-03-2024
Aceptado: 12-06-2024

DOI: <https://doi.org/10.17561/rilex.7.2.8756>



1. INTRODUCCIÓN

El humor juega un papel de gran importancia debido a su presencia constante en la vida cotidiana, pues está ligado a los actos verbales. La colaboración entre el humor y el lenguaje resulta beneficiosa para la comunidad, ya que representa una de las estrategias más efectivas para fortalecer lazos sociales y crear camaradería entre los interlocutores. Con el surgimiento de nuevos medios de comunicación y el avance de las redes sociales, se han generado nuevos espacios comunicativos y se ha visto un florecimiento de estrategias para generar humor, dando lugar a manifestaciones cómicas originales.

El desarrollo de los nuevos medios de comunicación ha impulsado la formación de la actual sociedad de la información. El progreso de las tecnologías modernas ha facilitado enormemente la difusión del conocimiento y la ciencia, donde el lenguaje juega un papel fundamental en la transmisión de nuevos saberes. Existen formas especializadas del lenguaje científico-técnico que se han integrado en el lenguaje cotidiano y que siguen nuevos patrones léxicos relacionados con el humor. El lenguaje informal permite la creación de nuevas estrategias comunicativas que aprovechan estos patrones humorísticos y recuperan elementos del lenguaje técnico, contribuyendo así a la construcción de nuevas formas de humor.

2. EL HUMOR Y LA LINGÜÍSTICA

Ciertamente, el sentido del humor constituye una faceta fundamental de la condición humana que está intrínsecamente ligada con la expresión y, en consecuencia, con el lenguaje. El humor surge de la habilidad comunicativa de las personas y se fundamenta en la utilización del lenguaje, lo que permite su creación, intercambio y comprensión. El análisis desde la perspectiva lingüística abarca tanto la interpretación propuesta por la corriente estructuralista con relación a este fenómeno como las teorías desarrolladas en el ámbito de la semántica y la pragmática.

La Teoría General del Humor Verbal (TGHV), desarrollada en 1991 como una reacción necesaria ante las limitaciones de la Teoría Semántica del Humor Verbal (TSHV), tiene como objetivo principal revisar y abordar los aspectos no considerados por esta última. Attardo y Raskin fundamentan su teoría en seis mecanismos o parámetros, que son seis fuentes de conocimiento (Attardo, 2001):

- 1) Oposición de guiones. Este aspecto es fundamental en cualquier forma de humor verbal y constituye la base de la TSHV.
- 2) Mecanismo lógico. Se refiere al proceso de resolución, un mecanismo crucial para eliminar la incongruencia generada por la contraposición de esquemas.
- 3) Situación. Engloba los elementos contextuales asociados al humor verbal.
- 4) Meta. Es el blanco del chiste, que puede ser tanto estereotipos grupales como individuales. Este parámetro es opcional, ya que algunas formas de humor no buscan ridiculizar a nadie.
- 5) Estrategias narrativas. Se relaciona con el género al que pertenece el texto humorístico.
- 6) Lenguaje. Se refiere a la selección de los distintos niveles del lenguaje que contribuyen a generar y expresar el humor.

Según Simarro Vázquez (2016), los mecanismos que ayudan a resolver la incongruencia desde la perspectiva de la TGHV, aplicables exclusivamente al humor verbal, son la contraposición de esquemas o marcos cognitivos y la lógica. Por otro lado, el contexto, el objetivo, las estrategias narrativas y el lenguaje no son exclusivos del humor verbal, ya que también pueden encontrarse en otros tipos de textos.

Además, se puede distinguir entre el humor que surge de aspectos externos al lenguaje y el humor que se basa en lo lingüístico en sí mismo. En el caso del humor verbal, se distingue entre el humor de situación y el humor

lingüístico, que son formas diferentes de generar humor utilizando los recursos que proporciona el lenguaje (Simarro Vázquez, 2016).

Por otro lado, el humor no verbal se refiere a aquel que se manifiesta a través de recursos distintos a la comunicación verbal, como la gestualidad y el movimiento corporal. También es importante mencionar una tercera categoría que está ganando cada vez más relevancia en la sociedad contemporánea: el humor gráfico y/o audiovisual.

El enfoque de la pragmática se centra en cómo el contexto influye en la interpretación del significado. En realidad, el humor es considerado por la pragmática como una forma de comunicación implícita que requiere un mayor grado de cooperación entre los interlocutores. Por otro lado, según las sugerencias de Gironzetti (2013), la pragmática ofrece numerosas contribuciones que destacan la colaboración entre esta disciplina y el avance de los estudios sobre el humor. De hecho, Ruiz Gurillo (2012) subraya que la pragmática ha reformulado la Teoría General del Humor Verbal (TGHV) y ha examinado cada aspecto de la misma, resaltando tanto sus aspectos positivos como las limitaciones encontradas en relación con la teoría lingüística del humor.

Sin embargo, es importante destacar que esta clasificación responde a una distinción puramente metodológica (Simarro Vázquez, 2016), ya que en la práctica es común que las tres categorías se presenten de manera simultánea e interactúen entre sí, especialmente en el contexto de las redes sociales, donde suelen combinarse texto, imagen y sonido para construir el discurso humorístico.

Según autores como Ruiz Gurillo (2012), la Teoría General del Humor Verbal (TGHV) se considera el marco más adecuado para definir y explicar el humor. No obstante, se sugiere la necesidad de expandir y especificar ciertos aspectos de los recursos conceptuales proporcionados por esta teoría. En primer lugar, se señala la rigidez en relación con el concepto de contraposición

de esquemas y se destaca que este punto ya ha sido observado por lingüistas cognitivos. Este esquema consta de tres etapas (establecimiento, incongruencia y resolución). La sugerencia de la autora consiste en fusionar los dos marcos cognitivos, ya que no son elementos separados. En segundo lugar, se advierte que el uso de los mecanismos lógicos no es exclusivo ni limitado, sino que se superponen y operan simultáneamente. Es decir, con frecuencia, recursos como la ambigüedad, la analogía, la contradicción o la exageración aparecen simultáneamente.

En cuanto a los parámetros que no se relacionan exclusivamente con el humor, Ruiz Gurillo (2012) destaca la variabilidad de la situación y menciona factores como el contexto, la planificación, la temporalidad o el tono. Por otro lado, las estrategias narrativas también dependen de la estructura interna del texto, y dado que el humor abarca más allá del chiste, que es el género prototípico, se pueden considerar nuevas estrategias ligadas a diversos géneros del humor. Esta diversidad está relacionada con diferentes niveles, como el fonético-fonológico, morfológico, léxico-semántico y pragmático-discursivo. Respecto al objetivo del texto humorístico, se busca entretener y provocar risas en el receptor.

3. USO DE MORFEMAS DE ÁMBITO CIENTÍFICO-TÉCNICO COMO ESTRATEGIA PARA GENERAR HUMOR

En líneas generales, la terminología constituye una selección de los términos técnicos más comunes en un área determinada del conocimiento. Una gran parte de la terminología científica deriva de raíces o elementos de origen grecolatino, lo que establece una conexión entre el lenguaje científico-técnico y los registros formales del idioma, considerando que los tecnolectos se limitan principalmente al ámbito de la comunidad científica.

Sin embargo, existen usos de morfemas que nacen ligados a una disciplina que, aunque técnicos, han perdido parte de su precisión al adaptarse

al lenguaje coloquial como parte de un proceso de generalización semántica. Esto es lo que ocurre, por ejemplo, con formantes grecolatinos como *-itis*, que han perdido su valor original y que se ponen a disposición de los hablantes para generar efectos humorísticos (Sánchez González, 2022). En este sentido, los medios de comunicación de masas desempeñan un papel fundamental al acelerar este proceso de simplificación y difusión de términos especializados. Por lo tanto, el análisis de los principales mecanismos de formación del lenguaje especializado y su influencia en el lenguaje cotidiano se ha vuelto de gran interés en la actualidad.

3.1. CREACIÓN LÉXICA

El fenómeno de la creación de nuevas palabras se conoce como neología y su resultado son los neologismos. Esta dinámica no es exclusiva de un solo aspecto del lenguaje, sino que refleja la vitalidad inherente al proceso lingüístico en su conjunto. En particular, el ámbito científico y técnico dispone de diversos mecanismos para desarrollar su propia terminología y generar palabras nuevas que se ajusten a sus necesidades específicas. Estos procesos de creación léxica incluyen:

1. Neología de forma: consiste en la creación tanto de nuevas palabras como de nuevos significados. Aquí, el lenguaje se vale de los procedimientos de formación de palabras disponibles en todas las lenguas. Esto puede implicar la combinación de raíces, prefijos y sufijos para generar términos especializados.
2. Neología de sentido: implica atribuir un nuevo significado a una palabra existente. Esta estrategia es común en campos donde los avances científicos introducen conceptos novedosos que requieren adaptar el significado de términos preexistentes.
3. Neología sintáctica: se basa en cambiar la categoría gramatical de una palabra para adaptarla a un nuevo uso o contexto. Esto puede implicar convertir un sustantivo en un verbo, por ejemplo, para describir acciones o procesos específicos.

4. Neología por préstamo: implica adoptar palabras de otros idiomas y utilizarlas en el contexto propio. Este proceso es especialmente común en disciplinas donde la internacionalización y la colaboración global son importantes.

En el ámbito de la terminología científica, los mecanismos morfológicos desempeñan un papel fundamental en la creación de nuevos términos. Según Gutiérrez Rodilla (1998), estos mecanismos pueden clasificarse en dos grandes grupos: sumatorios, que añaden elementos a las palabras existentes, y reductores, que modifican o simplifican términos complejos.

En particular, en el español, uno de los principales mecanismos de creación léxica es el proceso de derivación por sufijación. Este proceso consiste en agregar un sufijo a una palabra existente para formar un término nuevo que a menudo expresa una variante o una especificación del significado original. Por ejemplo, en biología, se puede agregar el sufijo *-logía* a *bio-* para formar *biología*, que significa el estudio de la vida.

La investigación sobre estos mecanismos de creación léxica es crucial para comprender cómo evoluciona el lenguaje, especialmente en contextos especializados como la ciencia y la técnica, donde la precisión y la claridad son fundamentales para la comunicación efectiva. Además, esta comprensión puede ser útil para desarrollar estrategias de enseñanza y aprendizaje de la terminología científica en diferentes contextos educativos.

Existe una amplia gama de raíces y elementos grecolatinos que se utilizan frecuentemente en el ámbito médico en español. Estos componentes son fundamentales para la creación de términos técnicos y es común encontrar muchos de ellos que tienen sus raíces en las lenguas griega y latina en disciplinas como la medicina, la biología y la química. Sin embargo, muchos de los afijos que se emplean para formar estos términos técnicos también son reconocidos por hablantes no especializados que están expuestos a la terminología científica, ya sea directa o indirectamente, a través de su contacto con el ámbito de la medicina y otras ciencias.

En este sentido, podríamos analizar y discutir una amplia variedad de elementos de origen grecolatino, pero hemos optado por destacar dos afijos en particular, que son ampliamente reconocidos por la mayoría de los hablantes: *-ina* y *-oide*.

3.2. DIACRONÍA DEL SUFIJO *-INA*

En cuanto al origen etimológico del sufijo *-ina*, su nacimiento se remonta a la forma latina *-ina/ae*, de acuerdo con Muñoz Armijo (2013). El patrón derivativo del afijo se traslada de la lengua latina a la lengua española en la Alta Edad Media y a partir del siglo XII aparecen los primeros derivados internos españoles como *neblina*, *crespina* y *hacina*. Sin embargo, el valor que se ha de seguir para continuar con el desarrollo de este apartado es el que se adopta en el ámbito de la química a partir del siglo XIX: ‘sustancia química’. Así, de las cinco acepciones que se recogen en el *DLE* a propósito del sufijo *-ina*, el significado más relevante en el desarrollo de esta investigación es precisamente el último: “5. suf. En química, indica sustancia relacionada con lo denotado por el elemento principal de la palabra” (*DLE*, 2023, s.v. *-ina*).

No obstante, de acuerdo con Muñoz Armijo (2013), conviene señalar que existen otros usos relacionados con el lenguaje de especialidad, sobre todo para designar elementos que están relacionados con la flora, la fauna y los minerales.

La química se desarrolla y se hace internacional a partir del siglo XVIII, lo que favoreció el avance de la ciencia y facilitó que se ampliara la terminología científica con el desarrollo de un vocabulario renovado (Muñoz Armijo, 2018). Desde el punto de vista formal, el sufijo *-ina* ha ampliado su grado de creatividad con la apertura de posibilidades en la comunicación que ofrece con nuevas bases léxicas: nombres propios y estructuras sintagmáticas. Sin embargo, en lo que respecta al origen del sufijo científico *-ina*, este afijo se constituye en la lengua francesa como una desinencia útil en la elaboración del sistema de sufijos que se establece para generar el léxico perteneciente a la nomenclatura de las sustancias en el ámbito de la química.

Este valor de sustancia en el vocabulario de la química debe su origen probablemente a la voz latina *rēsīna*, *-ae*, ‘resina’ (Segura Munguía, 1985) y los préstamos latinos que acaban en *-ina*. En consonancia con lo anterior, este sería el origen del patrón moderno por el cual *-ina* es recurrente en el léxico de la química para nombrar las nuevas sustancias. Esto es lo que se ha denominado, según Muñoz Armijo (2018): palabras modelo que han promovido la creación de un nuevo significado morfológico: ‘sustancia extraída, derivada u obtenida a partir de X’.

Muñoz Armijo (2018) presenta los tres patrones de derivación que proceden del sufijo científico *-ina* y los clasifica según el tipo de sustancia a la que da lugar: sustancias químicas (alcaloides); sustancias pertenecientes a la bioquímica, biología y fisiología como resultado de un proceso de extracción; industria química. En el grupo de las palabras que pertenecen a la industria química aparecen tres subgrupos interesantes: medicamentos, cosmética y productos industriales. A propósito de lo anterior, Garriga Escribano (2003) señala que el sufijo *-ina* en el siglo XX ya alcanzó “cierta productividad en la lengua común, asociado al significado de ‘droga’ (*cocaína*, *heroína*, *morfina*, etc.) y de ‘medicamento’ (*aspirina*, *penicilina*, *insulina*, etc.)” (p. 110).

Este es precisamente el empleo del sufijo *-ina* que se ha desarrollado de acuerdo con el patrón humorístico por el que las características o propiedades de X persona, institución o actividad se convierten en sustancias que la mayoría reconoce como drogas o medicamentos. El carácter burlón que esto implica es lo que justifica el estudio del sufijo como procedimiento recurrente en la creación léxica a partir de la derivación por sufijación.

3.3. DIACRONÍA DEL SUFIJO *-OIDE*

En lo que se refiere la diacronía de este afijo, Díaz Rojo (2001) señala que el sufijo *-oide* procede del latín *-oides* y que este a su vez tiene su origen en la forma griega *-ειδής*, cuyo significado es ‘con forma de, semejante a, de aspecto de’. Del mismo modo, en *DICCIOMED* (2011) aparece con el significado ‘que tiene el aspecto de’, usado exclusivamente en el ámbito de la

anatomía. Este sufijo deriva del sustantivo εἶδος ('forma') y "se empleaba para formar adjetivos que denotaban la noción de 'con forma de la cosa denotada por la raíz'" (Díaz Rojo, 2001, p. 67). La actual forma *-oide* se revela a partir de la reducción del diptongo *ei*, que monoptonga finalmente en la vocal *i* (*-ide*), a la que precederá la vocal *o* (*-oide*), que se añade como vocal de unión entre el sufijo y la base léxica a la que acompaña. De manera general, este sufijo se emplea para formar adjetivos con el significado 'semejante a, con aspecto de', 'relativo a, relacionado con' o 'en forma de' y 'parecido a' (DLE, 2023). Por otro lado, se emplea del mismo modo para formar sustantivos que denotan referentes semejantes a la noción expresada por la base (Díaz Rojo, 2001), es decir, que guardan relación con el significado explícito e implícito de la base léxica a la que se añaden.

Para De Bruyne (1989, citado en Provencio Garrigós, 2009), el sufijo *-oide* se ha convertido en un elemento deliberada y claramente burlón. El sufijo, que procede de la terminología de la medicina, ha adquirido una clara connotación negativa al emplearse fuera del contexto científico-técnico. Así, las palabras acabadas en *-oide* adoptan un matiz despectivo en la lengua común al unirse a bases adjetivales, pero también a nombres que actúan como base léxica.

De conformidad con lo sugerido por Lang (1992, citado en Tejera, 1998), el afijo *-oide* responde a la clasificación según la cual este sufijo se identifica como peyorativo-humorístico, cuyo resultado o derivación se manifiesta, sobre todo, en el registro coloquial, el habla juvenil y el periodismo más crítico o satírico. Así mismo, Tejera (1998) señala que el matiz humorístico de este sufijo reside en el contraste que se establece entre su origen culto y hasta técnico-científico, y la aplicación a palabras populares. Así, es evidente que el humor que se genera a partir de la utilización de dicho proceso de derivación léxica tiene que ver con el reconocimiento de un nivel de precisión terminológica que pertenece a otro registro distinto y que se sitúa por encima de las expectativas que normalmente buscan los interlocutores durante el

intercambio comunicativo en una conversación coloquial o en un contexto donde este uso del lenguaje es inapropiado o inadecuado. De hecho, para Tejera (1998) no es posible mantener que existen sufijos que posean la propiedad de generar palabras derivadas con contenido humorístico, puesto que ningún afijo en general tiene la facultad de crear dicho significado, ya que el humor, como se ha comentado, surge a partir de la sorpresa.

Para García Platero (2009), este es uno de los pocos pseudosufijos con valor contextualmente disfemístico. Su productividad es mayor en la lengua estándar, donde adquiere dicho carácter peyorativo. A este respecto, Nández (1973, citado en García Platero, 2009, p. 34) considera que “es como si internamente llevasen consigo la expresión de la corrupción, de lo falso o sucedáneo de la designación del término noble”. Para Lang (1992, citado en García Platero, 2009, p. 34), “el constituyente entra en confluencia con pseudo-, como se percibe en *fascistoide*, *socioalistoide*, *cursiloide*, *infantiloide* o *sentimentaloide*, que reflejan este valor peyorativo”. En cuanto a la falsedad de la base que se adopta para la formación del término, esta nueva connotación de carácter negativo tiene la capacidad de convertir a quien posee la cualidad en alguien minusválido o ridículo. En efecto, así surgen nuevas palabras que responden a un patrón novedoso en la lengua, a las que se otorga un valor despectivo.

En definitiva, este sufijo de origen grecolatino es frecuente en la lengua coloquial, pero se emplea según el patrón humorístico y burlón que, como se ha señalado, es frecuente entre los mecanismos que generan el humor a través del lenguaje.

4. LA COMICIDAD A TRAVÉS DE LA METÁFORA

En línea con lo planteado por Provencio Garrigós (2009), cuando surgen nuevas palabras a través del proceso de derivación mediante sufijos, se introducen nuevos afijos con diversos significados que obligan al lector a establecer nuevas conexiones entre la raíz léxica y el sufijo, lo que indica que

estos derivados actúan como indicadores lingüísticos que provocan ironía, así como humor. Siguiendo esta premisa, el sufijo *-ina* establece una serie de relaciones que trasciende la ironía y abarca fenómenos como el humor, la falta de cortesía y el sarcasmo.

Las palabras creadas mediante la adición de este formante grecolatino son el resultado de procesos cognitivos que los hablantes emplean habitualmente para resaltar o señalar aspectos culturales, estados emocionales y características personales, transformándolos en sustancias ficticias. Así, entre los recursos lingüísticos disponibles, usamos metáforas ontológicas para interpretar eventos, acciones, actividades y estados (Lakoff & Johnson, 1986). El rol de la metáfora es esencial para comprender la relación entre el objeto de la burla y el patrón humorístico discutido en este estudio. La crítica humorística se basa en las opiniones que los ciudadanos tienen, en este caso, de sus líderes políticos, lo que resulta en un choque entre dos marcos cognitivos incongruentes. Esto se refleja en la creación de sustancias imaginarias que los hablantes inventan para provocar risa y entretenimiento al lector.

A continuación, se muestra un listado donde se recogen las treinta palabras acabadas en el formante *-oide*:

abascaloide, anarquistoide, aznaroide, carmenoide, ciudadanoide, comunistoide, constitucionaloide, derechoide, españoloid, fachoide, fascistoide, feminazoide, feminoide, francoide, hispanoide, independienteide, junqueroide, machiruloide, patriarcaloide, patriotoide, podemoide, progresoide, republicanoide, riveroide, rojoide, sanchoide, soraypide, susanoide, tribunaloide, zapateroide.

Aquí se recogen las veinte palabras formadas a partir del sufijo *-ina*:

abascalina, arrimadina, azanarina, derechina, errejonina, españolina, estupidina, fachinina, fascistina, guillotina, homosexualina, independentina, izquierdina, machirulina, melasudina, olvidina, pedrosanchina, pesoína, podemina y voxina.

Los hablantes frecuentemente recurren a la metáfora, ya que es un fenómeno que permite capturar la esencia del objeto de la burla y se puede aplicar a cualquier realidad, ya que viola las restricciones convencionales de categorización que rigen la combinación de elementos expresivos, debido a un uso

poco común de las reglas de selección de esos elementos a través de un cambio semántico (Aladro, 2002). Esto posibilita la creación de sustancias utilizando una amplia gama de palabras, desde nombres propios y sustantivos concretos hasta sustantivos abstractos y adjetivos. Como Lakoff y Johnson (1986) señalan, las actividades en general se contemplan metafóricamente como sustancias, lo que significa que no es inusual que las personas utilicen nombres de sustancias ficticias si su objetivo es burlarse o hacer humor de un objeto en particular, dado que se ha demostrado que los hablantes construyen tales metáforas para señalar una actividad. Esto también se alinea con la idea de que la mayor parte de nuestro sistema conceptual normal está estructurado metafóricamente (Lakoff & Johnson, 1986), lo que indica que las personas naturalmente emplean metáforas para expresar conceptos.

Dado que el humor es un fenómeno complejo, es claro que la metáfora desempeña un papel crucial en el lenguaje que facilita la creación de textos humorísticos. Si concebimos la experiencia en términos de objetos y sustancias, lo cual ayuda a los hablantes a entender el mundo que los rodea, es esencial que el humor también se entienda de esta manera. Por lo tanto, la metáfora es de gran valor en este proceso de análisis y asimilación del humor.

Por otro lado, en relación con ciertos usos del lenguaje mencionados en este estudio y su estrecha relación con el humor, algunos autores comprenden el disfemismo como un fenómeno léxico relacionado con la metáfora. Esta situación surge debido al cambio semántico que ocurre entre el vocabulario disfemístico y los aspectos más negativos de la realidad tabú (Aladro, 2002).

Por lo tanto, los sufijos *-ina* y *-oide* adquieren un nuevo impulso en el habla coloquial y dan lugar a creaciones personales con tono humorístico, cuyo propósito es generar risa al representar costumbres o estados de ánimo a través de la invención de sustancias. Estas creaciones son, en palabras de Julià Luna (2012), desviaciones metafóricas de los usos especializados de los sufijos en el lenguaje cotidiano. Aunque estos sufijos de origen grecolatino

son comunes en el lenguaje de la química y la medicina, han adquirido una connotación negativa fuera del ámbito científico-técnico. Han adoptado un matiz despectivo en la lengua común y se incluye dentro de los mecanismos de creación léxica que siguen el patrón humorístico presente en el habla coloquial y juvenil.

5. LENGUA Y HUMOR EN LAS REDES SOCIALES

Las redes sociales han emergido como plataformas electrónicas fundamentales que sustentan las crecientes comunidades virtuales en la actualidad. Este concepto actualizado refleja la tendencia a establecer conexiones entre individuos a través de Internet, transformando así el panorama comunicativo a lo largo de los años. En este nuevo contexto, la comunicación instantánea es predominante gracias a la influencia de las redes sociales.

No obstante, las redes sociales también se convierten con frecuencia en escenarios de debate y confrontación. En este sentido, el humor puede convertirse en un arma de doble filo, y resulta complicado trazar una línea clara entre lo que es esencialmente humorístico y lo que cae en la ironía o el sarcasmo. De hecho, el humor, la ironía, la falta de cortesía y el sarcasmo que se encuentran en las redes sociales a menudo pueden ser interpretados de manera distinta por diferentes personas.

Yus Ramos (2001) resalta que las interacciones en las redes sociales se limitan a las palabras que se ven en pantalla, lo que puede fomentar un sentido de anonimato y protección de la identidad por parte de los usuarios. En este sentido, el medio de transmisión que proporcionan las redes sociales puede brindar un cierto grado de anonimato, lo que a su vez puede llevar a un comportamiento más arriesgado por parte de algunos usuarios, quienes pueden sentirse protegidos ante posibles represalias por sus acciones.

Internet ha provocado una auténtica revolución en el campo de la comunicación, dando lugar a nuevos formatos que simplifican y amplían la transmisión de información. Este cambio se refleja de manera significativa en

plataformas como *Twitter*, donde ha emergido un género textual con identidad propia y un potencial comunicativo sin precedentes.

Como sugiere Pano Alamán (2015), los usuarios de las redes sociales son participantes activos y críticos que representan una diversidad de ideologías, lo que puede generar confrontación como una expresión discursiva de poder en este contexto. *Twitter*, en particular, se ha convertido en un espacio de interacción libre y abierto, donde los usuarios colaboran para establecer redes de contacto con figuras públicas. Esta dinámica ha creado un nuevo horizonte de oportunidades para interactuar con la clase política, especialmente a través de herramientas como el retuiteo y las menciones.

Sin embargo, esta mayor accesibilidad y libertad de expresión en las redes sociales también ha dado lugar a un aumento en la descortesía, el sarcasmo y la ironía por parte de los usuarios. Estas formas de comunicación pueden ser utilizadas tanto para atacar directamente a las figuras públicas como para fortalecer la camaradería entre los usuarios.

En cuanto a la diferencia entre la comunicación oral y escrita, la planificación y elaboración del mensaje son más evidentes en la comunicación escrita, como la que se encuentra en *Twitter*. Esta planificación puede fomentar la creación de textos humorísticos que emplean la burla y la descortesía como herramientas contra la clase política.

El humor, la ironía y el sarcasmo buscan, en muchas ocasiones, la adhesión del interlocutor, lo que implica un manejo cuidadoso del lenguaje para lograr este efecto. La originalidad del discurso es fundamental en este proceso, ya que el humor y la creatividad lingüística son elementos esenciales para captar la atención del público.

A pesar de la importancia del humor en las redes sociales, es importante destacar que estas plataformas no son solo lugares de entretenimiento. La descortesía y la agresión verbal también son fenómenos comunes, especialmente cuando el humor se convierte en algo hiriente. El anonimato y la libertad de expresión en las redes sociales pueden desdibujar los límites entre el

humor y la descortesía, lo que puede llevar a interacciones negativas y a la creación de identidades ficticias por parte de los usuarios.

6. ELABORACIÓN Y ANÁLISIS DEL CORPUS

Después de establecer el marco teórico en secciones previas, este apartado se centrará en la aplicación práctica y el análisis pragmático del corpus creado con este propósito. La relevancia del corpus es fundamental para alcanzar un cierto nivel de veracidad en cualquier estudio. Para evidenciar la existencia del patrón seguido por el uso de este formante grecolatino estudiado en el lenguaje coloquial, es esencial respaldar los hechos mediante ejemplos de uso real del lenguaje por parte de los hablantes, los cuales puedan ser verificados.

Con este propósito en mente, se ha recolectado un total de 756 *tuits* publicados entre el 6 de enero de 2018 y el 29 de febrero de 2020. El corpus creado está compuesto por un total de 30 palabras que terminan en *-oide* y 20 palabras acabadas en *-ina* que reflejan los dos patrones humorísticos estudiados, surgido del empleo de ambos formantes grecolatinos analizados previamente.

En total, se han obtenido 428 *tuits* que evidencian el uso de las 20 palabras que terminan en *-ina* y 328 *tuits* que muestran el uso que hacen los hablantes de este valor de *-oide*. Debido a las restricciones de espacio impuestas por el formato de este trabajo, se han seleccionado 2 *tuits* para la exposición del análisis pragmático de *-ina*.

El corpus elaborado contiene un total de 30 palabras que terminan en *-oide* y 20 palabras acabadas en *-ina*. Claramente, los 50 neologismos recopilados a lo largo de los 756 *tuits* no son los únicos términos que los hablantes utilizan para referirse a la clase política española y que terminan en *-ina* y en *-oide*. No obstante, es importante establecer algunos límites desde el principio al estudiar el léxico. Dado que el objetivo era encontrar aquellos usos de los sufijos mencionados que estuvieran relacionados con el humor o la sátira política, se aplicó el formante grecolatino a nombres propios y comunes,

tanto concretos como abstractos, que estuvieran vinculados al panorama político en España.

6.1. ANÁLISIS PRAGMÁTICO Y APLICACIÓN PRÁCTICA

Esta sección tiene un enfoque práctico y busca realizar un análisis pragmático de los ejemplos seleccionados. La elección de los *tuits* no es fortuita, sino que está alineada con los objetivos establecidos para esta investigación. Por lo tanto, se pretende aplicar la Teoría General del Humor Verbal (TGHV) y sus seis parámetros, considerando la revisión sugerida por Ruiz Gurillo (2012). Para llevar a cabo este análisis, se transcribe el texto a analizar y se identifican los seis recursos de conocimiento en cada uno de ellos. Este enfoque analítico sigue el mismo procedimiento utilizado en otras investigaciones, como las de Ruiz Gurillo (2012) y los trabajos de Agüero Guerra (2013) y Simarro Vázquez (2016).

A continuación, se analizarán los tres *tuits* que se han seleccionado para investigar la utilización del sufijo grecolatino. Las palabras que se analizan en este apartado son las siguientes: *abascaloide*, *aznaroides*, *patriarcaloide*.

- (1) Esta claro que “portavoz” es una palabra machista, machirulista, capitalista, heterocedasticidad **patriarcaloide**, neoliberal, invisibiliza al colectivo LGTDJFBFJDJDIOOWNNAJVHH+=%WBI... ¿me dejo algo? :) :) :) (Twitter, 06-02-2018)

Para reconocer el humor y la ironía de este *tuit*, hay que conocer de antemano el episodio que protagonizó Irene Montero, anterior ministra de Igualdad del Gobierno de España. La política española, militante de Podemos, acusó el desdoblamiento de género de la palabra *portavoz*. Los medios de comunicación e incluso los académicos de la Real Academia Española tacharon el empleo de la palabra *portavoza* como una provocación y no como una reivindicación.

El primer guion está configurado por la primera parte del texto hasta la definición de *portavoz* como “una palabra machista” (Lín. 1). El segundo

guion se forma en la sucesión de adjetivos y palabras inventadas que se emplean para definir el uso de la voz expresada en género masculino. La colisión o el choque de estos dos marcos se produce al final del texto, cuando el usuario se pregunta si se ha dejado algo sin nombrar.

El mecanismo lógico que relaciona los dos marcos cognitivos en este caso es la yuxtaposición. Por otro lado, la interrogación retórica que cierra el texto pone en relación los dos guiones.

A propósito de la situación, la palabra *portavoz* adquiere cierta independencia contextual y responde a un episodio que la mayoría de los lectores conoce. La mención al colectivo LGBT también sirve de anclaje para situar el contexto.

El blanco de la broma coincide con un personaje estereotipado en el género humorístico y la sátira: el político. En este caso, el blanco implícito es Irene Montero, militante de Podemos. Por otro lado, está claro que el usuario lanza un dardo contra la orientación política de izquierdas.

Respecto a la estrategia narrativa a la que se adscribe la broma, se trata del género *tuit*. En cuanto al lenguaje, se emplea el formante grecolatino *-oide* sobre la base léxica *patriarcal*. De este modo, se crea un nuevo término que no existe, pero que sirve para ridiculizar uno de los argumentos que censuran el machismo: el patriarcado. Además, se emplean otras palabras como *machirulista* o *heterocedasticidad* para criticar la política de izquierdas y la opinión de Irene Montero. El final del chiste se cierra con la sátira del colectivo LGBT, que se amplió recientemente a LGTBIQ, y que en el texto se alarga hasta LGTDJFBFJDJDIOOWNNAJVHH+=%WB, con la intención de poner en ridículo la extensión cada vez mayor que tiene el nombre de este colectivo.

- (2) - no serás tú el androide que tanto hablan
- te equivocas, no soy androide, soy **aznaroid** (Twitter, 19-05-2019)

Este *tuit* va acompañado de un vídeo. En la imagen se puede observar a Gokū, personaje ficticio de la serie de manga Dragon Ball que se caracteriza

por su excepcional complexión y fuerza física. En el fondo de la imagen aparece José María Aznar, cuarto presidente del Gobierno de España. El primer guion está representado por la imagen del personaje de dibujos animados que se enfrenta a los enemigos en la serie Dragon Ball. El segundo guion es la imagen del expresidente, que no tiene nada que ver con la serie de animación.

El mecanismo lógico que relaciona los dos marcos cognitivos en este caso es la analogía. Lo que permite este procedimiento lingüístico es establecer la semejanza física de José María Aznar y los personajes de Dragon Ball. Por otro lado, el mecanismo lógico que se emplea es la hipérbole o exageración, pues se hace sobresalir el físico atlético del expresidente y se pone al mismo nivel que los musculosos protagonistas de la serie manga. Evidentemente, la imagen no es suficiente para explicar en qué consiste la broma, sino que el choque *androide-aznaroide* junto con la visión de los dos guerreros que se enfrentan es lo que genera el humor.

A propósito de la situación, los elementos que rodean al blanco del chiste son la referencia a la serie de anime Dragon Ball, cuyo representante es el conocido personaje Gokū, y la imagen de José María Aznar.

El blanco de la broma coincide con un personaje estereotipado en el género humorístico y la sátira: el político. En este caso, el blanco explícito es José María Aznar.

Respecto a la estrategia narrativa a la que se adscribe la broma, se trata del género *tuit* y en este caso se combina el texto con la imagen. La combinación texto e imagen es lo que facilita la comprensión del texto humorístico y el juego de palabras: *androide* y *aznaroide*.

En cuanto al lenguaje, se emplea el formante grecolatino *-oide* sobre la base léxica Aznar. De este modo, la neología formal permite crear un nuevo término que no existe, pero que destaca por su originalidad al vincular al expresidente con los personajes de la serie Dragon Ball mediante su físico de deportista.

(3) - ¿Qué lleva este plato?

- Se trata de un carfachito ahumado con huevas de machus **abasca-loide** en espuma de rivera y micui de pavo casado.
- Curiosa combinación.
- Disfrute lo votado (Twitter, 18-06-2019)

Este *tuit* va dirigido a los votantes españoles de las formaciones políticas Vox, Ciudadanos y Partido Popular. La oposición de marcos cognitivos se produce por el choque entre las expectativas del lector, que espera la descripción de un plato que el camarero acaba de servir en la mesa, y lo que finalmente se convierte en un ejemplo de ironía continuada. El primer guion está constituido por la pregunta que formula el comensal cuando le sirven el plato y las expectativas del cliente. El segundo guion es la respuesta del camarero, que describe el alimento con ironía y satiriza a los líderes políticos de dichas formaciones.

El mecanismo lógico que relaciona los dos marcos cognitivos en este caso es la ambigüedad. Este texto es ambiguo porque la inclusión de estos términos en este contexto parece correcta, pero tras un proceso de desambiguación y de reasignación de referentes, el lector se da cuenta de que se trata de un juego de palabras. El remate final que ayuda a la comprensión de la broma es la intervención final del camarero: “Disfrute lo votado” (Lín. 5). Lo esperable sería que disfrutara de lo que ha elegido en la carta, pero al nombrar el proceso electoral se comprende el sentido del texto.

A propósito de la situación, los elementos que rodean al blanco del chiste son los que se circunscriben al panorama político que vive España a mediados de 2019 y la posible colaboración de los tres partidos políticos.

El blanco de la broma coincide con un personaje estereotipado en el género humorístico y la sátira: el político. En este caso, el blanco explícito es Santiago Abascal, Albert Rivera y Pablo Casado. Existe un segundo blanco que está implícito bajo la intervención final del camarero: los votantes. El producto de esta “curiosa combinación” (Lín. 4) es el resultado del proceso electoral celebrado el 28 de abril de 2019.

Respecto a la estrategia narrativa a la que se adscribe la broma, se trata del género *tuit* y en este caso el principal objetivo consiste en satirizar a los líderes de Vox, Ciudadanos y Partido Popular.

El usuario emplea el sufijo grecolatino *-oide* sobre un nombre propio: *Abascal*. De este modo, recurre a la neología formal para describir uno de los ingredientes del plato que se ha elaborado como ‘semejante a Santiago a Abascal’. Además, se pone en ridículo la imagen de hombre español, fuerte y poderoso que se ha creado sobre la figura del líder de Vox al convertirlo en un ingrediente que responde a estas “virtudes”: “huevas de machus abascaloide” (Lín. 2). De este modo, Santiago Abascal es un *machus abascaloide* y la nomenclatura científica da una pista de la imagen que tiene el usuario del político de Vox. Este uso responde al patrón humorístico y burlón que ofrece el formante en el lenguaje coloquial. Por otro lado, la originalidad de este breve texto reside en el juego de palabras que convierte a los líderes políticos en ingredientes de este “carfachito” (Lín. 2), resultado de unir *carpaccio* y *facha*, “espuma de rivera” (Lín. 3), unión de *Albert Rivera* y el vino con denominación de origen *Ribera del Duero*, o el juego de palabras “pavo casado” (Lín. 3) y *Pablo Casado*.

A continuación, se examinarán los dos tuits que han sido escogidos para investigar el uso del sufijo de origen grecolatino *-ina*. Las palabras sujetas a análisis en esta sección son las siguientes: guillotina y olvidina.

- (4) El PSOE ha salido de grandes crisis políticas, económicas, sociales y morales a base de **Olvidina** y soma. Son remedios a muy corto plazo que causan euforia momentánea, pero que a medio y largo plazo producen depresión, letargo y alucinaciones en el enfermo. Necesita ELECTOshock. (Twitter, 22-10-2019)

La oposición de marcos cognitivos se produce por el choque entre las expectativas del receptor, que espera encontrar cuáles son las estrategias políticas que ha adoptado el Partido Socialista Español para enfrentarse a crisis de

todo tipo y, por otro lado, la solución a base de ingerir una sustancia que no existe: la olvidina. El segundo guion está configurado por los efectos que derivan de dicha sustancia. El remate final es el ingenioso juego de palabras que funde la palabra electroshock y el proceso electoral para reivindicar la necesidad de nuevas elecciones: electoshock.

El mecanismo lógico que relaciona los dos marcos cognitivos en este caso es la analogía. Según este procedimiento lingüístico, la conducta del PSOE consiste en el olvido y por eso se justifica con el consumo de una sustancia inventada que es la olvidina.

En cuanto a la situación, los elementos que rodean al blanco del chiste son los que favorece el conocimiento que comparten los lectores de la historia política del PSOE y la crisis económica que comenzó en 2008, durante la legislatura de José Luis Rodríguez Zapatero.

Así pues, el objetivo de la broma coincide con un personaje estereotipado que ha sido blanco constante de burlas y que ha aparecido en chistes y viñetas: la figura del político. En este caso, la orientación política que se convierte en objeto de burla es la política socialista del PSOE.

Respecto a la estrategia narrativa a la que se adscribe la broma, se trata del género *tuit* y el objetivo principal es atacar la conducta de los gobiernos de izquierdas.

El formante latino *-ina* se adhiere a una base léxica que no responde al patrón que da nombre a las sustancias químicas en este ámbito de la ciencia, sino que se añade al sustantivo olvido y el resultado es la olvidina. El usuario recurre a la neología formal para crear una sustancia que no existe, cuyos síntomas aparecen en el cuerpo del texto (Líns. 2-3).

(5) ¿El coronavirus no se cura con **guillotina**? (Twitter, 25-01-2020)

La oposición de marcos cognitivos se produce por el choque entre las expectativas del receptor, que espera leer la cura para una enfermedad real, y un virus que no tiene nada que ver con la enfermedad por COVID-19, sino con la

monarquía que es considerada un virus para la sociedad según este usuario: coronavirus. La colisión de estos dos guiones se aprecia al final de la pregunta que se formula, puesto que la opción de utilizar la guillotina para curar el coronavirus solo es válida si se habla de la realeza y no de la enfermedad real.

El mecanismo lógico que relaciona los dos marcos cognitivos en este caso es la analogía. Este procedimiento lingüístico compara la monarquía con una enfermedad. Para este usuario, la monarquía es una enfermedad que debe curarse y, para ello, el mejor remedio es una sustancia inventada: guillotina. El lector sabe que esta sustancia no existe y que se ha establecido la analogía con el mecanismo para el ejercicio de la pena capital que acabó con la monarquía durante la Revolución Francesa.

A propósito de la situación, los elementos que rodean al blanco del chiste son los que facilita el conocimiento que tienen los lectores de la historia de Europa, que reconocen la mención a la guillotina y que comprenden la metáfora que supone la monarquía como una enfermedad que se ha de erradicar cortando la cabeza de los monarcas. Además, es muy importante situar el contexto del *tuit*, pues el coronavirus ya era conocido a finales de enero de 2020, a pesar de que el establo de alarma para la gestión de la crisis sanitaria no se declara hasta el 14 de marzo de 2020.

De esta manera, el objetivo de la broma coincide con un personaje estereotipado que ha sido blanco de burlas y que ha aparecido en otros géneros humorísticos: la figura del monarca.

Respecto a la estrategia narrativa a la que se adscribe la broma, se trata del género *tuit* y el objetivo principal es atacar la monarquía al convertirla en una enfermedad que todos conocen: el coronavirus.

El formante latino *-ina* se adhiere a una base léxica que no responde al patrón que da nombre a las sustancias químicas en este ámbito de la ciencia, sino que se añade al sustantivo guillotina. El usuario recurre a la neología formal para crear una sustancia que no existe, remedio para acabar con una enfermedad que tampoco existe.

7. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación llevada a cabo confirma la aplicabilidad de los seis criterios propuestos por la Teoría General del Humor Verbal (TGHV) para examinar las expresiones del humor verbal. Aunque esta teoría se centra principalmente en el análisis del chiste como el género prototípico del humor verbal, ha sido adaptada para otros géneros humorísticos como el monólogo, el *sketch* y la parodia. Esto demuestra una tendencia de los usuarios de *Twitter* a demostrar constantemente su originalidad y habilidad para crear textos humorísticos, utilizando juegos de palabras y creando neologismos.

En la mayoría de los comentarios publicados en esta plataforma, el efecto humorístico se produce cuando hay un conocimiento compartido entre los interlocutores. Es crucial compartir el mismo espacio mental, entendido como las estructuras cognitivas que contienen información sobre el conocimiento, creencias, deseos, hipótesis y contradicciones de los hablantes. Este conjunto de ideas subjetivas limita la interpretación de los enunciados durante la comunicación.

El contexto espaciotemporal, especialmente el temporal, es crucial para percibir el humor en los textos. La interpretación adecuada de los *tuits* en el corpus depende del conocimiento previo de los acontecimientos políticos en España. Sin este conocimiento, los textos pierden su efecto cómico.

La oposición de marcos cognitivos, donde se produce un choque entre dos esquemas o guiones, es esencial para generar y entender el humor. Se ha observado que este parámetro está presente en todos los *tuits*, ya que los lectores generan expectativas que luego son frustradas. Los lectores esperan encontrar una sustancia real, pero en su lugar encuentran una sustancia inventada.

Los *tuits* comparten ciertas características generales, como ser publicados en *Twitter* y estar limitados a 280 caracteres. Sin embargo, esta limitación no reduce la calidad de los textos, sino que fomenta la originalidad. En cuanto al contexto espaciotemporal, todos los comentarios se centran en el ámbito

político de España, aunque el período de tiempo varía desde enero de 2018 hasta febrero de 2020.

La estrategia narrativa utilizada en los *tuits* es común en todos los casos. Estos enunciados son independientes y escritos en una modalidad oral coloquial. En relación al lenguaje, las elecciones léxicas de los hablantes reflejan sus intenciones y sirven para lograr objetivos pragmáticos. El humor surge del contraste entre la voz creada y el contexto en el que aparece.

El objetivo de los *tuits* analizados es generar humor para conectar con aquellos con quienes los usuarios comparten afinidad. Además, los lazos creados entre emisor y receptor no solo dependen del humor de los textos, sino también de la descortesía hacia ciertos políticos y partidos, lo que contribuye a esta relación virtual.

8. CONCLUSIONES

La limitación espacial de los *tuits* condiciona significativamente la estructura del texto humorístico. Sin embargo, lo que inicialmente podría parecer una desventaja, en realidad se revela como una estrategia que favorece la alta densidad léxica de los textos y, por ende, la precisión terminológica exhibida por los usuarios más ingeniosos. La brevedad se convierte en una nueva herramienta disponible para los hablantes, lo que promueve la originalidad.

Por otro lado, el formato del *tuit* se aparta de los textos convencionales y del chiste, pero su actualidad y el interés que suscita entre los millones de usuarios de esta red social lo convierten en un medio de difusión ampliamente utilizado. De hecho, es una de las principales herramientas para la transmisión de información en la actualidad.

Se ha observado en este estudio la fragilidad de las denominaciones y la sutil línea que separa el humor de otros términos como la ironía la descortesía. Es importante señalar que, aunque la búsqueda de textos para respaldar los usos estudiados se ha centrado en el humor desde el principio, lo que se

ha encontrado es evidencia de que en las redes sociales prevalece no tanto el humor, sino más bien el odio.

En resumen, la brevedad, la actualidad y la necesidad de compartir conocimientos comunes son elementos clave en la creación y comprensión del humor en los *tuits*.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agüero Guerra, M. (2013). Análisis semántico-cognitivo del discurso humorístico en el texto multimodal de las viñetas de Forges. *ELUA: Estudios de lingüística. Universidad de Alicante*, 27, 7-30. <https://doi.org/10.14198/ELUA2013.27.01>
- Aladro Vico, E. (2002). El humor como medio cognitivo. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 7, 317-327. <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0202110317A/7348>
- Attardo, S. (2001). *Humoroustexts*. Mouton de Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110887969>
- Cortés Gaubán, F. (coord.) (2011). *Diccionario médico-biológico, histórico y etimológico*. Universidad de Salamanca. <https://dicciomed.usal.es/busqueda/oide>
- Díaz Rojo, J. A. (2001). Nociones de neología. Los sufijos *-oides*, *-oide*, *-oideo*, *-oidal* y *-oídico* en terminología médica. *Panacea: Revista de Medicina, Lenguaje y Traducción*, 2(3), 67-70. https://www.tremedica.org/wp-content/uploads/n3_Panacea3_Marzo2001.pdf
- García Platero, J. M. (2009). Lexicogénesis y violencia verbal. En C. Fuentes Rodríguez & E. R. Alcaide Lara (eds.), *Manifestaciones textuales de la descortesía y agresividad verbal en diversos ámbitos comunicativos*. Universidad Internacional de Andalucía. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=399368>
- Garriga Escribano, C. (2003). La química y la lengua española en el s. XIX. *Asclepio*, 55(2), 93-118. <https://doi.org/10.3989/asclepio.2003.v55.i2.105>
- Gironzetti, E. (2013) Un análisis pragmático-experimental del humor gráfico. Sus aplicaciones al aula de ELE [Tesis doctoral inédita. Universidad de Alicante]. Repositorio institucional de la Universidad de Alicante. <http://hdl.handle.net/10045/35847>
- Gutiérrez Rodilla, B. M.^a (1998). *La ciencia empieza en la palabra. Análisis e historia del lenguaje científico*. Ediciones Península.
- Julià Luna, C. (2012). La recepción del léxico científico en la lexicografía académica: las voces derivadas en *-itis*. *Revista de Lexicografía*, 18, 77-102. <https://doi.org/10.17979/rlex.2012.18.0.3770>
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1986). *Metáforas de la vida cotidiana*. Cátedra.
- Muñoz Armijo, L. (2013). Morfología léxica del sufijo *-ina*: análisis de los derivados en la lexicografía académica española del siglo XVIII. En A. Kuzmanović Jovanović et. al (eds.). *Hispanic Studies in the 21st century*. University of Belgrade Press.

- Muñoz Armijo, L. (2018). De la resina a la queratina: la extensión semántica del patrón derivativo de las sustancias en *-ina* y su difusión en el español moderno. En M.^a L. Arnal Purroy, R. M.^a Castañer Martín, J. M.^a Enguita Utrilla, V. Lagüéns Gracia, M.^a A. Martín Zorraquino (coords.), *Actas del X Congreso Internacional de Historia de la Lengua Española, Zaragoza, 7-11 de septiembre de 2015*. Vol. 2, 2018, págs. 1241-1260. Recuperado de <https://ifc.dpz.es/recursos/publicaciones/37/61/17muñoz.pdf>
- Pano Alamán, A. (2015). Ironía verbal y actividad de imagen en el discurso de políticos y ciudadanos españoles en Twitter. *Pragmática Sociocultural*, 3(1), 59-89. <https://doi.org/10.1515/soprag-2015-0002>
- Provencio Garrigós, H. (2009). La prefijación y la sufijación. En L. Ruiz Gurillo & X. A. Padilla García (eds.), *Dime cómo ironizas y te diré quién eres. Una aproximación pragmática a la ironía*. Peter Lang.
- Real Academia Española (2023). *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). <https://dle.rae.es/>
- Ruiz Gurillo, L. (2012). *La lingüística del humor en español*. Arco Libros.
- Sánchez González, J. J. (2022). Humor, ironía y sarcasmo en las redes sociales: creación léxica a partir del formante grecolatino *-itis*. *Revista de investigación lingüística*, 25, 259-283. <https://doi.org/10.6018/ril.482871>
- Segura Munguía, S. (1985). *Diccionario etimológico latino-español*. Ediciones Generales Anaya.
- Simarro Vázquez, M. (2016). Mecanismos de humor verbal en Twitter. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 5(2), 32-57.
- Tejera, M.^a J. (1998). La derivación humorística. *Boletín de Filología*, 37(2), 1171-1181. <https://boletinfilologia.uchile.cl/index.php/BDF/article/view/21683>
- Yus Ramos, F. (2001). *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. Ariel.