

Etiquetaje pragmático de un corpus de blogs económicos y financieros en español

José Joaquín Martínez Egado¹

Recibido: 27 de enero de 2022 / Aceptado: 13 de junio de 2023

Resumen. El blog económico y financiero es un género textual que posibilita el discurso económico y financiero en español, caracterizado por ser un texto expositivo y argumentativo que facilita la interacción entre el autor y los lectores. Ambos pueden utilizar el humor verbal como una estrategia discursiva argumentativa al poder incluir en su discurso una incongruencia con una interpretación humorística en su resolución, teniendo en cuenta que el humor verbal en este tipo textual no es esperable, ya que no son textos humorísticos. El objetivo de este trabajo es la preparación y construcción de un conjunto de textos publicados en blogs económicos y financieros y su etiquetación siguiendo las directrices del grupo de investigación GRIALE, para ponerlos a disposición de los investigadores e interesados, en la plataforma OBSERVAHUMOR.COM. Para ello se ha creado un corpus de 21 textos de dos blogs económicos y financieros, de los que se han seleccionado 100 secuencias humorísticas en las que se ha analizado la presencia del humor verbal en ellas. Se ha establecido una tipologización de las secuencias humorísticas y se ha procedido al etiquetaje del humor verbal en ellas mediante la inclusión de las marcas y de los indicadores humorísticos detectados. El resultado obtenido se ha correspondido con la consecución del objetivo perseguido.

Palabras clave: Humor verbal, Español económico y financiero, Corpus, Blog.

[en] Pragmatic labeling of a corpus of economic and financial blogs in Spanish

Abstract. Economic and financial blogs allow for discourse on economic and financial matters, and can be characterised as a text type which is expository and argumentative in nature, and which facilitates interaction between author and readers. Both parties can use verbal humour as an argumentative discursive strategy, in that they can include in their discourse certain incongruities which demand a humorous interpretation in their resolution, bearing in mind that verbal humour in this textual type is not to be expected, since they are not humorous texts. This study describes the preparation and construction of a set of texts published in Spanish economic and financial blogs, as well as the labelling of these following the guidelines of the GRIALE research group, as a means of making them available on the OBSERVAHUMOR.COM platform to researchers and anyone else with related interests. To this end, a corpus of 21 texts from two economic and financial blogs was created. From these, 100 humorous sequences were selected and the presence of verbal humour in them analysed. A typology of the humorous sequences was established, and the verbal humour therein was then labelled according to the humour markers and indicators detected.

Keywords: Verbal humour, economic and financial Spanish, corpus, blog.

Sumario: 1. Introducción. 2. Corpus de blogs económicos y financieros. Metodología. 3. Análisis y resultados. 3.1. Tipos de secuencias. 3.1.1. Ejemplificación y análisis de la tipología de secuencias. 3.1.1.1. Tipo A: Secuencia humorística aislada. 3.1.1.2. Tipo B: Secuencia humorística integrada en el post o en los comentarios. 3.1.1.3. Tipo C: Secuencia humorística ligada mediante interacción. 3.2. El etiquetaje. 3.2.1. Las etiquetas en cifras. 3.2.1.1. Las marcas. 3.2.1.2. Los indicadores. 3.2.2. La distribución de las etiquetas. 4 Conclusiones. Agradecimientos. Referencias bibliográficas. Enlaces a los artículos de los blogs citados.

Cómo citar: Martínez Egado, J. J. (2023). Etiquetaje pragmático de un corpus de blogs económicos y financieros en español, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 96, 89-112. <https://dx.doi.org/10.5209/clac.91594>

1. Introducción

El español económico y financiero, como variante diatómica de lengua para fines específicos, se compone de una diversidad tipológica, tanto oral como escrita, en su configuración como discurso lingüístico (Mateo Martínez, 2006). Uno de esos tipos textuales sería el blog (Yus, 2008), en este caso el blog económico y financiero, el cual participa de

¹ Universidad de Alicante
Correo electrónico: jj.martinez@ua.es
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9775-2721>

las características propias de un artículo de opinión (Martínez Egido, 2020), es decir, en su composición se contemplan tanto secuencias expositivas como argumentativas (Adam, 1992), con una finalidad perlocutiva última: convencer al lector de la tesis que se defiende. De esta forma, el blog facilita a sus lectores contenidos de la materia que traten, en este caso, por una parte, sobre el campo de especialidad que suponen la economía y las finanzas; y, por otra parte, transmiten una opinión siempre subjetiva del autor sobre el asunto económico que trate (Martínez Egido, 2022). Además, por su condición tecnológica, los blogs económicos y financieros también tienen características especiales, es decir, se caracterizan por su posible multimodalidad (Pujolá y Montmany, 2010) y por la posibilidad de interacción con los lectores, los cuales, con sus comentarios, pueden convertirse en emisores en este tipo textual, siempre de forma asíncrona. En ellos, tanto los autores como los lectores pueden utilizar el humor verbal como una estrategia discursiva (Méndez García de Paredes, 2013) argumentativa para conseguir sus objetivos comunicativos (Martínez Egido, 2022).

Aunque sea difícil definir el humor verbal al converger en él aspectos que pueden ser enfocados desde diferentes perspectivas, como por ejemplo la lingüística cognitiva (Brône, 2017), la teoría relevantista (Yus, 2016) o la Teoría del Humor Verbal (Attardo, 2001; Ruiz Gurillo, 2012), en este trabajo se aborda el humor verbal como una forma de representar la realidad mediante el uso de un componente aparentemente ilógico que, en su interpretación, conlleva un resultado cómico independientemente del género textual en el que se incluya (Martínez Egido, 2016: 162).

A su vez, partiendo de la idea de que el humor verbal puede crearse o emplearse en casi cualquier tipo textual y que, en su uso, puede establecerse una gradación en cuanto a su presencia e importancia en diferentes tipos textuales (Tsakona, 2017), puede afirmarse que la inclusión del humor verbal en textos no humorísticos (Martínez Egido, 2014; Verschueren, 2017; Martínez Egido, 2019) puede llegar a constituir una estrategia discursiva claramente argumentativa en ellos, apuntado ya anteriormente, como, por ejemplo, lo ha sido en el caso del tipo textual que responde a lo que son las columnas sobre la lengua que se vienen publicando en España desde mediados del siglo XIX hasta el presente (Martínez Egido, en prensa).

Por ello, desde estas páginas se entiende el humor verbal como una estrategia discursiva en la que el emisor presenta una incongruencia (Ritchie, 2004; Timofeeva Timofeev y Ruiz Gurillo 2018) o componente ilógico en su discurso, faltando al prerrequisito de cualidad e infringiendo algún principio pragmático, como pueden ser los de cantidad, manera e informatividad (Ruiz Gurillo y Padilla García, 2009; Ruiz Gurillo, 2014). Para que el lector pueda detectar y, consecuentemente, entender y resolver esa incongruencia, el emisor introduce unas marcas y unos indicadores humorísticos que, según el marco sociocultural compartido entre ambos, emisor y lector, pueda ser interpretado como humor verbal (Timofeeva, Ruiz Gurillo, 2021; Ruiz Gurillo, 2023). Se entiende por marca cualquier elemento procedimental que indique que lo que le sigue o antecede debe ser tomado como humorístico; en nuestro caso, al tratarse de textos escritos, solo se podrán extraer aquellas que puedan ser mostradas mediante elementos gráficos, tales como el decir que algo es de chiste o irónico o la transcripción de la risa, por ejemplo. A su vez, los indicadores humorísticos son recursos o elementos lingüísticos que inducen a interpretar lo dicho como humorístico, tales como la metáfora, la ironía, la sufijación apreciativa, etc., es decir, elementos lingüísticos que infringirán algún principio pragmático y que originarán el humor y su interpretación como tal.

A partir de estos presupuestos teóricos es desde donde se aborda el estudio del humor verbal en este trabajo, en el que se parte de la hipótesis de que la aparición del humor verbal es una estrategia discursiva argumentativa empleada en el blog económico y financiero, tanto por el autor del texto, como por los posibles lectores, convertidos en autores mediante sus propios comentarios en el blog con diferentes finalidades, todas ellas encaminadas a afianzar lo que se dice. El objetivo principal y último de este estudio es la preparación y la construcción de un corpus textual de blogs económicos y financieros, del que se extraen las diferentes secuencias humorísticas, las cuales se analizarán mediante el etiquetado del humor verbal que aparezca en ellas.

Para conseguir este fin, en primer lugar, se establecerá el corpus textual del que se señalarán y se extraerán todas las secuencias humorísticas que haya en los textos seleccionados y se planteará la metodología empleada para su clasificación y para su análisis, es decir, la definición y la caracterización tipológica de las secuencias humorísticas seleccionadas y la inclusión en ellas de las etiquetas correspondientes a las marcas y a los indicadores humorísticos empleadas en la construcción del humor verbal. Con los datos obtenidos se procederá a determinar cómo se configura el humor verbal en este tipo textual y cómo el emisor integra en su discurso determinados elementos que alertan de la incongruencia que se comete y de las claves de cómo debe ser resuelta para que se cumpla las posibles finalidades comunicativas perseguidas. El resultado final será conseguir el objetivo perseguido, que es el de integrar un corpus textual de humor verbal de blogs económicos y financieros analizado y etiquetado de forma conveniente en la plataforma <http://www.observahumor.com>, con el fin de que se encuentre a disposición de los investigadores interesados en esta cuestión.

2. Corpus de blogs económicos y financieros y metodología

Para confeccionar el corpus o muestra de textos de blogs económicos y financieros se han tenido en cuenta tres características: en primer lugar, su gratuidad y su buena accesibilidad en la red; en segundo lugar, el que puedan ser representativos de diferentes ámbitos, tales como el periodístico y el profesional; y, por último, el que tuvieran la posibilidad de verter comentarios abiertos por parte de los lectores y que estos pudieran ser objeto de retroalimentación por parte de los autores del artículo de blog, es decir, que permitan y favorezcan la interacción. De esta forma, los blogs económicos y financieros elegidos al cumplir esas tres características han sido *El blog salmón*, *Nada es gratis* y *Economistas frente a la crisis*.

El blog salmón, según las propias palabras de su web, se caracteriza por ser una publicación en un entorno periódico de diversos autores que opinan sobre la actualidad de la economía doméstica, nacional e internacional, que también reproducen en sus páginas las entradas sobre economía del blog especialista en la tecnología xataka.com. En sus intenciones destaca el que ellos son los que seleccionan las noticias e intentan mostrar las claves para que todos sus lectores puedan entenderlas y, sobre todo, marcar la influencia que tendrán en el futuro. Por otra parte, *Nada es gratis* y *Economistas frente a la crisis* son dos blogs con diferentes editores, el primero de ellos se compone de profesores de economía de enseñanza superior, junto a otros colaboradores también economistas, mientras que el segundo también admite otras profesiones que propongan análisis y perspectivas desde disciplinas diferentes sobre temas económicos. El objetivo principal de los dos es promover el análisis y el comentario de los problemas económicos españoles y mundiales en cualquier persona interesada en estas cuestiones. Persiguen establecer sus comentarios siempre sobre datos objetivos e instan a sus colaboradores a que lo hagan de esa manera. Estos blogs estimulan la participación de sus lectores mediante políticas concretas que definen y articulan los comentarios de los lectores, por lo que son dos medios que posibilitan la interacción comunicativa, la retroalimentación, entre autores y lectores, uno desde el ámbito periódico y el otro desde el ámbito profesional de la economía y de las finanzas.

La muestra textual seleccionada se expone al final de este trabajo y se compone de 21 textos con los comentarios de los lectores y la posible intervención del autor en ellos, publicados de 2017 a 2021. En total son más de 83.000 palabras. De toda la muestra se han extraído 100 secuencias que pueden ser consideradas como secuencias humorísticas mediante su lectura e interpretación subjetiva de lo dicho, puesto que no hay instrumentos tecnológicos que puedan garantizar la marcación y el análisis del humor verbal de forma totalmente objetiva al concurrir en él tanto elementos lingüísticos como pragmáticos, es decir, al tratarse de una estrategia en el ámbito metapragmático. Por lo tanto, serán esas 100 secuencias las que conforman el objeto de estudio de este trabajo y, por tanto, las que configurarán el corpus final de ellas que será el integrado en la plataforma del proyecto.

3. Análisis y resultados

Como unidad de análisis en este corpus se ha establecido la que se ha denominado *secuencia humorística textual*. Esta unidad de contenido humorístico se crea mediante la ligazón de ciertos elementos textuales que propician la aparición del humor, pero que puede ser creada en diferido y de forma discontinua textual (Martínez Egido 2022: 255), es decir, puede presentar diferentes formas de aparición en el blog y en distintos momentos temporales, todo ello debido a la idiosincrasia textual que supone el blog económico y financiero como género textual. De ahí que, para este trabajo se hayan distinguido tres tipos de secuencias.

3.1. Tipos de secuencias

Para establecer la tipología de secuencias en este tipo textual se ha atendido a su configuración formal, es decir, a distinguir el momento espacial y temporal de la producción de la incongruencia que dará lugar a una interpretación humorística por el lector, ya que, evidentemente, la cantidad de información que aporta el texto va en relación con su progresión temática, además de que, cuando participan los comentaristas, estos pueden intervenir atendiendo a cualquier aspecto del texto o a cualquier ocurrencia que quieran expresar. Teniendo en cuenta este tipo de cuestiones, se han distinguido tres tipos de secuencias humorísticas como son:

- Tipo A: Secuencia humorística aislada. Se define por estar en el diseño de las estrategias expositivas y argumentativas del texto como enganche entre la realidad, el texto y el lector, por lo que su razón de ser es primordial para despertar el interés del lector en el texto. Coincide con el título de la entrada. Se constatan 13 secuencias de este tipo, lo que representa solamente un 13 % del total de la muestra.
- Tipo B: Secuencia humorística integrada en el texto o en los comentarios, que se interpreta, en parte, mediante ideas expresadas en el texto confrontadas con el conocimiento del mundo del emisor y del lector. Este tipo de secuencias está formado por el grueso de las secuencias extraídas, ya que son 75, por lo que representan el 75 % de la muestra. En este sentido hay que decir que este total hay que distinguir entre el grupo en el que la secuencia humorística se encuentra en el texto, que serían 42, un 42 % del total de secuencias, y aquellas que se sitúan en los comentarios, las cuales ascienden a 33, el 33 % del total.
- Tipo C: Secuencia humorística ligada mediante interacción entre los comentaristas o entre estos y el autor del post, es decir, cualquiera de los intervinientes puede crearlas en respuesta al propio texto o a alguna intervención de los participantes. Este grupo se compone solo de 12 secuencias, un 12 % del total de la muestra. A su vez, en él pueden distinguirse dos subgrupos, uno formado por 4 de dichas secuencias, el 4 % del total, en el que el humor aparece solo en una intervención de la interacción; y otro, formado por las 8 secuencias restantes, el 8 % del total, en donde el humor se constata en dos o más intervenciones de la interacción que configura la secuencia.

3.1.1. Ejemplificación y análisis de la tipología de secuencias.

Teniendo en cuenta esta división, se ha procedido al análisis y a la ejemplificación de la tipología de secuencias expuestas, que serían las que integren el corpus de “Humor: Blogs económicos y financieros”.

3.1.1.1. Tipo A: Secuencia humorística aislada.

En el primer tipo descrito (Tipo A), se encuentran las que pueden considerarse aisladas del resto en un primer momento, ya que, al corresponderse con el título del post, el control sobre el mismo depende del autor; es decir, en su configuración, el emisor introduce el humor de forma consciente, mediante el uso de unos indicadores lingüísticos y humorísticos concretos que propician tanto la aparición de la incongruencia, como su correcta interpretación por el lector. Este solo tiene presentes para su interpretación la información denotada que le facilita el autor en unas pocas palabras, así como la información connotada que él mismo tiene que inferir mediante su conocimiento del mundo. Entre lo denotado y lo connotado aparece la incongruencia, si esta se resuelve óptimamente, se produce el humor. Si, por el contrario, el lector no consigue resolver la incongruencia podría hablarse de humor fallido (Bell, 2009; 2015); aunque es cierto que una correcta resolución de la incongruencia podría realizarse a lo largo de la lectura del texto; sin embargo, si esto ocurriera, se perdería la intención humorística primaria de este tipo de secuencia, que sería el servir de enganche del lector para que así se motivara para leer el artículo.

Ejemplos de este tipo de secuencia serían (1) y (2), sabiendo que, en este trabajo, cada número que antecede al ejemplo se corresponde con el blog consignado en ese orden al final:

- (1) Políticas activas: la contra-reforma silenciosa o cómo retornar al Pleistoceno. (*Nada es gratis*, (17/01/2017))
- (2) El gasto en pensiones se dispara: Houston, tenemos un problema. (*El blog salmón*, 30/01/2019)

En (1) para expresar la idea de que las políticas activas actuales son retrógradas, que sería el significado denotado expresado mediante lo que supone la utilización del sustantivo *contra-reforma*, el autor introduce la incongruencia que supone la creación de la metáfora hiperbólica de un registro diferente, *como retornar al pleistoceno*, entendido este como algo antiguo, ya superado. El lector entiende el sentido y el humor al confrontarlo con su conocimiento de los tiempos geológicos de La Tierra. Su finalidad está en remarcar el contenido principal del texto, es decir, la actuación del político en la economía ridiculizándola con el empleo de la metáfora.

En (2) se remarca, por una parte, lo denotado en su primera parte, es decir, el hecho de que el gasto de las pensiones suba mucho; por otra parte, estaría lo connotado en la segunda parte, es decir, el introducir la incongruencia que supone el cambio de registro, pues incluye la frase mítica de los astronautas a Cabo Cañaveral antes de que se produjera un gran problema, lo que supone que el lector asociará ambos casos, sobre todo, mediante el empleo del verbo *se dispara* en asociación con lo que es el disparo de un cohete.

Como puede observarse, este tipo de secuencias aisladas se compone de dos partes y la incongruencia surge de la confrontación entre ellas, es decir, la primera parte expresa lo denotado, mientras que, en la segunda, se produce la incongruencia, lo connotado, y con su resolución se logra el sentido humorístico que se buscaba. Por ello, normalmente este tipo de secuencias se formula mediante la contraposición de dos elementos lingüísticos: en (1) mediante el uso de la coordinación disyuntiva; y en (2) mediante la yuxtaposición de oraciones. En la finalidad de este tipo secuencial se aúnan el remarcar y el sintetizar la idea principal del texto, su tesis, y el querer captar la atención del lector mediante un título sugerente y atractivo.

3.1.1.2. Tipo B: Secuencia humorística integrada en el texto o en los comentarios

El tipo 2 de secuencias humorísticas señalado se correspondería con aquellas integradas bien en el texto, bien en los comentarios y que puede interpretarse mediante la información que nos va proporcionando el texto, mediante su progresión temática. Una muestra de este tipo de secuencias integradas en el texto por parte del autor serían los ejemplos recogidos en (3) y en (4):

- (3) No deja de ser irónico que uno de los productos que Venezuela importa de su archienemigo estadounidense sean sus propios billetes. Los productores extranjeros, evidentemente, no aceptan pagos en bolívares según la inflada tasa gubernamental, y el gobierno venezolano tiene problemas para hacer frente a los pagos: el impresor británico De la Rue reclama una deuda de 71 millones a Venezuela por billetes impagados. (*El blog salmón*, 13/09/2017)
- (4) Una es su participación directa como gestores administrativos o, por ejemplo, miembros de gabinetes ministeriales o de bancos centrales (con mayor frecuencia, como “fontaneros” o “sherpas”, en la jerga endogámica, que como directores, gobernadores, ministros o presidentes de instituciones con competencias en materias económicas). (*Nada es gratis*, 14/09/2017)

El autor del texto puede utilizar el humor de forma explícita anunciándolo, como puede comprobarse en (3), ya que afirma el hecho irónico de recurrir al enemigo para poder comprar sus propios billetes. El economista establece con el empleo del adjetivo *irónico* la indicación concreta con la que tiene que ser interpretado lo que continúa en el texto, por lo que ya avisa y caracteriza la incongruencia que se va a desarrollar. En estos casos, lo humorístico no es creado por el autor, sino que es la propia realidad la que ya lo es, de ahí que el autor lo califique como irónico. Este tipo de secuencias se conforma mediante un contenido A que reproduce lo denotado, *No deja de ser irónico*, con el anuncio de cómo debe interpretarse lo que dirá a continuación, y un contenido B, que es el hecho en sí, *que uno de los productos que Venezuela importa de su archienemigo estadounidense sean sus propios billetes*.

A su vez, en el caso de (4), dentro de lo que supone una disquisición propia de la lengua de especialidad económico-financiera, en el momento de hacer un inciso para explicar mejor en qué consiste la participación de los economistas en los gobiernos, se opta por caracterizar estas funciones mediante un cambio de registro con el empleo de las metáforas denominativas *fontaneros* o *sherpas* mediante la llamada de atención que supone, a su vez el uso de las comillas: “*fontaneros*” o “*sherpas*”. En esta secuencia, la estructura empleada sería: un contenido A denotado, seguido de un contenido B connotado (*con mayor frecuencia, como “fontaneros” o “sherpas”, en la jerga endogámica*), donde estaría la incongruencia que respalda la verdadera función de estas personas, seguido de un contenido C denotado, con la que se termina la secuencia, que ayuda a entender mejor la incongruencia anterior.

Este mismo tipo de secuencia humorística puede aparecer también en los comentarios por parte de los lectores que, con este ejercicio, se convierten también en autores del texto. En la secuencia (5), el comentarista, parte de la alusión al título de una película del que se sirve para caracterizar a los especuladores, a los que califica de *malvados*, para establecer una comparación suficientemente significativa para poder explicar la especulación y la manipulación en el mercado de futuros:

- (5) Comentarista 2: [...] *Entre pillos anda el juego (Trading places)* de John Landis, con Eddie Murphy, Dan Aykroyd y Jamie Lee Curtis. Ideal por muchos motivos, empezando por el doble sentido del título y por la genial interpretación, en especial a de los malvados especuladores aficionados a la experimentación social, pero en especial para comprender el mercado de futuros y las catastróficas/lucrativas consecuencias de su manipulación. Después de verla, no beberás zumo de naranja de la misma manera. (*Nada es gratis*, 25/09/2017)

La secuencia (5) se cierra con la enseñanza que supondrá el ver esa película, mediante la incongruencia, con resolución humorística de que ya no contemplará el hecho de beber un zumo de la misma forma. En este caso, el humor es empleado por el comentarista como un elemento pedagógico para explicar el mercado de futuros, es decir, se usa un registro fuera del marcado por esta lengua de especialidad mediante el símil con los personajes y mediante la metonimia del zumo de naranja.

El mismo tipo de secuencia se observa en (6), en donde el comentarista emplea el humor al intentar exponer lo que parece no tener una explicación lógica sobre el asfalto de ciertas carreteras:

- (6) Comentarista: [...] Ahora entiendo por qué el año pasado asfaltaron innecesariamente el tramo de la M-45 desde más allá del Ensanche de Vallecas a Getafe, vías de servicio incluidas. Nunca vi un firme tan perfecto siendo sustituido por uno nuevo. (*Nada es gratis*, 27/09/2017)

Con esta intervención, la intención del comentarista es poner en evidencia la mala actuación de aquellos que han autorizado las obras, para lo que utiliza la primera persona y la ironía en su sentido más literal, decir lo contrario de lo que se quiere expresar, es decir, comprender por qué se asfaltan carreteras que no necesitarían ser asfaltadas, y que solo se hace para que la empresa concesionaria pueda ganar dinero. El comentarista intensifica su primera oración con la ironía que imprime en su segunda oración, por lo que la denuncia queda completamente patente mediante la creación de dicha incongruencia.

3.1.1.3. Tipo C: Secuencia humorística ligada mediante interacción

Las secuencias humorísticas que conforman el grupo Tipo 3 son aquellas que se presentan ligadas a otras partes del texto, por lo que la creación del humor radica en esa conexión, es decir, en la interacción entre los diferentes intervinientes y redactores del texto. En este caso, tal interacción puede realizarse mediante diversas combinaciones, pues la interacción puede hacerse entre intervenciones de humor con intervenciones de no humor; entre intervenciones de no humor y de humor y, por último, entre intervenciones todas ellas humorísticas. También en este tipo de secuencias humorísticas pueden intervenir solo comentaristas o bien comentaristas y el autor.

A continuación, se muestran ejemplos de secuencias humorísticas que recogen esta casuística planteada. Así como muestra de una interacción entre una primera intervención no humorística y otra humorística sería (7):

- (7) ¿Conocen a algún perfil similar que sorprendentemente opere en los mercados financieros frecuentemente? [...] Comentario 1: ¿Los jubilados? esos que en España invierten en bolsa mirando el teletexto (que los hay). El tiempo libre es muy proclive a hacer genialidades, pero también locuras. (*El blog salmón*, 30/08/2020)

El autor al final de su post en (7) formula una pregunta seria a sus lectores y, más adelante, en uno de los comentarios, un lector le contesta creando una incongruencia con la interrogación *¿Los jubilados?* Evidentemente la respuesta no sería nunca la esperada, pues, aunque pudiera ser válida en otro contexto, no lo es en este ámbito profesional. Además, el humor se extiende a la caracterización de ese colectivo con la abundancia de tiempo libre.

A su vez, en (8) puede observarse el caso contrario, es decir, una intervención humorística provoca una intervención seria:

- (8) Autor, como respuesta a un comentario: Como siempre, gracias por aportar la visión nihilista del mundo que esperamos de ti. En este caso, sin embargo, me preocupa que te has dejado llevar demasiado por la retórica y que tus comentarios rozan la superficialidad de las tertulias televisivas.

Respuesta del comentarista: Aunque las falacias “ad-hominem” no es algo que se espere de tu nivel en los debates, la “deriva nihilista” es una observación ciertamente lúcida que yo también había notado. (*Nada es gratis*, 27/09/2017)

El autor en su intervención en (8), para demostrar su contrariedad con la opinión de un comentarista, para darle las gracias, emplea la ironía en su sentido más literal, es decir, expresar lo contrario de lo que se siente. No obstante, en la interpelación que realiza el comentarista, este hace una crítica seria a semejante intervención del autor, así como una defensa a su propia opinión. El humor empleado por el autor ha sido fallido en esta ocasión.

Por último, también hay secuencias que se componen mediante la interacción de dos intervenciones humorísticas por parte de, al menos, dos intervinientes; tal sería el caso de (9):

- (9) Comentarista 1: El sector “renovables” de Repsol me recuerda a la noticia del gas vegano y ecológico que vende Greenpeace Alemania. Para que algo sea ecológico y aplaudido sólo hace falta que los beneficios se los lleve el destinatario “correcto”.

Comentarista 2: Pristino, cristalino y preclaro. En todas partes cuecen habas. (*El blog salmón*, 05/02/2021)

En esta secuencia, el primer comentarista en (9) plantea la ironía que supone el sector de renovables de Repsol junto al gas vegano, para luego crear la incongruencia que supone el uso de las comillas en el adjetivo *correcto* calificando al sustantivo *destinatario*. Evidentemente la información connotada es deducida por el otro comentarista, el 2, al calificar la opinión del comentarista anterior con tres adjetivos y el cambio de registro que supone el uso del dicho con el que cierra su intervención, *en todas partes cuecen habas*. El humor se retroalimenta mediante la interacción del comentarista 2 con el 1.

También puede ocurrir que una intervención humorística genere otra también humorística, pero que no esté relacionada con el tema de lo dicho, sino con algún dato erróneo que se haya empleado. Esto es lo que se constata en (10) como puede apreciarse:

- (10) Autor: Así que muchos, a raíz de esta noticia, se habrán preguntado lo siguiente: ¿cuánta moneda habrá bajo los pies de los genoveses, por las alcantarillas de la ciudad suiza, que hayan corrido el mismo destino que estos 80.000 euros aunque sin llegar a atascar los retretes de la ciudad?

Comentarista 1: ¿cuánta moneda habrá bajo los pies de los genoveses, por las alcantarillas de la capital suiza, que hayan corrido el mismo destino que estos 80.000 euros aunque sin llegar a atascar los retretes de la ciudad? Pues no estaría muy atascado si los billetes han llegado de Ginebra a Génova, que aunque sea cuesta abajo, buen trecho hay. ¿O es una velada alusión a la Calle Génova, que tiene unos vecinos muy dados a ir a Suiza y a coleccionar billetes de 500€ ajenos? (*El blog salmón*, 19/09/2017)

El autor ironiza en (10) con la pregunta que realiza a propósito de una anécdota que sucedió en Ginebra. Ahora bien, un comentarista se hace eco de la pregunta, que reproduce literalmente en su intervención, y del error del gentilicio empleado en ella, pues habla de *genoveses* y no de *ginebrinos*, que sería el correcto. A partir de este error del autor, el comentarista elabora su intervención humorística mediante el uso de datos geográficos y la extiende a su pregunta final y al juego con la calle Génova, sede del Partido Popular en Madrid, con sus problemas con hacienda. Hay que decir que el texto del autor se corrigió y ahora aparece correctamente empleado el gentilicio, si bien el comentario sigue estando a disposición de los lectores

3.2. El etiquetaje

Para conseguir el objetivo final de este trabajo, una vez seleccionadas las secuencias y explicada su tipología, es necesario precisar un etiquetaje en cada una de ellas que evidencien cómo se ha conseguido la construcción del humor verbal en ellas. Para esta operación se ha seguido la división y concepción entre marcas e indicadores humorísticos expuestas en la introducción de este trabajo (Timofeeva-Timofeev, y Ruiz Gurillo, 2021: 107-108; Ruiz Gurillo, 2023).

3.2.1. Las etiquetas en cifras

En las 100 secuencias extraídas de los blogs económicos y financieros que componen la muestra textual que configurará BLOGSHUMOR en la plataforma OBSERVAHUMOR.COM, se han podido establecer 161 etiquetas que muestran tanto la aparición del humor, como el modo en que este se constata. En primer lugar, al tratarse de un medio escrito, predominan los indicadores humorísticos de forma muy abundante frente a las marcas, ya que se constata un porcentaje de los primeros de un 83,45 %, con 132 ocurrencias, frente al 16,45 % de las segundas, con 26 ocurrencias.

3.2.1.1. Las marcas

En relación con las marcas utilizadas en el blog económico y financiero, puede afirmarse que todas ellas, claro está, tienen un componente gráfico por ser un texto que solo usa el canal visual para su constitución. De esta forma, las 26 marcas se distribuyen de la siguiente forma:

- 8 de ellas, el 30,76 %, se corresponden con el uso del metahumor en el discurso, es decir, de la constatación mediante palabras de que lo que se va a decir tiene relación directa con el humor. Por lo tanto, en cada uno de estos casos se marcará en el corpus con la etiqueta: <metahumor>.
- En 6 de las marcas, el 23,07 %, el autor utiliza las comillas para marcar la interpretación humorística de lo dicho. En estos casos se utilizará la etiqueta <comillas>.
- En 4 de las secuencias, el 15,38 %, es la entonación exclamativa mediante el uso de los signos de exclamación los que avisan de la posible incongruencia. Estas secuencias llevarán la etiqueta <exclamación>.
- En 3, el 11,53 %, es la representación gráfica de la risa la que actúa de aviso, por ello en estos casos se utilizará la etiqueta <risa>.
- En otras 3 secuencias, el 11,53 %, para crear el humor, se usa la multimodalidad al insertar emojis o dibujos, como es el caso de dos caritas y del dibujo de un cono de palomitas. Estas tres secuencias llevarán la etiqueta <dibujo>.
- En 1 secuencia, el 3,84 % del total, es el uso del paréntesis el que se convierte en marca del humor, por lo que se marcará con la etiqueta: <paréntesis>.
- En 1 secuencia, el 3,84 %, es el empleo de las mayúsculas el que avisa de la interpretación humorística, por lo que se marcará con la etiqueta: <mayúsculas>.

En todos estos casos, el uso de la marca descrita puede ir ligado a algún mecanismo, como la metáfora o la ironía, para que se produzca la incongruencia y, a continuación, su resolución humorística, pero es la marca la que advierte en primer lugar de la incongruencia.

A continuación, se recogen diferentes ejemplos de esas marcas etiquetadas en la muestra textual seleccionada en (11), (12) y (13).

En (11): Etiqueta <metahumor>

- (11) <metahumor> Causa risa <metahumor> que la olla se haya destapado cuando el olor no gustaba a quienes se consideraban dueños del poder. Lo que se lamenta hoy sobre falta de privacidad viene ocurriendo desde hace mucho tiempo. (*Nada es gratis*, 23/04/2018)

En (12): Etiqueta <comillas>

- (12) Bienvenidos a la guerra ciber-social, ésa que no se acaba de ver porque nos llega sibilinaamente camuflada <comillas> “de lagarterana” <comillas> pero cuyos efectos se sienten dolorosamente (y mucho). (*El blog salmón*, 16/02/201)

En (13): Etiqueta <dibujo>

- (13) Comentarista 1: A veces se olvida que dentro de ese fresco de la España de los 50 hay un hilo conductor: el de los esfuerzos del ‘honrado industrial’ para conseguir que el ministro obligue que todas las viviendas instalen el portero automático que él fabrica.
Autor del post: Gracias. ¡Grande Berlanga! Por no meternos en jaleos, ¡no comentaré “Todos a la cárcel!, aunque relevancia política parece tener también. <dibujo> 😊 <dibujo> (*Nada es gratis*, 25/09/2017)

En estas tres secuencias humorísticas, el interviniente sabe y avisa de que lo que va a decir contiene un sentido humorístico que debe ser percibido por el lector. En (11) es la afirmación de *causar risa*; en (12) el saber que *de lagarterana* no es esperable y se debe interpretar; y, por último, en (13) con la inserción del *emoji sonriente* que muestra la propia opinión sobre lo dicho.

3.2.1.2. Los indicadores humorísticos

Los indicadores humorísticos son los más abundantes en esta muestra textual, ya que, como se ha dicho anteriormente, representan el 83,85 % del total de las etiquetas empleadas, con 132 ocurrencias. Se han observado hasta 11 clases diferentes con diferente índice de uso en la muestra textual, que se exponen a continuación, indicando, en primer lugar, el tipo de indicador humorísticos para a continuación consignar el número de apariciones, el porcentaje que representan frente al total este tipo de etiquetas, el principio pragmático que infringen mediante la creación de la incongruencia y la etiqueta con la que se marcarán en el corpus:

- Ironía: 45 ocurrencias (34,09 %). Se infringe el principio de manera. Etiqueta: <ironía>.
- Metáfora: 27 ocurrencias (20,45 %). Se infringe el principio de informatividad. Etiqueta <metáfora>.
- Cambio de registro: 28 ocurrencias (21,21 %). Se infringe el principio de manera. Etiqueta: <registro>.
- Fraseología literal o uso canónico: 6 ocurrencias (4,54 %). Se infringe el principio de manera. Etiqueta: <fraseología>.
- Fraseología desautomatizada: 5 ocurrencias (3,78 %). Se infringe el principio de manera. Etiqueta: <fraseología desautomatizada>.
- Sufijación apreciativa: 7 ocurrencias (5,30 %). Se infringe el principio de cantidad. Etiqueta: <sufijación apreciativa>.

- Elementos valorativos: 5 ocurrencias (3,78 %). Se infringe el principio de cantidad. Etiqueta: <valorativo>.
- Comparación: 6 ocurrencias (4,54 %). Se infringe el principio de informatividad. Etiqueta: <comparación>.
- Neología o palabra inventada: 1 ocurrencia (0,75 %). Se infringe el principio de manera. Etiqueta: <neología>.
- Hipérbole: 1 ocurrencia (0,75 %). Se infringe el principio de manera. Etiqueta: <hipérbole>.
- Prefijación: 1 ocurrencia (0,75 %). Se infringe el principio de manera. Etiqueta: <prefijación>.

Según estos datos, las incongruencias creadas por los autores, que tienen como resolución una interpretación humorística de lo enunciado, se sirven de la infracción de cualquiera de los tres principios pragmáticos consignados. Ahora bien, no todos ellos contarían con las mismas ocurrencias, sino que en este tipo textual se usan unos más que otros. De esta forma, puede comprobarse que se prefiere la creación de incongruencias infringiendo el principio de manera, con 86 ocurrencias, seguido del principio de informatividad con 33 ocurrencias y, cerrando este listado, el de cantidad con solo 12 ocurrencias del total de los indicadores humorísticos.

Ejemplos de algunas de estas etiquetas contenidas en la muestra textual serían, en el caso de la ironía, en (14); en el empleo de la metáfora, en (15); en el caso del registro, en (16); en lo que respecta a la fraseología canónica y a la fraseología desautomatizada, en (17); y, por último, un ejemplo de los menos abundantes en la muestra, en (18):

- (14) La versión actual es insostenible con los hechos, así que seguro que habrá nuevas versiones. <ironía> Siendo políticos, tanto Cifuentes como el Rector sabrán desdecirse de su versión sin quedar demasiado mal ante los suyos <ironía>. (*Nada es gratis*, 22/03/2018)

En (14) se parte de la base de que los políticos son mentirosos o, al menos saben cambiar de opinión, de ahí que el autor utilice la ironía, no porque quiera decir lo contrario de lo dice, sino confrontando lo que debía ser con lo que realmente es, de ahí que se infrinja el principio de manera. La ironía como indicador humorístico también será etiquetado en las ocurrencias (6), (7), (8) y (10) que se han consignado en este trabajo.

- (15) Estas personas ven como algo normal vivir a solo un par de nóminas de la indigencia. Sin embargo, no hemos venido hoy aquí <metáfora> a poner a dieta tus finanzas personales <metáfora>. (*El blog salmón*, 24/04/2018)

La metáfora es otro de los indicadores más empleados en este género textual y en (15) se juega con lo que se supone que es ponerse a dieta, pues el no comer lo que se quiera y el tener que hacer ejercicio, es algo que desagrada, por lo que es ese matiz negativo el que se aporta a las finanzas personales, es decir, llevar al campo de la especialidad algo cotidiano mediante el empleo de una metáfora, indicador humorístico que también será etiquetado en las ocurrencias (1) y (4) consignadas en este estudio y que, en todas ellas, se incumplirá el principio de informatividad.

- (16) Comentarista 4a: La estadística del Registro Mercantil Central muestra que, desde 2008, la esperanza de vida media de una microempresa de 5 trabajadores ha pasado de 6,78 años a 5,30 años en 2018. Y esto ocurre en todos los sectores. No te lo pienses: <registro > invierte, cambia, innova. ¡Qué tiras de Sunsilk!, ¡Joder!, ¡qué tú sí que lo vales! <registro>. (*El blog salmón*, 26/02/2018)

Como se ha observado en (15), uno de los indicadores que más se utilizan para crear incongruencias con resultados humorísticos corresponde al cambio de registro, es decir, si bien se tratan temas de la lengua de especialidad de la economía y de las finanzas entre especialistas, estos, en ocasiones, dejan ese registro técnico y formal y adoptan otro diferentes, por lo que claramente se infringe el principio de manera. Ese es el caso que se comprueba en (15), donde se tira de un registro cercano al publicitario con tintes vulgares, tal y como se ha etiquetado en el ejemplo.

- (17) Comentarista 1: <fraseología> ¿Se admite pulpo como animal de compañía? <fraseología> <fraseología desautomatizada> ¿Singapur se admite como país asiático subdesarrollado que ha adelantado a España? <fraseología desautomatizada> (*El blog salmón*, 14/02/2021)

En la secuencia (17) se constata el ejemplo doble de la fraseología, pues, la intervención comienza con una expresión fraseológica ya muy conocida y asentada en español, para, seguidamente, realizar una desautomatización al valerse de la misma estructura sintáctica y semántica para una cuestión claramente de la lengua de especialidad empleada, por lo que se produce una incongruencia con una resolución humorística, infringiendo el principio de manera. Ambos empleos se han etiquetado como se muestra en la secuencia humorística, igual que también se hará en la ocurrencia (2) de este trabajo.

- (18) Al final acabas con un departamento en el que cada uno de sus miembros está ahí porque su <prefijación> tatatarararabuelo académico <prefijación> estuvo en el departamento... (*Nada es gratis*, 29/10/2020)

En (18) el autor de la secuencia humorística opta por el indicador humorístico que supone el uso de la prefijación mediante su reiterado empleo, de esta forma consigue ridiculizar el hecho de la perpetuación de las sagas familiares en los puestos de mando de las universidades españolas. Por ello, en esta ocasión también se infringe el principio de manera para poder decir aquello que se quiere decir de un modo humorístico.

3.2.2. La distribución de las etiquetas

Es evidente, por los datos recogidos en este trabajo, que la distribución de las etiquetas no es ecuánime en la totalidad de las secuencias, sino que las hay con una sola incongruencia con resolución humorística, pero otras con mucha más abundancia de incongruencias con esos mismos resultados humorísticos. Además, se observa que dicha distribución no se corresponde directamente con la tipología de secuencias expuesta en este trabajo. Este hecho demuestra cómo, según la intención del emisor, hay una voluntad decidida de, en ciertas ocasiones, crear directamente un discurso en el que el eje articulatorio sea el empleo del humor, frente a otros momentos en que el humor es solamente puntual.

La distribución de las etiquetas entre las 100 secuencias arroja los siguientes datos:

- En 70 secuencias, es decir, en el 70 % de los casos, el humor aparece en una sola ocasión en la secuencia, como se puede comprobar en este trabajo en las secuencias (1), (2), (4), (7), (8), (9) (14), (15), (16) y (18) en el caso de los indicadores humorísticos y en (11), (12), (13) en el caso de las marcas.
- En 16 secuencias, es decir, en el 16 % de los casos, un porcentaje mucho más pequeño que en el caso anterior, se constatan dos incongruencias que propician una interpretación humorística, tal y como se puede comprobar en las secuencias humorísticas (3), (5), (6), (10) y (17), consignadas en este estudio.
- El resto de las secuencias presenta en ellas una aparición mucho más baja, pues habría 5 secuencias, 5 %, que presentan tres casos; 4 secuencias en las que aparecen 4 casos en cada una de ellas; 3 secuencias en las que se constatan 5 casos; 1 secuencia con 6 y, por último, 1 secuencia con 7 incongruencias que propician sendas interpretaciones humorísticas.

A continuación, se ofrecen ejemplos de algunas de las secuencias en las que las incongruencias con resultado humorístico son más abundantes, tales como (19), en donde se constatan 3; en (20) con 5; y en (21) con 7:

- (19) Comentarista 1: [...] <fraseología> Houston tenemos un problema... <fraseología> pero seguimos a bombo y platillo dándole pan y circo al pueblo. ¡Veremos qué pasa con los presupuestos del Gobierno y que dice la UE, <fraseología> porque nos van a meter un rejonazo del 15! <fraseología>
Comentarista 2: “Algún día los Españoles tendremos cojones para plantar cara a esta clase política corrupta que tenemos en nuestro país?” <fraseología desautomatizada> Hay un problema jjuston. <fraseología desautomatizada>. (El blog salmón, 30/01/2019)

Como se puede comprobar, en (19) se han incluido tres etiquetas. La interacción entre dos comentaristas del mismo texto del blog procura el que se utilicen dos indicadores humorísticos fraseológicos. Si el primero utiliza una forma canónica, el segundo, la desautomatiza, pero con el mismo sentido, ya que ambos crean la incongruencia con resultado humorístico para subrayar la mala situación económica. Junto a ellas, se encuentra el empleo de otra unidad fraseológica para insistir en la misma idea, en el problema económico que no se resuelve. El humor se convierte por tanto en la estrategia utilizada para expresar su miedo y desconfianza en la actuación económica del gobierno.

- (20) Comentarista 1: <exclamación> ¡Santo patrón de los imposibles! <exclamación> <metáfora> Los coronabonos son el innumerable y sin embargo ineludibles <metáfora>. A la altura de los acontecimientos y tras una semana de noticias <valorativo> gore <valorativo> del FMI, ya sabemos, y no sólo porque lo diga Macron que no hay Plan B para la Unión. No porque vaya a estallar, que esas cosas ya no ocurren, pero los problemas que pueden ponerse sobre la mesa de los <valorativo> señoritos y señoritas <valorativo> del Ecofin no encajan con la soberbia con la que suelen afrontar la problemática de nosotros los mortales. <metáfora> ¿Se pueden ver ante auténticos falangistas sedientos de demagogia en la misma sala, y espero que alguien inteligente que como Varoufakis les vuelva a preguntar si hay adultos aquí? <metáfora> (Economistas frente a la crisis, 07/04/2021)

En (20), el comentarista comienza su intervención con una marca clara de exclamación, con un contenido humorístico, teniendo en cuenta el marco que exige la lengua de especialidad económica y financiera. Continúa con el mismo estilo mediante, en primer lugar, la creación de una metáfora en el mismo sentido religioso que la exclamación anterior; para continuar con el uso de los marcadores humorísticos valorativos, *gore*, para referirse a las noticias que vienen del FMI y a los integrantes del Ecofin como *señoritos* y *señoritas*; y concluir su discurso con la creación de otra metáfora extensible hasta el final de su intervención, en la que también juega con el sentido de la palabra *adultos*, para ver si, realmente, pueden obrar de forma sensata.

- (21) Comentarista 3: Con perdón y parafraseando, mayormente, a determinado ministro: <registro> menuda mierda de valor añadido tiene la industria del automóvil <registro>. Resulta que es inferior al valor añadido paupérrimo que se dice ofrece el turismo. Y, recordemos, los empleos del turismo son empleo directo del sector, los del automóvil incluye <hipérbole> hasta el cajero que cobra el vinilo de apple <hipérbole> <registro> o el de la espatarrada de Kappa <registro> que se pone en la zona trasera del vehículo. <fraseología> Algo huele a podrido en Dinamarca. <fraseología> [...] <registro> Vamos, blanco y en botella. <registro> <ironía> Queso danés <dibujo> ; <dibujo> <ironía> <ironía> A ver si Garzón me lo aclara un día. <ironía> (El blog salmón, 14/02/2021)

Y ya, en (21), un comentarista también construye toda su intervención con continuas construcciones de incongruencias con una resolución humorística. Comienza con un rotundo cambio de registro, adentrándose en el más

vulgar, pero avisando de que parodia o sigue a lo dicho por un ministro. Continúa con el empleo de una hipérbole, seguida de otro cambio de registro, en este caso coloquial, al utilizar la palabra *espatarrada* para referirse al logo de una marca. Y ya en la parte final de su intervención utiliza fraseología denotativa, seguida de otro cambio de registro hacia lo coloquial, para continuar con una ironía, reforzada por un emoji, y terminar con otra ironía con la que pone de manifiesto el no entender nada.

Este empleo del humor verbal descrito se debe a una de las características de este género textual. El blog tiene dos partes diferenciadas, el texto y los comentarios. El humor verbal aparece en las dos, pero lo que evidencian las secuencias (19), (20) y (21) es que la construcción de un tipo de discurso continuado con una intención claramente humorística se da en la parte de los comentarios en donde, aunque siempre se trata de un texto escrito, existe una mayor libertad para expresarse como se haría en una conversación o en un texto menos formal. Esta propiedad también favorece el que pueda considerarse el empleo del humor verbal en este género textual como una estrategia característica de él, sobre todo en el caso de los comentaristas que, en cierta forma, se alejan del registro especializado en algunas de sus expresiones.

4. Conclusiones

Evidentemente, tras el análisis desarrollado en este trabajo, puede afirmarse que el humor verbal es una estrategia discursiva que se emplea en el género textual que se articula en el blog económico y financiero, aunque este no sea considerado como un texto humorístico ni el humor verbal sea esperable en él. Con ello se comprueba la veracidad de la hipótesis de partida.

Dicha demostración se ha conseguido partiendo, por una parte, de unos presupuestos teóricos determinados, como son aquellos basados en la producción del humor verbal mediante la creación de una incongruencia, con un resultado humorístico en su interpretación; y, por otra parte, con la consideración de la secuencia humorística como unidad de análisis, de tal forma que, de los textos de blogs económicos y financieros seleccionados de dos tipos de blogs diferentes, periodísticos y profesionales, se han conseguido 100 secuencias humorísticas.

Con este material de trabajo, atendiendo a su aparición en el texto y a la posibilidad de interacción, se ha establecido, en primer lugar, una tipología muy significativa y descriptiva de secuencias humorísticas. Posteriormente, se ha procedido al etiquetaje de las marcas e indicadores humorísticos que avisan, favorecen y crean las incongruencias que formarán el humor verbal en su resolución. De este trabajo, se han podido extraer datos relevantes de cómo se crea el humor verbal en los blogs económicos y financieros, pues se han establecido, incluso cuantitativamente, la importancia de las marcas y de los indicadores humorísticos, y, en cada uno de ellos, cuáles tienen más presencia y, por tanto, más importancia en la creación del humor verbal. También de este análisis se deriva el hecho de cuáles pueden ser las finalidades por las que se utilice el humor verbal en este género textual que, en principio, no lo tiene como elemento definidor. Entre ellas el humor verbal se emplea, en primer lugar, como arma de seducción para que el lector se anime a leer el texto, en el caso de los títulos; como elemento didáctico, ya que con él se puede entender mejor el concepto que se está empleando; como elemento de crítica hacia aquello que se dice o se comenta en el texto o hacia personas del mundo económico y financiero; y, por último, como elemento interactivo para afianzar la comunicación, tanto en un sentido positivo, como negativo. De ahí que su uso en este tipo textual esté perfectamente justificado, por lo que puede ser considerado una estrategia discursiva en él.

Con todo lo expuesto, puede asegurarse que se ha alcanzado el objetivo final propuesto, puesto que se ha configurado un corpus de secuencias humorísticas, debidamente etiquetado, que será integrado en la plataforma OBSERVA.HUMOR.COM, para que así esté a disposición de todos los investigadores interesados en este tipo de cuestiones. Solo resta, en estudios posteriores, el ir ampliando dicho corpus con muchos más textos y secuencias humorísticas siguiendo las indicaciones y la metodología expuesta en este trabajo.

Agradecimientos

Este trabajo de investigación se enmarca en la financiación de dos proyectos de Investigación: PID2019-104980GB-I00 “El humor interaccional en español. Géneros orales, escritos y tecnológicos” (MCIN/AEI/10.13039/501100011033); y PROMETEO/2021/079 “Etiquetaje pragmático para un observatorio de la identidad de mujeres y hombres a través del humor. La plataforma Observahumor.com” (Generalidad Valenciana).

Bibliografía

- Adam, J. M. (1992). *Les textes. Types et prototypes*. Nathan.
- Attardo, S. (2001). *Humorous Texts: A semantic and pragmatic analysis*. Mouton De Gruyter.
- Bell, N. (2015). *We are not amused: Failed humor in interaction*. De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9781501501586>
- Bell, N. (2009). Responses to failed humor. *Journal of Pragmatics* 41. 1825–1836. [10.1016/j.pragma.2008.10.010](https://doi.org/10.1016/j.pragma.2008.10.010) Search in Google Scholar
- Brône, G. (2017). Cognitive Linguistics and Humor Research. En S. Attardo (ed.), *The Routledge Handbook of Language and Humor*. 250- 266. Routledge.

- Martínez Egido, J. J. (en prensa). El humor verbal en las Columnas españolas sobre la lengua (CSL) diacrónicamente: desde el siglo XIX hasta ahora. *RILCE*.
- Martínez Egido, J. J. (2022). El blog económico y financiero en español. Humor verbal e interactividad. En L. Ruiz Gurillo (ed.), *Interactividad en modo humorístico. Géneros orales, escritos y tecnológicos*. (pp. 249-276). Iberoamericana-Vervuert.
- Martínez Egido, J. J. (2020). Economía y Humor verbal: el caso de los blogs de especialidad económicos y financieros en español. *Lingüística española actual (LEA)*, XLII/2. 277-300.
- Martínez Egido, J. J. (2019). El humor en los primeros materiales de enseñanza del español: el caso de los enunciados fraseológicos en los Diálogos apacibles. *Tonos Digital* 37. 1-26. <http://hdl.handle.net/10045/94647>
- Martínez Egido, J. J. (2016). Humor y noticias financieras en la prensa española. *Lingüística española actual (LEA)*, XXXVIII/1. 161-185. <http://hdl.handle.net/10045/66044>
- Martínez Egido, J. J. (2014). El humor en el artículo de opinión. *Feminismo/s*, 24. 117-141. <https://doi.org/10.14198/fem.2014.24.06>
- Mateo Martínez, J. (2006). El lenguaje de las ciencias económicas. En E. J. Alcaraz Varo, J. Mateo Martínez y F. Yus Ramos (Coords.). *Las lenguas profesionales y académicas*. (pp. 191-204). Ariel España.
- Méndez García de Paredes, E. (2013). Discursive mechanisms of informative Humor in Spanish media. En L. Ruiz Gurillo y M. B. Alvaado Ortega (eds.). *Irony and Humor from Pragmatics to Discourse*. (pp. 85-106) John Benjamins.
- Pujolà, J. T. y B. Montmany, (2010). Más allá de lo escrito: la hipertextualidad y la multimodalidad en los blogs como estrategias discursivas de la comunicación digital. En J. M. Pérez Tornero, J. Cabero Almenara, L. Vilches Manterola (Coords.). *Alfabetización mediática y culturas digitales*. Congreso Euro-Iberoamericano de Alfabetización Mediática y Culturas Digitales. (pp. 1-16). Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/57108>
- Ritchie, G. (2006). *The Linguistic Analysis of Jokes*. Routledge.
- Ruiz Gurillo, L. (2023). La pragmática de un etiquetaje pragmático para la plataforma OBSERVAHUMOR.COM, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación (CLAC)*, 96, pp. 1-322.
- Ruiz Gurillo, L. (2014). Infiriendo el humor. Un modelo de análisis para el español. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación (CLAC)*, 59. 1-14. https://doi.org/10.5209/rev_CLAC.2014.v59.46712
- Ruiz Gurillo, L. (2012). *La Lingüística del humor en español*. Arco/Libros.
- Ruiz Gurillo, L. y X. A. Padilla García (eds.) (2009). *Dime cómo ironizas y te diré quién eres. Una aproximación pragmática a la ironía*. Peter Lang.
- Timofeeva-Timofeev, L. y L. Ruiz Gurillo. (2021). Marcas e indicadores humorísticos en las narraciones escritas de niños y niñas de 8, 10 y 12 años en español. Propuesta tipológica. *Spanish in Context*, 18:1. 83-112. <https://doi.org/10.1075/sic.00069.tim>
- Timofeeva Timofeev, L. y L. Ruiz Gurillo (2018). Fraseología y humor: de semántica y pragmática. En A. Pamies, M. I. Balsas y A. Magdalena, *Lenguaje figurado y competencia interlingüística (I)*. (pp. 151-163). Granada: Comares.
- Tsakona, V. (2017). Genres of Humor. En S. Atrardo (ed.), *The Routledge Handbook of Language and Humor*. (pp. 489-503). Routledge.
- Verschueren, J. (2017). The pragmatics of humor in a serious story. *Estudios de Lingüística Universidad de Alicante (ELUA)*, 31. 311-326.
- Yus, F. (2016). *Humour and Relevance*. John Benjamins Publishing Company.
- Yus, F. (2008). Weblogs: Web pages in search of a Genre? En S. Posteguillo, M. J. Esteve y M. LL. Gea-Valor. (Eds.). *The Texture of Internet. Netlinguistics in Progress*. (pp. 118-142). Cambridge Scholars Press.

Enlaces a los textos de los blogs citados en este trabajo (la numeración coincide con el número de ejemplo del texto):

- <https://nadaesgratis.es/felgueroso/politicas-activas-la-contrareforma-silenciosa-o-como-retornar-al-pleistoceno> (17/01/2017)
- <https://www.elblogsalmon.com/indicadores-y-estadisticas/gasto-pensiones-se-dispara-houston-tenemos-problema> (30/01/2019)
- <https://www.elblogsalmon.com/economia/venezuela-no-tiene-dinero-ni-para-imprimir-dinero> (13/09/2017) 3, 4, 5
- <https://nadaesgratis.es/juan-francisco-jimeno/como-conseguir-que-los-economistas-sirvan-para-algo> (14/09/2017) 6, 7, 8, 9, 10
- <https://nadaesgratis.es/admin/guia-para-aprender-economia-con-peliculas> (25/09/2017) 14, 15, 16
- <https://nadaesgratis.es/admin/guia-para-aprender-economia-con-peliculas> (25/09/2017) 14, 15, 16
- <https://www.elblogsalmon.com/mercados-financieros/senoras-watanabe-amas-casa-japonesas-que-hacen-trading> (30/08/2020) 41, 42
- <https://nadaesgratis.es/gerard-llobet/de-los-creadores-de-las-radiales-llegan-los-pagos-por-disponibilidad> (27/09/2017) 17, 18, 19, 20
- https://www.elblogsalmon.com/sectores/repsol-entra-a-competir-subasta-renovables-buena-noticia?utm_source=NEWSLETTER&utm_medium=DAILYNEWSLETTER&utm_content=POST&utm_campaign=06_Feb_2021+EI%20Blog%20Salmón&utm_term=CLICK+ON+TITLE#comments-close-- (05/02/2021) 74, 75, 76
- <https://magnet.xataka.com/un-mundo-fascinante/en-suiza-hay-tantos-billetes-de-500-euros-que-han-comenzado-a-tirarlos-por-el-rette> (En el Blog Salmón) (19/09/2017) 11, 12, 13
- <https://nadaesgratis.es/admin/por-favor-puedes-dejar-de-compartir-mis-datos-por-favor> (23/04/2018)
- <https://www.elblogsalmon.com/economia/deslocalizacion-financiera-londres-tiene-ganador-solo-punta-iceberg> (16/02/2021) 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94
- <https://nadaesgratis.es/admin/guia-para-aprender-economia-con-peliculas> (25/09/2017) 14, 15, 16
- <https://nadaesgratis.es/admin/una-presidenta-de-la-comunidad-de-madrid-un-rector-un-master-y-la-mala-reputacion> (22/03/2018) 21, 22

15. <https://www.elblogsalmon.com/economia-domestica/como-gastar-el-dinero-para-ser-feliz> (24/04/2018) 23, 24, 25, 26
16. <https://www.elblogsalmon.com/empresas/asi-es-el-tejido-empresarial-espanol-comparado-con-el-de-otros-paises>
17. <https://www.elblogsalmon.com/indicadores-y-estadisticas/republica-checa-supera-a-espana-pib-per-capita-otros-momentos-sputnik-que-vienen-nuestra-economia> (14/02/2021) 77, 78, 79, 80, 81, 82
18. https://nadaesgratis.es/luis_corchon/como-funciona-un-departamento-moderno-de-economia (29/10/2020) 43, 44, 45, 46
19. <https://www.elblogsalmon.com/indicadores-y-estadisticas/gasto-pensiones-se-dispara-houston-tenemos-problema> (30/01/2019)
20. <https://economistasfrentealacrisis.com/eurogrupo-actuen-rapido-y-hagan-lo-que-sea-necesario/> (07/04/2020)
21. <https://www.elblogsalmon.com/indicadores-y-estadisticas/republica-checa-supera-a-espana-pib-per-capita-otros-momentos-sputnik-que-vienen-nuestra-economia> (14/02/2021)