

El discurso político digital: humor y polémica en Facebook

MARÍA GABRIELA MAZZUCHINO

Departamento Académico de Lenguas,
Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM)
Río Hondo N°. 1, Col. Progreso Tizapán, Álvaro Obregón
01080 Ciudad de México (México)
E-mail: maria.mazzuchino@itam.mx

EL DISCURSO POLÍTICO DIGITAL: HUMOR Y POLÉMICA EN FACEBOOK

DIGITAL POLITICAL DISCOURSE: HUMOR AND CONTROVERSY ON FACEBOOK

LE DISCOURS POLITIQUE NUMERIQUE: HUMOUR ET CONTROVERSE SUR FACEBOOK

RESUMEN: Frente a los estudios que caracterizan a las redes sociales como medios despolitizados, subjetivos y alejados del debate político serio, este trabajo propone, por el contrario, que en ellas hay discurso político y argumentación, pero de carácter cotidiano y polémico. Se analiza discursivamente un corpus formado por la cadena de discusión iniciada por una publicación en Facebook del entonces presidente mexicano, los comentarios de los usuarios y las reacciones del político a algunos de ellos. La aparente frivolidad de la entrada presidencial da paso a un intercambio signado por la polifonía enunciativa y el humor, no en su variante agresiva, sino como instrumento de la polémica, pues los mensajes viran al terreno político y crean un contradiscurso sustentado en la sátira, la parodia y la ironía. Lo significativo es que el presidente responde en un tono similar, con lo que las tensiones propias de la discrepancia no siempre son explícitas.

ABSTRACT: Facing the studies that characterize social networks as depoliticized and subjective media, far from serious political debate. This work proposes, on the contrary, that there is actually political discourse and argumentation in them, but of a daily and controversial nature. The corpus is discursively analyzed and it is formed by the chain of discussion generated by a Facebook post of the last Mexican president, the comments of the users and the reactions of the politician to some of them. The apparent frivolity of the presidential post leads to an exchange marked by enunciative polyphony and humor, not in its aggressive variant, but as an instrument of controversy, since the messages turn to the political terrain and create a counter-discourse based on satire, parody and irony. The meaningful is that the president answers in a similar tone, so that the discrepancy tensions are not always explicit.

RÉSUMÉ: Face aux études qui caractérisent les réseaux sociaux comme des médias subjectifs et dépolitisés, éloignés d'un débat politique sérieux, cet ouvrage propose, au contraire, qu'ils proposent un discours et une argumentation politiques, mais de nature quotidienne et polémique. On analyse discursivement un corpus formé par la chaîne de discussion initiée par une publication sur Facebook du dernier président mexicain, les commentaires des utilisateurs et les réactions du politicien à certains d'entre eux. La frivolité apparente de l'entrée présidentielle cède la place à un échange caractérisé par la polyphonie énonciative et l'humour, non pas dans sa variante agressive, mais comme un instrument de polémique, car les messages se tournent vers le terrain politique et créent un contre-discours fondé sur la satire, la parodie et l'ironie. L'important est que le président réagisse sur un ton similaire, de sorte que les tensions liées à la divergence ne soient pas toujours explicites.

PALABRAS CLAVES: Facebook; discurso político; argumentación; polifonía; humor.

KEY WORDS: Facebook; political discourse; controversy; polyphony; humor.

MOTS CLÉS: Facebook; discours politique; polémique, polyphonie; humour.

SUMARIO: 1. Punto de partida: ¿un discurso despolitizado? 2. Objetivos. 3. Corpus. 4. Metodología. 5. Voces y ecos en Facebook. 6. La controversia. 7. El humor: hoja de ruta. 8. El humor (de la construcción) presidencial. 9. Conclusiones.

SUMMARY: 1. Starting point: a depoliticized discourse? 2. Objectives. 3. Corpus. 4. Methodology. 5. Voices and echoes on Facebook. 6. The controversy. 7. Humor: roadmap. 8. Presidential (construction) humor. 9. Conclusions.

SOMMAIRE: 1. Point de départ: un discours dépolitisé? 2. Objectifs 3. Corpus. 4. Méthodologie 5. Des voix et des échos sur Facebook. 6. La controverse. 7. L'humour: carte routière. 8. L'humour (de construction) présidentiel. 9. Conclusions.

Fecha de Recepción
Fecha de Revisión
Fecha de Aceptación
Fecha de Publicación

15/12/2018
03/05/2019
23/05/2519
01/12/2019

DOI: <http://dx.doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.2019.i27.10>

El discurso político digital: humor y polémica en Facebook¹

MARÍA GABRIELA MAZZUCHINO

1. PUNTO DE PARTIDA: ¿UN DISCURSO DESPOLITIZADO?

Un artículo como este, necesariamente, debe comenzar por lo obvio: nuestra vida cotidiana está *atravesada* por lo digital, que más que soporte o medio, es una instancia más de nuestra realidad. La relación con los dispositivos electrónicos –noción compleja, que abarca aspectos de lo más heterogéneos, discursivos y no discursivos–, ha cambiado sustancialmente nuestra cotidianeidad.

La naturaleza interactiva de discursos como los que aquí analizamos pone en jaque la noción tradicional de lector y de escritor, ya que ser usuario de una red social implica poner en marcha un rol no meramente de lector “receptivo”, sino de lector-escritor participativo y generador de contenidos (Scolari, 2008: 98; Steimberg, 2013: 74): aun quien simplemente pone un “me gusta”, retuitea o etiqueta a alguien, o comparte lo dicho por otro está ejerciendo ese rol.

Pese a lo anterior, Internet ha suscitado dos respuestas antagónicas (Scolari, 2008): la de los “apocalípticos”, que ven un “empobrecimiento” en la transposición de géneros al medio digital, y la de los “integrados”, cuya visión de las nuevas tecnologías es, por el contrario, en extremo benévola, incluso acrítica. Característicos de la primera postura son los análisis del discurso político (DP) digital como una versión degradada del DP tradicional o “pseudopolítica” y “desideologizada” (Gallardo-Paúls 2017), que conciben al enfrentamiento de modo peyorativo, debido a que parten de una definición lógico-racionalista de argumentación, tendiente al consenso y a convencer (la polémica, como indicador de desacuerdo, sería un fracaso)². Esta perspectiva se asocia con la definición de las redes sociales como “el ágora pública moderna” (Gallardo-Paúls 2017: 191), ese ideal desde el cual se conceptualiza (y se demanda) el debate, y que, creemos, no es una metáfora adecuada para las redes, que, por el contrario, parecen un reducto de la cotidianeidad que reúne a un “colectivo que piensa junto” (Steimberg, 2013: 262) e instaura no un diálogo, sino un “polílogo” (Amossy, 2017: 188-189) o “multílogo” (Yus, 2001); es decir, un entrecruzamiento de innumerables voces con la apariencia de diálogo.

¹ Quiero agradecer a los evaluadores anónimos por sus lúcidas observaciones y a mi directora de tesis, la Dra. Micaela Carrera de la Red, por su inestimable apoyo en la investigación que estoy desarrollando en el marco del Doctorado en Español: Lingüística, Literatura y Comunicación (ELCom) de la Universidad de Valladolid, de la que surge este trabajo. Sobra decir que solo yo soy responsable de los errores o inconsistencias que persistan.

² En esta línea, Slimovich (2017: 4) habla de una “melancolía por la argumentación perdida”, por parte de las voces críticas, análoga a la que manifestaron quienes, hace tiempo, criticaban la aparición de los líderes políticos en la televisión.

Por ello, el análisis de Facebook debería sustentarse en la argumentación *cotidiana* (Plantin, 2012), si bien, a diferencia de la espontánea oral, la argumentación digital está mediada por la computadora –aunque la distancia pareciera ser neutralizada en el ciberespacio (Yus, 2001)–, no siempre es sincrónica, tiende a la multimodalidad pero también puede ser monomodal (i.e., manifiesta grados de multimodalidad), puede ser más o menos abierta y pública-privada (en Facebook, es posible controlar quién ve una publicación y quién tiene acceso a participar de la conversación), entre otros rasgos descritos por Cantamutto y Vela Delfa (2016).

En ese marco tan complejo, este trabajo adopta la perspectiva descrita por Carlón (2015: 44-45): “sin subestimar la crítica a los ‘nuevos medios’ que constituyen el espacio ‘macro’ de emplazamiento y enunciación [...] Para interpretar las nuevas prácticas en la red debemos atender también a los discursos de los internautas”. Es decir: afrontar que no estamos ante la comunicación mediática o masiva, descendente (cuando los medios constrúan a su público), sino ante una comunicación hipermediática, convergente y horizontal. Por ello, más que de una “red social”, Facebook parece una “red de medios”, porque permite que los internautas implementen “nuevas posibilidades discursivas (o, también, nuevas formas del decir)” (Carlón, 2012: 177).

Volviendo a la pregunta que abre esta introducción, asumimos que en Facebook hay DP, partiendo de la noción de DP público (Raiter 2009: 9). Adoptamos, así, una mirada sociosemiótica respecto de la posibilidad de que, en la red, habiten “nuevas formas de comunicación política” (Slimovich 2012: 1), que entendemos no como desvirtuación de modelos *offline*, sino como manifestaciones peculiares, nacidas para responder a una demanda social concreta. No hay que perder de vista la advertencia de Cantamutto y Vela Delfa (2016a: 317): no son los dispositivos los que nos moldean acriticamente, sino que ellos van mutando para responder a nuestras necesidades.

En este sentido, el disenso y el enfrentamiento que parecen inherentes a lo digital, en realidad, no son exclusivos de este entorno, pues son un componente típico del DP tradicional, que “siempre se enfrenta con los conflictos del poder, con los conflictos sociales, etc. Por lo tanto, como tipo canónico, casi nunca [...] deja de contener un grado, aunque pequeño, de polémica” (Haidar, 2004: 12). La controversia u oposición al Otro se expresa con numerosas y diversas estrategias de refutación y descalificación; algunas, sutiles (Haidar 2004: 30-33). Lo político se asocia a la confrontación tendiente a deslegitimar al adversario (Chilton y Schäffner, 1997: 211-215).

Investigaciones como la de Vitak *et al.* (2011), que exploran el “uso político” de Facebook y analizan la extrema brevedad de las publicaciones en relación con el compromiso político, advierten el predominio de actividades que demandan menor tiempo y esfuerzo. ¿Debería esto indicar falta de compromiso político por parte de los internautas? Como los autores señalan, el “explorar la identidad política” en línea es una actividad política más, que

puede propiciar la participación *offline*; a la vez, la ausencia de auténtico “debate”, más que un índice de despolitización, es un efecto esperado en una red orientada a la felicidad (Boyd, 2016: 6) y a “compartir” información (Steinfeld, 2016). En todo caso, no hay evidencias fiables de que la participación en línea incida negativamente en la participación “exterior” (Christensen, 2011).

2. OBJETIVOS

Este trabajo se propone contribuir a la caracterización de la polémica digital, tal como se materializa en la red social Facebook, a partir del análisis discursivo de la interacción generada por una publicación del expresidente mexicano Enrique Peña Nieto (EPN).

Asimismo, busca precisar los recursos más relevantes al servicio de la configuración de las “voces” en disputa, en el marco de una argumentación *cotidiana* (y de la polémica entendida como una modalidad argumentativa más: Amossy, 2011, 2017) y en conjunción con una vertiente del humor no suficientemente estudiada, hasta donde sabemos, que gravita en torno de la ironía, la parodia y la sátira, y que se encuentra próxima a la carnavalización (Bajtín, 1987).

Como objetivo derivado del anterior, se intenta bosquejar –pues, por su complejidad, deberá ser objeto de investigaciones posteriores– una reflexión sobre el modo como podrían articularse la polifonía o el dialogismo con la identidad de quienes se comunican.

3. CORPUS

El ascenso al poder de EPN, presidente por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) durante 2012-2018, fue muy controvertido, no solo por quién lo apadrinó (el expresidente Salinas de Gortari): a las acusaciones de fraude electoral, se sumaron las dudas sobre la autenticidad de su unión con la actriz Angélica Rivera, “la Gaviota”, así conocida por el protagonista que la hizo famosa, en una telenovela de Televisa. Este multimedia pronto capitalizó la imagen de la pareja integrada por la joven promesa de la política y la popular actriz. Pero el impulso mediático de poco sirvió al finalizar el sexenio, debido al alto índice de desaprobación popular suscitado no solo por factores económicos y sociales (como el recrudecimiento de la violencia, la desaparición forzada de miles de personas –entre ellas, los 43 jóvenes normalistas de Ayotzinapa–, la caída de la economía y la crisis con EUA), sino también por el excesivo gasto de campaña y las innumerables denuncias de corrupción, cuyo epitome fue el escándalo de la “Casa blanca”³.

³ Por la casa de USD 7 millones que supuestamente le compró Angélica Rivera al Grupo Higa, encargado de obras millonarias en el Estado de México durante el gobierno de EPN y favorecido, además, con la licitación para construir el tren México-Querétaro (obra que, debido a este episodio, fue cancelada). Decimos que “supuestamente” Rivera había comprado esa propiedad

La construcción del corpus tuvo en cuenta esa coyuntura, como cabe en todo análisis del discurso (AD), así como la pregunta sobre el supuesto carácter apolítico o pseudopolítico de las redes sociales y su (aparente) inclinación a lo banal, acrítico y descalificador. Partiendo de esta cuestión, se recolectó una cadena de mensajes derivados de una publicación en Facebook de EPN a raíz del Día del Amor y la Amistad (14/02/2018): un total de 183 comentarios de los usuarios, filtrados por la plataforma misma como “más importantes”, lo que garantizó cierta unidad e integridad. De ellos, se tomaron solo aquellos en que se observó una interacción con el presidente⁴. A diferencia de los turnos de habla orales, las intervenciones digitales no dependen de los silencios o de la espera del turno de habla: aplicando lo que Yus (2001: 62-63) señala sobre el chat, puede decirse que, en Facebook, “uno puede entrar, sin previo aviso, en la interacción en curso”, lo que genera “un alto grado de fragmentación conversacional”.

Denominamos “comentarios” a tales publicaciones, en aras de facilitar la exposición, pues, en líneas generales, las respuestas reactualizan el comentario tradicional: se derivan de un texto fuente, cuyo “umbral de distorsión” permitido (Fuchs 1994) no deben sobrepasar al parafrasearlo o interpretarlo. Pero, como veremos, las respuestas contemplan otras posibilidades, además de comentar lingüísticamente la fuente.

Además de por su indudable interés como muestra de lengua digital de carácter político (según la definición de DP), lo que nos motivó a estudiar este corpus fue, justamente, el hallazgo de un intercambio entre el presidente y “el pueblo”, el cual tuvo amplia repercusión mediática, pues el hecho de que la máxima autoridad—en realidad, como sabemos, un *Community Manager*⁵— interactuara con los usuarios, en clave humorística e informal, fue celebrado por algunos como un indicio de proximidad al “ciudadano común” (clave en época preelectoral y típica de la actual “eximidad”) y criticado por otros —entre ellos, gran parte de los internautas— como indicio de frivolidad. Frente a la escasa o nula interacción que se suele adjudicar a los políticos en la red social (Gallardo-Paúls, 2017: 191), la intersubjetividad de nuestro corpus es evidente. Esto es: si bien el intercambio es breve, considerando el

porque, oficialmente, no estaba ni a nombre de ella ni del presidente ni de ninguno de sus hijos, como puso de manifiesto la investigación de la reconocida periodista Carmen Aristegui (<https://aristeginoticias.com/0911/mexico/la-casa-blanca-de-enrique-pena-nieto/>); sin embargo, la primera dama, públicamente, sostuvo lo contrario (https://www.youtube.com/watch?v=vc4_Tk9wtDQ&feature=youtu.be). En un análisis previo (Mazzuchino 2018) nos detuvimos en estos aspectos, que afloran (y son criticados de modo más evidente) en otros comentarios de los internautas.

⁴ Todos los comentarios fueron objeto de análisis de otro trabajo, enfocado en las estrategias adoptadas por el contradiscurso político digital.

⁵ Si cierta visión del DP defiende que “no todos los políticos pueden producir discursos políticos públicos [pues, para ello] [...] deben dominar ciertas competencias tanto de la cultura política como de la retórica discursivo-política y del funcionamiento del poder” (Haidar 2004: 11), hoy sabemos que muchos políticos —si no todos— cuentan con un equipo de asesores en comunicación. Cf. esta noticia de hace unos años, sobre el equipo que gestiona las redes sociales de EPN: <<https://vanguardia.com.mx/quienesestandetrasdeltwitterdepenanieto-1966741.html>>.

enorme caudal de intervenciones (en el momento de construir el corpus, 67.128 internautas habían compartido la publicación, y esta había merecido 222.937 reacciones y 33.712 comentarios), y si bien una primera lectura puede llevar a asumir que no hay diálogo, el análisis halló un intercambio argumentativo-polémico.

La originalidad del corpus reside, además, en que el humor es real, y no un producto del espectáculo: sirve a fines político-polémicos y adquiere visos de carnavalización o de subversión de una realidad interpretada como injusta.

Por último, el hecho de que el análisis lingüístico de las interacciones de Facebook, y no solo de los posts iniciales, esté aún en pañales (Farina 2015: 1) fue un factor decisivo a la hora de conformar el corpus y emprender el análisis.

4. METODOLOGÍA

Con herramientas teórico-metodológicas del AD francés, se extrajeron manualmente, con capturas de pantalla y siguiendo un criterio cronológico, las “cadenas de discusión” (Berlanga Fernández y García García, 2014) generadas por la publicación inicial de EPN en Facebook –una declaración de amor acompañada de una fotografía⁶–, los comentarios reactivos, y las respuestas del presidente a algunos de ellos.

Diversos trabajos alertan sobre la dificultad metodológica que entraña recolectar un corpus como el nuestro, debido al volumen tan amplio de datos (Vela Delfa y Cantamutto, 2016); a ello debe añadirse otra dificultad intrínseca al medio digital: su inestabilidad, producto de la naturaleza creciente, fragmentaria y cambiante de los mensajes, así como de la interactividad (Scolari, 2008: 74). Las intervenciones parecen aisladas, monológicas, pero, tras sucesivas lecturas, se detectan cadenas discursivas.

En aras de facilitar el análisis, separamos los “eslabones” de la cadena según los turnos de habla (Yus, 2001) y clasificamos los mensajes en adherentes y oponentes, priorizando las secuencias interactivas (por lo general, polémicas) entre usuario y presidente, que calificamos de “humorísticas”, pues su estilo difería mucho del detectado en análisis previos (Mazzuchino, 2017). Para preservar el anonimato de los usuarios, suplantamos el nombre-apodo original por una letra mayúscula, y separamos los turnos de habla con números arábigos. Veremos transcrita, entonces, una porción de la extensa cadena, la que contiene algún tipo de interacción con EPN.

Puesto que el trabajo se encamina a explicar la configuración polémica de tales intervenciones, el marco teórico-metodológico central es la argumentación cotidiana (Gutiérrez y Plantin 2010; Plantin, 2012) y el estudio de la polémica (Amossy, 2011, 2017), enmarcados en la teoría de la enunciación (Ducrot, 2001; García Negroni y Tordesillas, 2011), deudora de la

⁶ En el próximo apartado copiamos la publicación-punto de partida.

polifonía bajtiniana (1987) y reactualizada en el enfoque dialógico de García Negróni (2017). Si bien este trabajo focaliza en lo lingüístico, aporta algunas reflexiones sobre otras materialidades y prácticas que convierten a las publicaciones en manifestaciones semióticas complejas o “multimodales”.

Por lo anterior, el diseño metodológico es cualitativo e inductivo: las generalizaciones surgen de sucesivas lecturas tendientes a reconstruir los tópicos centrales (Amossy, 2017: 188-189) y a detectar los indicios de otras voces mediante índices léxico-gramaticales (Kerbrat-Orecchioni, 1986).

En aras de la necesaria convergencia disciplinar (Arnoux, 2006), recurrimos a conceptos de otras disciplinas, como la Sociosemiótica, que enriquecen la explicación. No olvidemos que el AD debe hacer dialogar los datos con su situación, y, entre otros aspectos, desentrañar las relaciones de fuerza en juego (Amossy, 2009: 75).

A continuación nos detendremos en los conceptos teóricos relevantes, para luego exponer los resultados del análisis.

5. VOCES Y ECOS EN FACEBOOK

Sin entrar en la problemática de la identidad digital en su vinculación con el productor empírico de los mensajes⁷, partimos del supuesto de que el lenguaje en uso es dialógico, y, por ello, lo normal es que vehicule perspectivas diversas de carácter intradiscursivo: la del locutor (L) que asume la responsabilidad sobre lo dicho (por lo habitual, mediante la primera persona) y manifiesta una actitud ante lo dicho y la de los enunciadore (E), que acarrear puntos de vista ajenos o alusiones a discursos ajenos (García Negróni, 2017: 4). Ello posibilita cuestionar los abordajes de las redes sociales como “monológicas”: ironía, negación, presuposiciones y sobreentendidos son algunos de los mecanismos por el discurso adquiere carácter dialógico (Ducrot 2001: 29-43).

En el corpus, la dimensión polifónica se evidencia en la persistente parodia, superpuesta a la ironía y a la sátira de la figura presidencial, así como en el tono humorístico-polémico. Antes de detenernos en estos rasgos, analizaremos brevemente la entrada inicial de EPN:

⁷ Pues, simplificando mucho, para el AD francés, en la enunciación afloran voces y perspectivas que no pueden atribuirse a la voluntad e intención de un único sujeto, el hablante empírico. La pragmalingüística ha postulado que en el medio digital conviven tres identidades: la individual, la social y la interactiva, que actúa como “bisagra” de las otras (Yus, 2014: 413).



Fig. 1.: La publicación de EPN por el Día de San Valentín (captura de pantalla del 16/02/2018).

La fotografía complementa la declaración de amor y de buenos deseos de EPN, manifestada por un enunciador plural, que, mediante el “*nosotros* inclusivo”, engloba a cualquier (a todo) lector. El emoticono del corazón refuerza icónicamente el mensaje y facilita el pasaje de lo general a lo particular (el amor por Angélica Rivera). La fotografía (editada en blanco y negro para aportar un toque retro) reproduce la estética de la publicidad o de las revistas del corazón, así como un estereotipo romántico de la pareja: ambos son guapos, jóvenes y elegantes. Él sostiene el paraguas para protegerla a ella de la lluvia; ella se sostiene en él; ambos sonríen, pero solo él fija la mirada a la cámara y al espectador. La postura también es diferente: la espalda de él está recta; la de ella, ligeramente encorvada. De fondo, figuras borrosas de traje y las luces de una gran ciudad. Aunque los cuerpos parecen apoyarse mutuamente y entre ellos se aprecia cercanía y complicidad, la postura y la mirada de él sugieren un proceso transactivo (Kress y van Leeuwen 1996), pues él organiza la mirada y parece conducir la acción. La figura del estadista que conduce al país o que lo sostiene se superpone con la del ser humano común que sostiene a su pareja⁸. Como señala Carlón (2015: 59), la fotografía “expresa el deseo de hacer público lo privado” y cotidiano, apuntando directamente a la emoción, y, por ello, imágenes como esta son tan rentables para los políticos.

⁸ Esta estrategia de “humanización” del político o de puesta en evidencia de su costado “común” ya fue señalada por Gallardo Paúls (2017: 196) en su análisis de tuits de seguidores de políticos españoles y por Slimovich (2018) en su análisis de la primera transmisión en vivo, por Instagram, del presidente argentino, Mauricio Macri, otro asiduo usuario de las redes sociales.

Ahora bien, considerando que “es el comentario del otro el que le otorga sentido” a la foto (Carlón, 2015: 49), es esencial detenerse en los comentarios adversos, que intentan deconstruir la imagen de edulcorada felicidad. No perdamos de vista que la unión del político y la actriz, mediáticamente “vendida” como un cuento de hadas, fue ampliamente cuestionada.

6. LA CONTROVERSIA

A diferencia del ideal de consenso de una visión lógico-racional de la argumentación, la argumentación cotidiana (Plantin, 2012) acepta el uso de argumentos aparentemente trancos, los entimemas (“píldoras de razonamiento”: Slimovich, 2018: 7), cuya premisa o conclusión ha sido suprimida o está ausente, y que no apela a patrones lineales (Gilbert, 1994: 12). En este tipo de argumentación, además, se emplean recursos que la otra perspectiva tildaría de falaces, como los argumentos *ad hómīnem*. ¿Debemos, entonces, integrar el modo polémico en la argumentación? Esta pregunta de Amossy (2011:26) es central. Evidentemente sí, desde una concepción no dialéctica ni logicista. La visión de lo polémico, así, cambia: la discrepancia ya no es un rasgo de “desideologización”, pues la discusión posibilita reconocer al oponente y evitar que se rompa el vínculo social (Garand, 1998: 251, *apud* Amossy, 2011: 26).

Según una hipótesis de trabajo, el predominio del *pathos* y de lo polémico, que suele analizarse como indicio de “pseudopoliticidad”, podría deberse al hecho de que las publicaciones, a la par que muchas otras funciones sociales (como las típicas de la conversación, el diario personal y el comentario de noticias, por mencionar algunas: cf. Steimberg, 2013: 262), reactualizarían hoy los rasgos otrora circunscritos al panfleto (Angenot, 1982): el carácter ofensivo, aun descalificador, y la irrupción de la emoción y lo subjetivo. Ello explicaría la predilección por la ironía y la parodia, así como las recurrentes figuras de oposición. Los comentarios analizados crean un contradiscurso en el que prevalecen las dos líneas argumentativas del discurso polémico-injuriioso: la argumentación *ad hómīnem* (contra EPN) y la argumentación *ad rem* (contra sus actos privados y su gestión)⁹.

En ese marco, más que una “conversación de sordos” (Angenot, 2008), las publicaciones de Facebook responden a una “sordera calculada” o simulada (Amossy, 2011: 27): no buscan realmente persuadir al contrincante, pero tampoco *solo* destruirlo. Probablemente, más que la construcción del Oponente, destaque la aparición de un Tercero, el no nombrado, al que se dirige la argumentación (Garand, 2016: 128) y se reclama complicidad en el disenso.

Por ello el humor, de modo análogo a la emoción, entendida como “señalización intencional estratégica” (Gutiérrez y Plantin, 2010: 45), aparece no

⁹ Estos hallazgos, que coinciden con los reportados por Gutiérrez y Plantin (2010), surgen de una investigación previa, en prensa.

como la risa por la risa o como un simple mecanismo de sublimación, sino como un recurso controlado y dirigido a un fin argumentativo, que cristaliza identidades en pugna.

7. EL HUMOR: HOJA DE RUTA

El humor constituye un fenómeno tan complejo e inabarcable, que resulta difícil sintetizar todas las perspectivas de estudio. Attardo (1994: 47) y Krikmann (2006: 27-28) identifican al menos tres teorías: la de la incongruencia o incompatibilidad, que lo define como una especie de contradicción o extrañamiento de planos, marcos o *scripts* inesperados; la de la superioridad, centrada en la posición de poder del burlador, y la psicoanalítica, que lo concibe como una “liberación” o relajación (sublimación) de tendencias agresivas aceptable socialmente.

En español, el estudio del humor desde la perspectiva pragmática constituye un prolífico campo: la Teoría de la Relevancia lo concibe como la respuesta a una incongruencia (Yus, 1996) y la Teoría General del Humor Verbal de Attardo (2001), desarrollada por el grupo GRIALE (Ruiz Gurillo, Alvarado Ortega), lo asume como infracción o violación de máximas y principios comunicativos. Asimismo, estos estudios han focalizado en la ironía (Ruiz Gurillo, 2009, 2012) y la (des)cortesía y las actividades de imagen propias del humor (Alvarado, 2009, 2013, entre muchos otros).

Otra aproximación valiosa, pero desde la escuela francesa de AD, es la de Suárez (2013), si bien, desde la polifonía enunciativa y la Teoría de los Bloques Semánticos de Ducrot, sistematiza y explica recursos humorísticos propios de la representación teatral.

Madini (2002) distingue la polémica, que supone un mayor “compromiso” del sujeto, del humor, que implica un enmascaramiento. ¿Cómo compatibilizar tal disociación con la simbiosis entre humor y polémica que aquí defendemos? La clave está en la dimensión polifónica de la enunciación, que, como vimos, está presente en todos los discursos, aun en los polémicos, que suelen apelar a la ironía. Y sabemos que donde hay ironía puede haber humor. Según Reyes (1984: 154-155), la ironía es un modo de cita, un “eco” o representación lingüística de un objeto también lingüístico, otro texto, que, como escenificación, “hace ‘oír’ un discurso absurdo” (Ducrot 2001: 262), del que se toma distancia.

Superpuesta a la ironía y a la sátira, se halla la parodia, que consiste en la reproducción deliberada de modos de decir social o culturalmente atribuidos a géneros “elevados”, para ridiculizar al oponente. La parodia también es una escenificación, pues en su afán de diferenciación del modelo parodiado, a la par que lo asimila, lo confronta; de ahí su estrecha vinculación con la ironía (Hutcheon, 1985 [2000]).

Para finalizar, Weaver (2015) entiende al humor como modo de apertura “no dogmática” a otras opiniones o como “criticismo cómico”, lo que permitiría comprender sus vínculos con la sátira y, además, es coherente con la definición de polémica de Amossy (2011, 2017), en la que nos basamos.

En suma, nuestra definición del humor es polifónica, porque reconoce la emergencia de perspectivas y discursos heterogéneos, articulados mediante la ironía, la sátira y la parodia. En este sentido, parece muy reductivo atribuir el humor a la espectacularización, frivolidad y narcisismo típicos de nuestro tiempo: antes bien, en el corpus, el humor actúa como una modalidad polémico-argumentativa de transgresión y denuncia, cuando no de indignación, rasgos típicos de la polémica pública (Amossy, 2017: 146-148), próxima a la noción de carnavalización de Bajtin (1987).

8. EL HUMOR (DE LA CONSTRUCCIÓN) PRESIDENCIAL

La publicación en la cuenta oficial de Facebook de EPN tuvo una gran repercusión no solo por la expresión de emotividad del mandatario, poco habitual en sus publicaciones, sino por sus respuestas humorísticas y directas a ciertos comentarios, que analizaremos a continuación:

[Todos tenemos un amor que celebrar...]

(1) A-Que guapos se ven mi Lord no seremos el país mas rico, pero si tenemos al presidente mas hermoso. Usted es el cupido de todo México porque nos enamoró a todos... no por sus obras sino por su carisma mi emperador maya.

EPN-No somos el más rico, pero somos la economía 11 a nivel mundial¹⁰.

(2) B-No existen palabras que les pueda decir, simplemente : Mi Amo, Mi Dios, Mi salvador y Mi Patriarca. Lo amo emperador ojalá y se reeligiera de por vida ❤️<3 no se vaya nunca 😭:'(

EPN-Solo son 6 años. Así lo marca la Constitución.

(3) C-Ojalá el "Sr. presidente", que digo Señor Presidente, Mi Lord y Emperador Azteca, príncipe de los Tarahumaras, Dios del popocatepetl, descendiente de Quetzcoatl ❤️<3 Revisara más seguido su Facebook para que viera como lo apreciamos, cuánto lo amamos, y todo lo que queremos que haya reelección para volver a votar por usted. ❤️<3

EPN-Lo reviso frecuentemente #SufragioEfectivoNoReelección.

Los comentarios de los internautas se desplazan del tema amoroso –instaurado por el *post* del presidente– al político. En (1), por ejemplo, el L

¹⁰ En todos los casos, respetamos la ortografía del original.

irrumpe al final, o, mejor dicho, interrumpe una enunciación plural, enmarcada en un aparente elogio de la imagen de la pareja presidencial. Se advierten ciertos índices de desaprobación, con los cuales se sugiere una crítica: el término despectivo “lord” (que remite a “mirrey”, aplicado en México a los jóvenes ricos, arrogantes y clasistas), el uso del conector contraargumentativo *pero*, la afirmación enfática refutativa (García Negroni, 2016) y la sintaxis adversativa. La dinámica argumentativa emerge de la construcción enunciativa: del comentario surge un adversario que, mediante la negación (“nos enamoró a todos... *no* por sus obras”), cuestiona un estado de cosas (la versión oficial de que México es una potencia) y toma distancia de EPN, a quien excluye del “nosotros”, es decir, del pueblo (“*tenemos* al presidente más hermoso”). La referencia a Cupido, el dios romano del amor (representado como un niño), es consistente con el cuestionamiento lúdico de la “estatura” presidencial en su doble sentido: físico y moral. La burla emerge también de los títulos absurdos concedidos al presidente (como “emperador maya”: sintagma que insinúa la actitud “malinchista”¹¹ del mandatario), los comentarios críticos se orientan a la desacralización de la autoridad. Este tono satírico será el predominante a lo largo de toda la interacción¹².

La respuesta del mandatario –en realidad, de la “construcción” enunciativa, pues, como vimos, no deben asimilarse L y E con sujeto empírico, pero así la llamaremos, para simplificar la exposición– pone en marcha una negación refutativa (mediante *pero*) que cuestiona y corrige al enunciado previo, utilizando el plural para incluirse entre aquellos de los que fue excluido. El paso del futuro simple de probabilidad (“*no seremos...pero*”) al presente de indicativo (“*No somos...*”) funciona, en el marco del disenso, como evidencial que expone un “posicionamiento subjetivo de respuesta” (García Negroni, 2017: 5). Asimismo, destaca la estrategia de no retomar lo dicho por el internauta sobre la apariencia del presidente: por el contrario, en un entorno objetivo, EPN reemplaza “país” por “economía 11”, planteándola (implícitamente) como uno de los logros de la gestión. Podría decirse que se instaaura, así, una “aserción fuertemente comprometida” (García Negroni, 2017: 8).

En (2) y (3) se aprecian recursos similares, como el uso de encomiásticos absurdos (un revoltijo de títulos que incluso llegan a equiparar al presidente con un dios). Además, se introduce la posibilidad de la reelección, que la respuesta de EPN impugna mediante la etiqueta o *hashtag*, recurso condensador de sentido, a la par que herramienta para introducir un tópico en función del cual organizar o clasificar los mensajes, da por tierra con la insinuación de aquel (recordemos que la llegada de EPN a la presidencia estuvo signada por acusaciones de fraude electoral); así, la etiqueta remite

¹¹ Por la Malinche, amante de Cortés, y, por traslación, amor a todo lo extranjero.

¹² La sátira es la representación crítica, siempre cómica y a menudo caricaturesca, de “una realidad no ejemplar» –i.e., de objetos [y personajes] reales– [...] a los que el receptor reconstruye como los referentes del mensaje”. Pueden satirizarse “costumbres, actitudes, tipos, estructuras sociales, prejuicios y muchas otras cosas por el estilo” (Ben-Porat, 1979: 247-248, *apud* Hutcheon, 1985 [2000]: 15).

polifónicamente al famoso lema de la historia política de México¹³, con el cual EPN, quien durante su mandato también se vio involucrado en sonados casos de corrupción, pretende incluirse en la tradición democrática iniciada por un político honesto y valioso como Madero, y mostrarse como un presidente respetuoso de la Constitución (2).

No estamos, pues, frente a comentarios neutros: las enumeraciones de títulos absurdos, reforzados por la anáfora (la repetición del posesivo “mi”, en mayúsculas: “*Mi* Amo, *Mi* Dios, *Mi* salvador y *Mi* Patriarca”), imitan el discurso servil dirigido a un tirano o a un dictador: Porfirio Díaz (el oponente de Madero), a quien no se nombra pero se vincula con EPN. La acumulación también se advierte en los emoticonos (de amor y tristeza), que, en este marco, deben interpretarse como ironías condensadas. Esta interpretación se reitera en (3), donde las comillas señalan la distancia entre los contrincantes (pues se cuestiona la investidura presidencial): “Ojalá el ‘Sr. Presidente’, que digo Señor Presidente, Mi Lord y Emperador Azteca, príncipe de los Tarahumaras, Dios del popocatepetl, descendiente de Quetzcoatl ❤️ <3 Revisara...”: adviértase el refuerzo irónico de los emoticonos (Yus, 2014: 416), más próximos aquí a la enumeración gradual de títulos, y no al final del enunciado (dividen icónicamente sujeto de predicado, para calificar al tópico del que se está hablando, el presidente).

La extensa enumeración de títulos ficticios recuerda al comienzo de *Noticias del imperio*, de Fernando del Paso (1987):

YO SOY María Carlota de Bélgica, Emperatriz de México y de América. Yo soy María Carlota Amelia, prima de la Reina de Inglaterra, Gran Maestre de la Cruz de San Carlos y Virreina de las provincias del Lombardovéneto acogidas por la piedad y la clemencia austríacas bajo las alas del águila bicéfala de la Casa de Habsburgo [...] Yo soy Carlota Amelia, Regente de Anáhuac, Reina de Nicaragua, Baronesa del Mato Grosso, Princesa de Chichén Itzá. Yo soy Carlota Amelia de Bélgica, Emperatriz de México y de América.

Pero hay una diferencia sustancial entre el comentario y su probable fuente: la voz de la novela de Del Paso es la de una Carlota anciana y desvalida, sesenta años después de la muerte de Maximiliano; en Facebook, en cambio, es el contrincante el que le insinúa al presidente la futilidad del poder. Emerge, así, una sátira del clasismo mexicano (encarnado en los “mirreyes” como falsos aristócratas), que se retrotrae a aquel Imperio que no fue.

La disidencia se enmascara en los recursos señalados, y EPN se enfrenta a ella empleando un tono más serio, impersonal y distante que el del interlocutor, e inscribiéndose en una tradición democrática. Cuando el intercambio vira a lo afectivo, íntimo o juguetón, el tono presidencial también cambia:

¹³ Fue el eslogan de campaña de Francisco I. Madero, en 1910, en el contexto de la dictadura de 35 años de Porfirio Díaz.

(4) D-Eres todo un loquillo Peña.

EPN-Solo un enamorado 😊:)

Mientras que, en (1), EPN responde tras cinco intervenciones importantes de los internautas sobre el tema económico y la reelección (recordemos que hay infinidad de mensajes, que generan la estructura reticular característica de Internet), la respuesta (4) es inmediata; probablemente, debido al cambio de tópico de la conversación. Esto se advierte también en los siguientes intercambios:

(5) E-Mi humilde Suegro, si me hace favor de decirle a la paulina que la veo en los de asada y en la noche pasare a darle la vuelta llevo el cartón de caguamas para convivir así todos juntos celebrando el día de la amistad...

EPN-Hoy no tiene permiso de salir.

(6) F-Mi Emperador Azteca, mi lord, mi Tlatoani que bueno que tenga palabras bonitas para su costilla, saludos a Pau dígame que "que todos tenemos una amistad o un amor que celebrar" y que la amo!

EPN-Le paso tu recado.

En (5) y (6), los internautas se dirigen a EPN no en su rol de político, sino de "suegro" ("la paulina" o "Pau" es una de sus hijas¹⁴). La comicidad radica en la construcción de un álgot ego humorístico, que se dirige a su "suegro" en un tono respetuoso (EPN lo tutea con confianza), y en la configuración de EPN como padre de una familia "más", numerosa y de recursos limitados, porque, se sobreentiende, solo pueden compartir un "cartón de caguamas" (cervezas) o comer tacos callejeros ("de asada"). También se evocan otros tiempos, los del teléfono fijo y los frecuentes recados. Los comentarios convocan el ingenio popular e interpelan a EPN desde su faceta humana, atribuyéndole una imagen estereotipada, que contrasta notablemente con la expuesta en la foto. El humor radica, aquí, en la puesta en escena de esa imagen inesperada, creativa, en una suerte de subversión o de carnavalización del orden "normal" (Bajtín, 1987).

Se advierte la discordancia estilística distintiva de la parodia: el estilo rimbombante de las fórmulas encomiásticas (con la anáfora del posesivo) se ve interrumpido por expresiones coloquiales populares, como la metáfora, de reminiscencias bíblicas, "su costilla", para aludir a la primera dama

¹⁴ Quien fue también muy cuestionada cuando, en 2011, por defender a su padre de las burlas por haber sido incapaz de mencionar sus tres libros favoritos en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, escribió en Twitter: "un saludo a toda la bola de pendejos, que forman parte de la prole y solo critican a quien envidian....!". Como reacción a este comentario clasista, surgió el movimiento popular #SoyProle.

(equiparada a Eva, la pecadora). La parodia de la Biblia o del lenguaje religioso, antes permitida solo a las clases acomodadas (Hutcheon, 1985 [2000]: 12), aparece en boca de personajes populares. En muchos de estos intercambios, se aprecia una dinámica de “contrapunto”, similar a la de ciertas expresiones populares¹⁵ que ponen en marcha una especie de competencia por ver quién responde con mayor ingenio y, así, “vence” en la contienda lingüística. Aquí, las respuestas de EPN suelen ser muy concisas, y fungen como “remate” humorístico de lo afirmado por el otro (en sintonía con la descripción del chiste de Attardo-Chabanne, 1992). Otras veces, el humor surge al retomar, reafirmar o corroborar lo dicho por el adversario:

(7) G-Muy bonitas palabras mi lord, usted me motiva cada día y con estas tiernas palabras me hizo creer en el amor 🤘
EPN- Nunca pierdas la fe en él.

(8) H-Nuestro lord Peña aparte de inteligente y propio resultó ser un romántico a la antigua, que honor tener un gobernante así ❤️🖤😂😄
#Reelección 🍀🕶️👁️
EPN-<https://www.youtube.com/watch?v=WaFg2Lth5vM>Administrar



AMANTES A LA ANTIGUA - ROBERTO CARLOS

(9) I-Mi lider supremo, gran patriarca de mexas es usted un romantico incurable
EPN-Así es, ¿pues qué le hago?

(10) J-Eres Todo Un Loquillo God Save the Queen mi Lord
EPN-Reina de mi corazón.

(11) K-Es usted un poeta, grandísimo tlatoani! Ni el magnífico Nezahualcōyotl tejía versos como usted!
EPN-Estoy enamorado.

En (7), G introduce una ironía sutil, detectable en el contraste entre el emoticono del metal-rock (dedos en forma de cuerno) y el estilo romántico

¹⁵ Como el albur mexicano, un “Juego de palabras de doble sentido que en una conversación sirve para comentar o responder a algo en plan de burla o escarnio, normalmente aludiendo a algo que se considera una humillación sexual” (*Diccionario del Español de México*: <www.dem.colmex.mx>). En un trabajo anterior analizamos la transposición de este género oral al ciberespacio. Intuimos que este mecanismo está presente también en la payada, género oral, improvisado y típico del gaucho rioplatense: en su manifestación de “pulla” con un rival, la payada también busca anular al contrincante mediante el canto y el doble sentido. Para Vidart (1967:89), su espíritu es “dialéctico”, pero no en sentido hegeliano, sino erístico, el que advertimos en los intercambios analizados: “algo semejante a la dialéctica de los sofistas [...] o arte de discutir”.

de expresión. La respuesta de EPN dialoga con el interdiscurso romántico, introduciendo ecos y citas de lo más diversas (“Nunca pierdas la fe en él” podría calcar también el lenguaje eclesiástico).

En (8), la acumulación de emoticones (de afecto, de risa y de carita sonriente con gafas de sol) propicia también una mirada irónica de la etiqueta “#Reelección”, con la que el interlocutor introduce un componente polémico, al poner en entredicho el “romanticismo” del presidente. Este responde con un enlace a un video que retoma burlonamente la palabra de aquel (que lo caracterizó como “amante a la antigua”); con ello, además, se introduce el componente popular de la música romántica, con una canción del intérprete brasileño Roberto Carlos (quien se hizo famoso con un verso que hoy calzaría muy bien en las redes sociales: “Yo quiero tener un millón de amigos”). Recordemos que el hipervínculo, dispositivo al mismo tiempo tecnológico y discursivo, abre las posibilidades de lectura merced a la “navegación hipertextual” (Paveau, 2015: 3) sustentada en una enunciación múltiple, pues el discurso *primero* convoca a otros –aquí, a la canción romántica y los comentarios en YouTube–¹⁶. Lo que comparte EPN con el *link* no es meramente verbal: enlaza su historia de vida con una tradición (la del amor romántico), y define una identidad digital a partir de “lo que siente” como hombre, y no solo como presidente.

Su respuesta en (9) no es una afirmación constatativa, como en (11), sino una pregunta retórica, con la que refuerza la construcción de esa figura simpática, cercana y “popular”, que no se avergüenza de exponer sus sentimientos. Esta estrategia también se aprovecha en (10), que remite a otro intertexto: el himno inglés en honor de la reina, que EPN recontextualiza, en clave humorística, tal vez para neutralizar posibles asociaciones clasistas y “malinchistas, tratando de “reina de mi corazón” a su mujer.

Las respuestas del presidente oscilan entre la comicidad (“siguiéndole el juego” al interlocutor), la corrección del oponente y la oposición irónica, especialmente en intervenciones más agresivas o amonestadoras, en las cuales el humor actúa de modo ambiguo:

(12) L-Besos y abrazos chiquitin, nuestra familia tmb te ama como no tienes idea, eres lo máximo nunca cambies, never forever infraestructochor
 EPN-❤️<3

(13) M-Mi lord, mi emperador azteca , señor de él maíz , dios todo poderoso creador de él cielo y la tierra , de todo visible e invisible .
 EPN-Gracias, Ulises. Andas muy inspirado este 14 de febrero.

¹⁶ Si se sigue el hipervínculo, en YouTube aparecen comentarios similares a los que analizamos, que remiten, polifónicamente, al intercambio de Facebook: “Yo llegué aquí porque nuestro Lord, Tlatoani y emperador Enrique Peña nieto, buena canción”.

El comentario de L en (12) ironiza sobre el *post* inicial (“Todos tenemos un amor...”), como surge de ciertos indicios: el contraste entre el diminutivo (“chiquitín”) y el superlativo (“máximo”) y la negación de la construcción enfática (“nuestra familia tmb te ama como *no* tienes idea”), que permite dudar de la veracidad de lo afirmado. Se retoma la imagen de Cupido para plantear una visión infantilizada y torpe del presidente, pues se imita burlonamente la pronunciación del inglés de EPN, famoso por sus recurrentes *lapsus linguae* (nuevo interdiscurso). Como reacción, EPN emplea emoticones del corazón, que pueden interpretarse, dado el contexto, como antifrasis (o sustitución por lo opuesto). La respuesta (13) es más abiertamente irónica: EPN agradece una intervención absurda y rompe el estilo ampuloso del oponente, tuteándolo.

En suma, el humor presidencial se caracteriza por el uso de expresiones muy breves que retoman, citando y contradiciendo, las palabras del interlocutor. Corresponde, en general, a un uso “defensivo” del humor (Kerbrat-Orecchioni, 1980: 127), cuando el entorno es hostil (satírico). Destaca también el uso de la etiqueta (#), no como simple medio para organizar contenidos, sino como herramienta de citación y de amplificación, con la que EPN reproduce el famoso lema de la Revolución Mexicana, como si quisiera dejar evidencia pública, usando como respaldo la Constitución, de su intención de no ser reelecto. Se fija, así, una imagen seria, democrática, inscrita en una tradición institucional de respeto a la autoridad de la ley.

Si la jocosidad o burla son evidentes y agresivas, EPN intenta contrarrestar el posible efecto negativo con una intervención similar, arrojándole al interlocutor sus propias palabras. Incluso hay un intercambio en que se aprecia un caso de “metahumor”:

(14) N-Que flojera con la gente que solo se toma el tiempo para burlarse o ser sarcástico.

EPN- A mi no molesta. Es parte del humor de los mexicanos.

La respuesta de EPN –cuyo interlocutor, claramente, intenta defenderlo de lo que percibe como agresión– reflexiona sobre el humor mexicano: primero focaliza en sí mismo y en su emoción (“A *mi* no [me] molesta”) propiciando, por vía de la negación, el sobreentendido de que a otros sí les molestaría un intercambio como el desplegado; el paso a un enunciado general, desagentivado, y al tono didáctico, permite cristalizar una imagen comprensiva, magnánima y dialogante del presidente.

9. CONCLUSIONES

Los intercambios de EPN con los internautas en su cuenta de Facebook son políticos, habida cuenta de la polemicidad detectada. La polémica no aparece indisolublemente ligada a la descalificación, pues lo que predomina

es la tensión entre fuerzas no siempre explícitas, cuya emergencia se debe a recursos más indirectos, como la ironía, la parodia y la sátira.

Los usuarios de la red social aprovechan el humor como herramienta de discrepancia, no simplemente para derribar a su adversario, sino para proponer un orden social diferente. En las intervenciones de EPN, en cambio, el humor permite mostrar una faceta más “humana” y cercana, salvo cuando se usa como arma defensiva, en enunciados reactivos a la caricaturización imperante (que actúa, implícitamente, como argumentación ad hómīnem).

La escritura resultante es polifónica, pues moviliza estilos, perspectivas y “ecos” diversos, que contribuyen a perfilar el disenso. Facebook propicia el encuentro de contrincantes que, de otro modo, no tendrían oportunidad de medir fuerzas (Amossy, 2011), y es un espacio privilegiado para desarrollar uno de los actos comunicativos más habituales: discutir. Resta profundizar en lo que, por ahora, es una intuición: la reactualización del panfleto en este tipo de publicaciones.

REFERENCIAS

- ALVARADO ORTEGA, M. B. (2009): “Ironía y cortesía”, Ruiz Gurillo, L. y Padilla, X. (eds.), *Dime cómo ironizas y te diré quién eres: una aproximación pragmática a la ironía*, Fráncfort: Peter Lang, pp. 333-345.
- ALVARADO ORTEGA, M. B. (2012): “Una propuesta de estudio para el humor en la conversación coloquial”, *ELUA* 26, pp. 7-28.
- ALVARADO ORTEGA, M. B. (2013): “An Approach to Verbal Humor in Interaction”, *Procedia. Social and Behavioral Sciences* 95, pp. 594-603.
- AMOSSY, R. (2009): “Argumentación y análisis del discurso: perspectivas teóricas y recortes disciplinarios”, Puig, L. (ed.), *El discurso y sus espejos*, Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 67-97.
- AMOSSY, R. (2011): “La coexistence dans le dissensus. La polémique dans les forums de discussion”, *SEMEN* 31 | 2011, pp. 25-42, <https://journals.openedition.org/semen/9051> (Fecha de consulta: 13/11/2018).
- AMOSSY, R. (2016): “Por una retórica del dissensus: las funciones de la polémica”, Montero, A. S. (comp.), *El análisis del discurso polémico. Disputas, querellas y controversias*, Buenos Aires: Prometeo, pp. 25-38.
- AMOSSY, R. (2017): *Apología de la polémica*, Buenos Aires: Prometeo.
- ANGENOT, M. (1982): *La parole pamphlétaire*, París: Payot.
- ARNOUX, E. (2006): *Análisis del Discurso. Modos de abordar materiales de archivo*. Buenos Aires: Santiago Arcos.
- ATTARDO, S. (1994): *Linguistic Theories of Humor*, Berlín: Mouton de Gruyter.
- ATTARDO, S. (2001): *Humorous Texts: A Semantic and Pragmatic Analysis*, Berlín: Mouton de Gruyter.
- ATTARDO, S. & CHABANNE, J.-C. (1992): “Jokes as a text type”, *Humor. International Journal of*

- Humor Research* 5 (1/2), pp. 165-176.
- BAJTÍN, M. (1987): *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*, Madrid: Alianza Editorial.
- BERLANGA FERNÁNDEZ, I. & GARCÍA GARCÍA, F. (2014): *Ciberretórica: Aristóteles en las redes sociales. Manual de Retórica en la comunicación digital*, Madrid: Editorial Fragua.
- BOYD, D. (2016): "Untangling research and practice: What Facebook's 'emotional contagion' study teaches us, *SAGE Journals*, vol. 11: 1, pp. 4-13, <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1747016115583379> (Fecha de consulta: 10/12/2018).
- CANTAMUTTO, L. & VELA DELFA, C. (2016): "El discurso digital como objeto de estudio: de la descripción de interfaces a la definición de propiedades", *Aposta Revista de Ciencias Sociales*, N° 69, Monográfico de discurso digital, pp. 296-323.
- CARLÓN, M. (2015): "Registrar, subir compartir. Prácticas fotográficas en la era contemporánea", *Actas V Simposio Internacional de Estética: estética, medios y subjetividades*, Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica, pp. 31-54.
- CARLÓN, M. (2012): "En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de Facebook durante la transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitario", Carlón, M. y A. Fausto Neto (comps.), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*, Buenos Aires: La Crujía, pp. 173-194.
- CHILTON, P. & SCHÄFFNER, C. (1997): "Discourse and politics", Van Dijk, T. (ed.), *Discourse as Social Interaction*, Londres: Sage, pp. 206-230.
- CHRISTENSEN, H. S. (2011): "Political activities on the Internet: Slacktivism or political participations by other means?", *First Monday*, vol. 16, N° 2-7, pp. 1-6, <https://firstmonday.org/article/view/3336/2767> (Fecha de consulta: 11/09/2018).
- DUCROT, O. (2001): *El decir y lo dicho*, Buenos Aires: Edicial.
- FARINA, M. (2015): "Facebook first post telling", *Journal of Pragmatics* 90, pp. 1-11.
- FUCHS, C. (1994): *Paraphrase et énonciation*, París: Ophrys.
- GALLARDO PAÚLS, B. (2017): "Pseudopolítica en la red: indicadores discursivos de desideologización en Twitter", *Pragmalingüística* 25: 2017, pp. 189-210, <https://revistas.uca.es/index.php/pragma/article/view/3393> (Fecha de consulta: 02/08/2018).
- GARAND, D. (2016): "La función del ethos en la formación del discurso conflictivo", Montero, A. S. (comp.), *El análisis del discurso polémico. Disputas, querellas y controversias*, Buenos Aires: Prometeo, pp. 123-137.
- GARCÍA NEGRONI, M. M. (2016): "Discurso político, contradestinyación indirecta y puntos de vista evidenciales. La multidesinyación en el discurso político revisitada", *Revista de Latinoamericana de Estudios del Discurso (RALED)* 16 (1), pp. 37-56.
- GARCÍA NEGRONI, M. M. & TORDESILLAS COLADO, M. (2001): *La enunciaciny en la lengua. De la deixis a la polifony*, Madrid: Gredos.
- GILBERT, M. (1994): "Argumentaciny multimodal", *Philosophy of the*

- Social Sciences* 24(2), pp. 159-177.
- GUTIÉRREZ, S. & PLANTIN, C. (2010): "Argumentar por medio de las emociones: la "campana del miedo" del 2006", *Revista Versión. Estudios de Comunicación y Política* 24 (abril 2009), México: UAM, Xochimilco.
- H AidAR, J. (2004): *El campo del Análisis del Discurso: aportes para el estudio de lo político*, Santo Domingo (República Dominicana): Fundación Global Democracia y Desarrollo.
- HUTCHEON, L. (1985 [2000]): *A Theory of Parody: The Teachings of Twentieth-century Art Forms*, Champaign, Illinois, University of Illinois Press.
- KERBRATH-ORECCHIONI, C. (1986): *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*, Buenos Aires: Hachette.
- KRESS, G. & TT. VAN LEEUWEN (1996): *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, Londres: Routledge.
- MADINI, M. (2002): "Le polémiste et le comique", *SEMEN* 14|2002, pp. 1-7, <https://journals.openedition.org/semen/2533> (Fecha de consulta: 13/10/2018).
- MAZZUCHINO, M. G. (2017): "Los otros y nosotros: configuración discursiva y retórica de los tuits de los presidentes Fernández de Kirchner y Peña Nieto", *Tonos digital. Revista de estudios filológicos* 33 (junio 2017), pp. 1-24, <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/1761/939>, (Fecha de consulta: 22/12/2017).
- MAZZUCHINO, M. G. (2018): "Entre la agresión y la reivindicación: ironía, parodia y sátira en comentarios al Facebook del presidente mexicano", *Romanica Olomucensia* 30 (2), pp. 191-216, https://romanica.upol.cz/artkey/rom-201802-0002_entre-la-agresion-y-la-reivindicacion-ironia-parodia-y-satira-en-comentarios-al-facebook-del-presidente-mexic.php (Fecha de consulta: 31/05/2019).
- PAVEAU, A-M (2015): "Ce qui s'écrit dans les univers numériques. Matière technolangagières et formes technodiscursives", *Itinéraires. Littérature, Textes, Cultures*, pp. 1-12, <https://journals.openedition.org/itineraires/2313> (Fecha de consulta: 11/11/2018).
- PLANTIN, C. (2012): "Argumentar y manipular para probar", Soler Castillo, S., *Lenguaje y educación: perspectivas metodológicas y teóricas para su estudio*, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, pp. 105-129.
- RAITER, A. (2009): "Hablo y entiendo": creencias, presuposición e interdiscurso en los actos de Cristina Fernández de Kirchner. *Oralia*, 12, pp. 73-96.
- REYES, G. (1996): *Los procedimientos de cita: citas encubiertas y ecos*, Madrid: Arco Libros.
- RUIZ GURILLO, L. (2009): "¿Cómo se gestiona la ironía en la conversación?", *Rilce* 25 (2), pp. 363-377.
- RUIZ GURILLO, L. (2012): *La lingüística del humor en español*, Madrid: Arco/Libros.
- SCOLARI, C. A. (2008), *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*, Barcelona: Gedisa.
- SLIMOVICH, A. (2012): "Apuntes sobre las discursividades políticas en el Facebook de Mauricio Macri", *Revista Tram[p]as de la comunicación y la cultura* 72, pp. 1-8.
- SLIMOVICH, A. (2018): "El meta-cuerpo presidencial: los internautas ciudadanos, seguidores

- y opositores”, *Revista Bordes*, pp. 1-12, <http://revistabor-des.com.ar/la-politica-en-instagram/> (Fecha de consulta: 07/12/2018).
- STEIMBERG, O. (2013): *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.
- STEINFELD, N. (2016): “The F-campaign: a discourse network analysis of party leaders’ campaign statements on Facebook”, *Israel Affairs*, 22: 3-4, pp. 743-759.
- SUÁREZ, B. (2013): *Discurso humorístico. Una mirada desde la polifonía enunciativa a los textos de Les Luthiers*, Buenos Aires: Eudeba.
- VELA DELFA, C. & CANTAMUTTO, L. (2016): “De participante a observador: el método etnográfico en el análisis de las interacciones digitales en WhatsApp”, *Tonos Digital*, N° 31, pp. 1-22, <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/1531> (Fecha de consulta: 22/09/2018).
- VIDAL, D. (1967): “Payadores gauchos y literatura gauchesca”, *Cuadernos de Marcha*, N° 6, x-1967, Montevideo, Uruguay, <http://www.cdm.gub.uy/wp-content/uploads/2017/07/CDM-FdM-R-24-P-Vidart-D.-Payadores-gauchos-y-literatura-gauchesca-Cuadernos-de-Marcha-n%C2%BA-6-x.1967.pdf> (Fecha de consulta: 30/10/2018).
- VITAK, J. et al. (2011). “It’s Complicated: Facebook Users’ Political Participation in the 2008 Election”, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Mar 14(3), pp. 107-114.
- WEAVER, S. (2015): “The rhetoric of disparagement humor: An analysis of anti-semitic joking online”, *Humor* 2015: 28(2), pp. 327-345.
- YUS, F. (1996): “La Teoría de la Relevancia y la estrategia humorística de la incongruencia-resolución”, *Pragmalingüística* 3-4, pp. 497-508.
- YUS, F. (2001): *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*, Barcelona: Ariel.
- YUS, F. (2014): “El discurso de las identidades en línea: el caso de Facebook”, *Discurso & Sociedad*, Vol. 8, N° Extra 3 (ejemplar dedicado al Discurso e identidad en el ciberespacio hispano), pp. 398-426.