



Espacio Abierto
ISSN: 1315-0006
eabierto.revista@gmail.com
Universidad del Zulia
Venezuela

Fernández Poncela, Anna María
El humor en las elecciones o las elecciones del humor
Espacio Abierto, vol. 29, núm. 2, 2020, -Junio, pp. 205-237
Universidad del Zulia
Venezuela

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12264379011>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEV
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

El humor en las elecciones o las elecciones del humor.

Anna María Fernández Poncela.

Resumen.

El objetivo de este texto es un análisis del humor en el proceso electoral presidencial de México, 2018. Se centra en las teorías, tipos y funciones del humor en general, aplicadas de manera particular en este estudio de caso. Esto se hace a través de la revisión de memes, caricaturas, chistes, videos, canciones y bromas que circularon en los discursos políticos, los medios de comunicación y las redes sociales digitales. Como resultado decir que predominó un humor hostil, de defensa o de ataque.

Palabras clave: elecciones, humor, chistes, memes, candidatos, México.

Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco. Coyoacán DF, México.

E-mail:

fpam1721@correo.xoc.uam.mx

annamariafernandezponcela@gmail.com

Recibido: 17/12/2019 - Aceptado: 21/02/2020

The humor in the elections or the elections of humor.

Abstract

This text objective is an analysis of humor in the Mexican presidential electoral process, 2018. It focuses on theories, types and functions of humor in general, applied in a particular way in this case study. This is done through the review of memes, cartoons, jokes, videos and songs that circulated in political speeches, the media and digital social networks. As a result, it was said that a hostile, defensive or attack humor prevailed.

Keywords: elections, humor, jokes, memes, candidates, Mexico.

Introducción

El humor es parte de la vida y qué mejor que vivirla con buen humor, hasta donde se pueda. El humor también está presente en la política, o tal vez sería más correcto decir que la política protagoniza buena parte del humor en ciertos ámbitos, y durante determinadas épocas, tales como, por ejemplo, algunas campañas electorales.

Sin embargo, ya no se trata de la tradicional caricatura política, ahora se abre espacio el meme con un ímpetu impresionante -el popular y anónimo, y el creado desde los cuartos de guerra o de paz de los partidos-. Pero hay mucho más, el humor de los propios candidatos en el sentido clásico hipocrático -colérico, melancólico, sanguíneo y flemático-, o en el más moderno, como estado de ánimo o emoción aparentemente predominante en los mismos, modo de ser o pose electoral. Y el humor empleado por un candidato como estrategia política, en discursos por todo el país y debates en los medios, aquí sí en el sentido de anécdotas, ocurrencias, chistes y expresiones varias, que hicieron las delicias de los/as oyentes, espectadores e internautas y durante semanas después, cual eco, se recrearon en conversaciones y expresiones varias.

Eso sí, si revisamos los tipos de humor, en su mayoría se trata del humor hostil, la ironía y el sarcasmo reinan por doquier; o sea, más que muestra de alegría, es demostración de amargura, hostilidad, ataque o defensa. El humor como arma hacia el otro, como decimos. Al observarlo desde las teorías del humor, la superioridad parece ser la más acertada y reiterada. Esto es, se trata del peor humor posible, si lo juzgamos desde lo políticamente correcto y a partir de una postura ética que propugne el buen humor desde el humor benigno. No obstante, no por ello nos deja de hacer reír, de hecho, es mucho más risible, lo cual redundando sobre la teoría de la descarga o alivio, como todo humor, por supuesto. Y además, se trata a veces, de una incongruencia, no solo como una teoría intelectual del humor, sino la incongruencia que los candidatos supuestamente serios irrumpen en sus discursos de manera imprevista y sorpresiva con humor, en vez de responder al interlocutor que los interroga, por ejemplo, o simplemente informar sobre las propuestas de su programa político y plataforma electoral. La política parece haberse vuelto campaña o combate de ataques, antes serios y rudos, ahora humorísticos y no por ello menos rudos ni serios, donde lo propositivo no siempre encuentra suficiente cabida. A veces, se dedica más tiempo en atacar como en los debates de candidatos que en exponer agendas de gobierno. Los votos se ganan con el ataque o descrédito del otro, más que con los planes y políticas formales, o con chistes u ocurrencias de contenido humorístico benigno.

El objetivo central de este texto es analizar las teorías del humor, los tipos y funciones del humor, primero en general, acto seguido a lo largo de una campaña electoral, y en particular su uso y abuso, en el caso de las elecciones presidenciales en México en el año 2018. En segundo lugar, mostrar en el análisis cómo se ha transitado de un humor que se creaba en los medios a un humor que los políticos utilizan, y los medios como es su papel, reproducen y exageran. Y a un humor que la ciudadanía crea y recrea en las redes, inspirada también en las ocurrencias de los candidatos, que hoy sabemos enmascaran estrategias de comunicación, cuando no los afines a un político lo lanzan a las redes bajo un supuesto anonimato, hasta convertirse en viral. Esto en unos momentos en los cuales el humor político parece incrementarse, tanto como expresión popular a través de las redes sociales, como y también, como estrategia de marketing político por parte de fuerzas políticas y candidatos.

Así que, es posible afirmar que tanto los medios de comunicación, los caricaturistas y los creadores de memes, parecen haber caído en las redes, pero en las redes de los políticos, o sería más exacto decir de los diseñadores del marketing político de los candidatos. En fin, los tiempos cambian, la política, las elecciones y el humor no tendrían por qué no hacerlo. En todo caso, no cabe duda de la importancia del humor en la política y en las elecciones, por lo menos en México hoy, como esperamos mostrar y comprobar en estas páginas.

Si bien nos centramos en los memes, los chistes entre los candidatos en sus discursos de campaña a lo largo y ancho del país, y los tres debates públicos de estos, además de sus supuestas ocurrencias, básicamente; no hay que olvidar la importancia de la caricatura política que sigue presente en los periódicos con su humor irónico y amargo. Tampoco obviar, espacios televisivos, como “El privilegio de mandar” del Canal de las Estrellas, una serie centrada en la sátira y parodia política, que ya en otras campañas electorales como en 2006, hizo mofa de los candidatos contendientes en las misma, y que regresó a finales del año 2017 meses antes de las elecciones. Según afirman sus productores, tuvieron altos niveles de audiencia (Milenio Digital, 2017; adnpolitico, 2018), además de expandirse a internet y de crear la versión teatral que recorre el país. Otras versiones consideran que la nueva temporada no es tan buena como las anteriores, ni en forma, ni en contenido (Loaeza, 2018). En fin, que el humor político es amplio y lo hay para todos los gustos.





Fuente: <https://www.proceso.com.mx/531039/los-memes-del-primer-debateine>

En cuanto a la metodología seguida, se trata de un primer acercamiento empírico exploratorio al tema, a través de una exhaustiva búsqueda de expresiones humorísticas de todo tipo que circularon en diferentes medios de comunicación, desde las cadenas televisivas nacionales y los principales periódicos del país, a las web de memes¹, pasando por las redes sociales digitales, entre otros espacios. Ello durante la campaña electoral entre el 30 de marzo y el 27 de junio del 2018. Circunscrita la observación y revisión a la campaña presidencial y a los candidatos principales: Andrés Manuel López Obrador (AMLO) encabezando Juntos haremos historia (Movimiento de Regeneración Nacional, Partido de los Trabajadores, Encuentro Social), Ricardo Anaya Cortés (RAC) candidato de Por México al Frente (Partido de Acción Nacional, Partido de la Revolución Democrática, Movimiento Ciudadano), Juan Antonio Meade Kuribreña (JAMK) de Todos por México (Partido Revolucionario Institucional, Partido Verde Ecologista de México y Nueva Alianza), y el independiente Jaime Rodríguez Calderón (El Bronco)². Por supuesto, es como se dice una aproximación inicial y de carácter general, ante la amplitud del corpus existente, no obstante aporta el destacado papel del humor en una campaña electoral.

A la hora de la presentación no es posible analizar todos y cada uno de las ilustraciones humorísticas, a veces se hace de forma directa y otras es ejemplo de lo tratado en el texto. En cada apartado se presenta la teoría y luego la ilustración empírica, ello con objeto de facilitar una lectura clara, práctica y dinámica. Respecto al orden de presentación temática de este trabajo, una primera parte menciona teorías, tipos y funciones del humor y su exposición se ejemplifica en ocasiones con el humor de la campaña electoral. Más adelante, ya se centra totalmente en las elecciones y el humor empleado en las mismas, por parte de los diversos actores sociales que en ellas confluyeron, políticos y ciudadanía, las estrategias humorísticas de campaña, y básicamente, su empleo como defensa, y como ataque, principalmente.

No queremos cerrar este apartado introductorio sin antes mencionar que el humor y en concreto el chiste son un acercamiento sociológico hacia las preocupaciones y problemas sociales

¹ No obstante, los memes circularon en medios de comunicación y sobre todo en redes digitales, si bien aquí se buscó la fuente original en la medida de lo posible y se puso el link en cada ilustración humorística que se presenta.

² Margarita Zavala, esposa del que fuera presidente de México por el PAN Felipe Calderón (2006-2012) también se presentó como independiente, pero declinó.

(Berger, 1999), y es un termómetro social (Schmidt, 2008), y otro tanto podemos decir de la caricatura y el meme, como vamos a ver en parte en este texto. Vengan de la coalición o partido que vengan, del candidato que sea, de la ideología que represente, lo cierto es que conecta por estas vías con un gran público, un grupo de ciudadanos/as o electores/as, sus ideas, valores, emociones, actitudes y comportamientos. En este sentido constituyen un objeto de estudio social como enfatiza Berger (1999).

Coaliciones y candidatos en el ojo del huracán... perdón quise decir del humor.

El humor y la política cada vez parecen aproximarse más, y no por los chistes o la caricatura tradicionales, o las comedias televisivas, sino precisamente por el empleo ex profeso del humor por candidatos y la creación de este por los partidos y simpatizantes en apoyo de aquellos, como estrategia de marketing electoral, así como, la creatividad y expansión del humor popular y anónimo sobre la política a raíz de las redes y de internet. No es lo mismo la difusión de un chiste que la de un meme, la de una anécdota graciosa que un video de broma o una canción chistosa. Los tiempos y los medios de la difusión y recreación del humor están cambiando. Lo que permanece es su función comunicativa, informativa, expresiva y propagandística, la cual se está explotando desde la retórica y la pragmática, como nunca antes.

Pero veamos, a la luz de una encuesta, el humor político en el país. Mitofsky en el año 2016³ hizo una sobre la presencia del humor político a nivel nacional y estos fueron algunos resultados: 32% había oído, leído o visto algún chiste político en los últimos días, 33% había visto algún meme. Y “a pesar del poco interés ciudadano por la política, uno de cada tres mexicanos dice haber escuchado, en días recientes previos a ser encuestado, algún chiste relacionado con algún personaje político. Los grupos que más reciben este tipo de comunicación coinciden con los que más utilizan la tecnología y las redes: jóvenes (44%), nivel socioeconómico alto (46%) y zonas urbanas (36%). Aunque la presencia de chistes en Facebook es mucho mayor al promedio de toda la población, (43% de quienes lo usan), es en los usuarios de Twitter donde más chistes se reportan con 54% de usuarios habiéndolos leído o visto en esa red” (Consulta Mifofsky, 2018). Lo anterior sobre los chistes, sin embargo, también la encuesta aporta información en torno a los memes, ya que señala que “de nuevo uno de cada tres ciudadanos reporta haber visto un meme político en días recientes, resaltando nuevamente los jóvenes (51%) nivel socioeconómico alto (44%) y la zona urbana del país (37%). Por su parte, 62% de los usuarios de Twitter dice haber visto en su timeline algún meme político reciente y 48% de los usuarios de Facebook así lo reportan” (Consulta Mifofsky, 2018). La presentación de estos datos tiene el objeto de contextualizar a la población con respecto al humor político, algo a destacar es su importancia dentro de la juventud urbana -la mayoría numéricamente- y de los sectores socioeconómicos altos. Por otra parte, posiblemente los candidatos o sus asesores conocen la información que incluso aquellas ciudadanas/os desinteresados en la política, y en consecuencia, la contienda electoral, sí acceden a los chistes y los memes en torno a la misma. Con lo cual el uso del humor en la campaña en estos medios parece más que rentable. Es más, y en el caso que nos ocupa, se dice que varias personas se interesaron o accedieron a ver los debates a consecuencia de recibir los memes sobre los mismos. Incluso que recuerdan anécdotas de los primeros a través de los segundos. Esto es así, porque la emoción es el pegamento de la memoria y el humor despierta y conecta con la emoción, y por tanto, queda el recuerdo del hecho más allá de la risa.

³ Año no electoral, para tener este dato en cuenta a la hora de encuadrar la magnitud de los datos.

Por todo lo anterior, parece obvio que el humor y la política están llamados a entenderse, los une la retórica, esto es, el uso de los medios disponibles para crear persuasión en los públicos. Los une también el marketing neuroemocional en el mismo sentido que aquella. Además, el humor segrega biológicamente endorfinas, crea psicológicamente vinculación, socialmente está bien visto y emocionalmente satisface, así que se mire por donde se mire, conviene. Si un candidato se muestra sonriente hay de dos, considerar que es un bobo -ante las problemáticas acuciantes, que asolan al país, creen unos- o pensar que se mantiene optimista y tranquilo -actitud positiva ante las problemáticas graves, consideran otros-. Las personas equilibradas transmiten paz, las personas con buen humor transmiten alegría, pero hay algo detrás de esto, el alivio físico-mental-emocional que proporciona el humor -tanto para el que lo emite, como y sobre todo para el receptor, además del nexo de unión, ya dicho, que se crea y recrea-. El receptor que en este caso resulta ser el ciudadano-consumidor-espectador (Sennet, 2016), por más señas, y que es *homo videns* (Sartori, 2004), además de *homo ludens* (Huizinga, 2000).

Las teorías del humor en tiempos electorales: los sentimientos del humor y el humor sin sentimientos.

Varias son las teorías del humor, aquí retomamos aquellas relacionadas directamente con el tema que nos ocupa. Dicen que el humor es la capacidad de percibir algo como gracioso (Berger, 1999) y una actitud y posición ante la vida (Fernández Flores cit. Vigara Tauste, 1994). Es ingenio y agudeza, pero ante todo una disposición o estado de ánimo relacionado con la amabilidad y la alegría, sin olvidar el mal humor -no en el sentido hipocrático ahora, sino el del humor hostil, o tal vez ambos- (Fernández Poncela, 2016).

Hay que partir de que el humor es un fenómeno complejo, tiene un aspecto cognitivo relativo al ingenio y la capacidad de crear humor, de percibir y apreciarlo, así como, disfrutarlo; también está el aspecto emocional que conlleva bienestar y diversión, alegría, y que en ocasiones no está exento de amargura, odio y dolor; está presente la parte conductual en el sentido de la sonrisa, la risa y la carcajada, desde la expresión del rostro y gestual corporal, pasando por los cambios bioquímicos, hasta los movimientos fisiológicos del organismo. Por todo ello y por varias cosas más, es más que saludable (Fernández Poncela, 2016). A continuación, se pasa revista a las teorías, tipos y funciones del humor⁴.

Incongruencia.

Aristóteles en su *Retórica* (1931) apunta ya la ruptura de expectativas con el humor, algo que sorprende porque no se espera, como varios autores más llegaron a señalar a lo largo de la historia. El factor sorpresa es importante para el humor. Sorpresa también en el pasado proceso electoral porque no te esperas que un candidato exprese algo gracioso en un discurso de campaña, tal como ocurrió en uno en Oaxaca “Ternurita, ternurita, apúrate que te va a ganar Margarita” -más adelante en el discurso añadió lo de “amor y paz”-, y otro candidato responda con ironía en un twit, “espero que ahora que pierdas por tercera vez, no pierdas el buen humor, Andrés”. En este enfoque el factor sorpresa es importante al romper la lógica del pensamiento

⁴ De todas ellas únicamente abordaremos las que aplican al humor político electoral, pues hay más. Se presentan de forma resumida, y todas ellas crean polémica y tienen críticas que aquí no se mostrarán. Otra cuestión a tener en cuenta es que en estas teorías sobre el humor y la risa, hay quien remarca el humor y quien hace lo propio con la risa, por supuesto, no es lo mismo pero como la segunda es producto del primero, las teorías sirven para ambos, aunque algunos autores se centren en aquella y otros en este, y no todo mundo esté de acuerdo.

cuando algo parece ir encaminado al cariño y concluye en casi lo contrario, como en el ejemplo presentado. Así los chistes en los discursos, las ocurrencias en las entrevistas y conversatorios, los desatinos en los debates, como mostraremos más adelante, siguieron este tipo de humor.

Locke (1985) entraría en la teoría de la incongruencia, pues pensaba que el ingenio era la rápida y variada asociación de ideas y la risa producto de conexión entre elementos que aparecen sin relación, todo en el sentido de lo anteriormente mencionado.

Shopenhauer (2012) habla de la paradoja entre lo experimentado y lo pensado y de una subunción o inclusión paradójica, también en el sentido de las conexiones inesperadas, subrayando lo absurdo y disparatado. Parte de las incongruencias de la vida, entre el pensamiento y las ideas de una parte, y de otra, la realidad. Bergson (2008) añade al respecto, la bisociación en el sentido de dos esferas de significado que colisionan y se crea otra. Y vaya si hubo colisiones con algunas intervenciones de El Bronco en los debates, como veremos.

Kant (2003) señala el ingrediente de sorpresa e incongruencia que el humor posee y que tiene que ver fundamentalmente con la ruptura de expectativas, el contraste entre lo descubierto y lo esperado, algo imprevisible y paradójico, cuando se detiene la comprensión que no encuentra lo que se suponía y, repetimos, esperaba, a modo de expectativa defraudada o frustrada. La sorpresa es elemento clave.

Darwin (1974) alude también a esta última, engaño y desconcierto, e imprevisibilidad, lo cual tiene que ver con la incongruencia, el alivio y también algo de sentimiento de superioridad, pero sobre todo, incongruencia y sorpresa, repetimos.

El humor en general es muchas veces incongruente en el amplio sentido de la palabra, porque sorprende, no es lógico, crea expectativas que interrumpe o no cumple, reímos de lo no esperado, o es más correcto decir, de lo inesperado. Finalmente, al sorprender se llama la atención, despierta, destensa y persuade, y qué mejor clima para transmitir un mensaje de la forma más eficaz y directa, como el político, un partido o un candidato desean en su campaña. El factor sorpresa, como algo repentino e inesperado impresiona, y si es algo humorístico, la risa es más rápida e intensa, la llamada y captura de la atención más potente si cabe, y de nuevo se graba lo dicho o acontecido en la memoria y se recuerda, y en general de forma grata -aunque esto último depende de ideologías, preferencias políticas, y personales estilos de humor, por supuesto-, e incluso se viraliza.

La sorpresa en la campaña estuvo con las ocurrencias, quizás las más notorias las de Jaime Rodríguez, como cuando dijo en un primer debate “tenemos que mocharle la mano al que robe, así de simple” y las redes se desataron, o al instar a dos contrincantes presentes a “darse un beso” concretamente a Anaya y López Obrador. En el segundo debate El Bronco pidió a López Obrador abrazar a Meade y este contestó “abrazos, no balazos”, lo cual también fue tema para comentarios, chistes y memes, hasta la famosa canción y popular video de “músicos cínicos” (2018).



Fuente: <http://realidadoxaca.com/el-bronco-mocha-manos-en-memes/>



Fuente: <http://realidadoxaca.com/el-bronco-mocha-manos-en-memes/>

Otras cuestiones destacadas de él con relación al humor, fue cuando dijo en el primer debate “no soy Santa Claus ni siquiera quiero ser Superman. Voy a construir el FBI que dependa directamente del presidente”⁵. O cuando sacó una cartulina con un número “Márquenme raza” a modo de queja por la falta de spots. En fin, que El Bronco marcó tendencia en las redes en los tres debates, y fue el que quizás dio más muestras de humor, o tal vez que los provocó, si bien esto lo promocionó no lo catapultó electoralmente pues fue candidato independiente.

Alivio, liberación (descarga, catarsis).

Ya sea un humor considerado incongruente -como se vio- o producto de la superioridad -como se verá-, en general causa cierto nivel de alivio y resulta destensionante y relajante -física, mental y emocionalmente en su totalidad, o en alguna de estas esferas, por lo menos-⁶.

Spencer (2011) es quien habla por vez primera de alivio de la tensión y de la catarsis, remarcando el aspecto placentero de la descarga de la tensión fisiológica y la energía nerviosa excesiva, con la risa. Si bien son las teorías psicoanalíticas las que hablan más en general de ahorro del gasto de coerción, represión, y liberación (Freud, 2008)⁷, toda vez que el humor también es un triunfo del yo y un principio de placer, precisamente porque ahorra un gasto de energía psíquica. Para este último autor el humor es parte de un mecanismo de defensa también que permite enfrentar dificultades o sufrimientos, y emociones desagradables de forma más ligera. En todo caso, se liberan impulsos agresivos, conscientes o inconscientes, que el hecho de vivir en sociedad reprime, pero que emocionalmente se precisa manifestar o sacar, y el humor es ciertamente una vía, de lo cual se hablará acto seguido según la teoría de la superioridad.

En este sentido de descarga, o más bien de alivio, se podría considerar a Nietzsche (2007) que creía que la risa es compensación del dolor y el sufrimiento del hombre en el mundo, reír para no llorar. Por lo que, su función es liberar angustia, además de luchar contra la seriedad y la tragedia, criticar, desacralizar, y en fin, con ello humanizar.

Desde la biología se sabe que la risa libera hormonas, desde las endorfinas o las hormonas del amor y la felicidad, hasta serotonina, dopamina y adrenalina. Se provoca movimiento de todos los sistemas y partes fisiológicas, aporta energía y vitalidad, además de incrementar la actividad cerebral y relajar mente y cuerpo. De ahí que el humor es tan saludable en muchos aspectos, además del alivio ya expuesto. En la actualidad se conocen los beneficios del humor para la salud y la vida, y se fincan precisamente en la función de desestrés y placer, entre otras cosas (Fernández Poncela, 2016).

Ya en términos del espacio político, se considera que el “humor relaja, tanto al orador como a su audiencia, permite destensar una situación, algo importante en el éxito de un discurso... Utilizar el humor es un buen recurso para crear un ambiente favorable al éxito del discurso” (Costas, 2018). Lo cual tiene que ver con las teorías psicoanalíticas presentadas del alivio del que habla Freud (2008), desahogo emocional de algo que estresa, de una emoción y energía reprimida que surge desenmascarando los sentimientos escondidos, y aliviando el cuerpo y el alma; no obstante, esto cause dolor hacia quien va dirigido si se trata de un humor hostil, como

⁵ “Facebook Bronco Intelligence”.

⁶ Muchas expresiones humorísticas cumplen con los requisitos y características para ser consideradas por varias perspectivas teóricas, el criterio para ser seleccionadas en una y otra ha sido porque esta es más marcada aparente o realmente.

⁷ Si bien Freud solo tiene un artículo sobre el humor (2007) y su teoría se basa en un libro sobre chistes (2008), de hecho, sus ideas son aplicables a otros medios humorísticos, aunque hay quien lo cuestiona.

acontece usualmente. En todo caso “cuando en un discurso se utiliza el humor como recurso, no es solamente el conferenciante el que relaja estos sentimientos, sino también el público al aceptar o rechazar ese humor” (Costas, 2018). Y eso es lo verdaderamente importante, hace que el público, espectador, consumidor o elector -que no es lo mismo, pero es casi igual-, sienta alivio, relajación, y ello por medio del humor y la risa, lo que seguramente beneficia la salud del mismo, y tal vez, la inclinación al voto hacia cierto candidato -no relacionado lo primero con lo segundo, por supuesto, o quizás sí-. Se está, no hay que olvidarlo, en la época del ciudadano-consumidor-espectador donde “¿se escoge a los políticos como se escoge la ropa que se compra? Antes que como votante enfadado nos gustaría considerar al ciudadano como consumidor de política que afronta las presiones que lo impulsan a comprar” (Sennet, 2006:116). Y es que “hoy se utilizan todas las trampas de seducción de la publicidad para colocar en el mercado las personalidades y las ideas de los políticos” (Sennet, 2006:117), y aquí se añadiría el humor, lo cual parece claro en este estudio de caso.

Todo humor, o casi todo, provoca y produce alivio, excepto que tú o tu candidato o coalición sean objeto del mensaje irónico, satírico o sarcástico del mismo, entonces sí sería contraproducente, si no es el caso, es beneficioso. Pasemos ahora a ver algunos ejemplos de humor benigno, positivo para todo mundo en la campaña estudiada. Pocos son las ilustraciones de humor benigno, no tendencioso ni hostil, que no es un arma, sin embargo, alguno que otro salpicó la campaña, pues aunque pudiera parecer burla y tuviera alguna intención de cierta dosis de malignidad, lo cierto es que se pudiera considerar un humor ingenuo y bromista, que como todo humor, causa gracia y alivia tensión, como estamos afirmando en estas páginas. Una ilustración pudiera ser las imágenes de López Obrador buscando sus cartulinas para la intervención del debate que pueden ser traducidas, como se vio en algunos memes, o como “abuelito durmiéndose”⁸.



Fuente: <https://lopezdoriga.com/nacional/los-memes-del-primer-debate-presidencial/>

En este tipo de humor entra la imagen de Meade haciendo planas que él mismo grabó -y que después se reprodujo en diversos memes- porque confundió la conjugación verbal y dijo “resolvido”, es decir hizo mofa de sí mismo. Recordar que Enrique Peña Nieto -presidente anterior-, en una ocasión dijera “volvido” en Francia, por lo que el “resuelto” no puede menos que evocar al “vuelto”, o quizás se hizo emulando a este. Las confusiones llaman la atención y causan gracia sobre todo si son resueltas -no resueltas- desde quien la originó y es una burla vuelta -no volvida-, esto es autoburla, por así decirlo. En todo caso, la imagen se volvió viral y replicó, pero ya dentro de la libertad de versión de los meme

⁸ Por supuesto, de todas las ilustraciones presentadas, no se puede solo observar una intención, como y tampoco conocer la percepción y repercusión, por lo que a veces se torna la interpretación un ejercicio de imaginación y recreación.



Fuente: <http://www.sinembargo.mx/29-01-2018/3378982>



Fuente: <http://eldeforma.com/2018/01/29/estos-son-los-mejores-13-memes-sobre-las-planas-de-meade-que-ya-ha-resuelto/>

Quizás también, dentro del humor más benigno y que causa alivio, estarían los comentarios y memes sobre la canción de “La niña bien” que vota por “ya sabes quién”, AMLO, con spots que no violan las disposiciones electorales que prohíben la promoción de precandidatos únicos para una fuerza política al no ser mencionado su nombre -a ritmo de reggeatón de autoría supuestamente desconocida-, cuya producción musical y visual goza de desenfadado y humorismo, aunque hay quien la considera irreverente. Por otra parte, está la canción de Movimiento Naranja, del niño Yuawi de la étnia wirrarika, que en ocasiones salió cantando con Ricardo Anaya, mientras éste tocaba guitarra, o lo acompañó a algún acto de campaña. Comentario anexo merece, el que dicha canción “na na na na na” es hit en las discotecas del estado español -además de música de fondo de programas televisivos- y la gente la baila, seguramente sin saber que se trata de una melodía propia de un partido político y de una campaña electoral, prueba de la globalización desahogada y despistada. Añadir comentarios graciosos de Meade al compararse con su esposa en algún acto público, o respuestas simpáticas de Anaya en entrevistas supuestamente improvisadas.

Superioridad⁹

Desde Platón (1988), preocupado por la ética, se señala a la risa como un arrebató inhumano y arrogante, con el ridículo, por ejemplo, al descubrir y señalar el error o desgracia ajena e incluso la propia, según él, por ignorancia, y burlarnos y reírnos desde el menosprecio en general, desde la malicia y la envidia, manifestación de superioridad del hombre sobre el hombre. De

⁹ La superioridad también se entiende de otras maneras a las que nos referimos en concreto en este trabajo. Baudelaire (1989) habla de la risa como propia de la superioridad, incluso afirma que el hombre muere con la risa. Ésta es expresión de superioridad del hombre, no tanto del hombre sobre el hombre, como del hombre sobre el mundo y la naturaleza, considerándola satánica y humana a la vez; añade que es de tontos por ignorancia y debilidad. Hegel (1990) también entraría en el enfoque de superioridad, pero desde otra mirada, ya que considera que la risa es un triunfo intelectual al comprender algo cómico, y una suerte de sagacidad autosatisfecha del ingenio, satisfacción por la propia inteligencia. Pero no superioridad ante lo risible sino más bien ante el entender el sentido de lo risible. De hecho, algunos videos de López Obrador defendiéndose de ataques entrarían de lleno en este triunfo intelectual al subir al nivel de lo cómico las fake news, al reconvertir en cómico un ataque, de manera ingeniosa y tranquila, solventar inteligente y satisfactoriamente, además de y por supuesto, humorísticamente, el posible problema.

ahí la importancia, como se ha visto, de enmendar el propio error, rápida, ingeniosa y humorísticamente. Añade que es un fallo común en los mortales que resulta terrible en los gobernantes (Platón, 1992). En este punto parece que todos los candidatos desoyeron, claro que se podía argumentar que todavía no llegaban a gobernantes. La risa como agresión y defensa está presente como dimensión negativa en el ser humano, y como vemos desde los clásicos se nos advierte, así que el insulto humorístico actual tiene siglos de historia, no es nuevo, si bien tal vez se agudizó en la última contienda electoral.

También Aristóteles considera a la risa no virtuosa, incluso la comedia como propia de hombres inferiores (1946), y parte de la degradación ética; la comicidad y la risa es signo de superioridad en el sentido de afirmar el yo, y el yo sobre el otro. La agresividad en el humor está muy presente (1931), y vaya que lo estuvo en la campaña estudiada.

Con posterioridad varios autores, como Hobbes (1983) apuntaron el uso de la risa ante la aprehensión de la deformidad o defectos del otro, la “gloria súbita”, infortunios o indecencias, sintiéndose superior a alguien en comparación con la debilidad de los otros. Buscar la autoaprobación, por una parte, y por otra, el menosprecio hacia el otro al bromear sobre él o ridiculizarlo directamente. Se trata de la risa agresiva al reírse de los vicios y errores, deformidades, desventuras o derrotas del otro, un éxito sobre el otro. Una postura que no es propia de los grandes hombres según afirma este autor.

Descartes (2003) considera que la risa es alegría, y también sorpresa y agresión, incluso contiene algo de odio. La ridiculización puede ser productora de risa y correctora de vicios. Combinación emocional muy ad hoc con el humor político, especialmente la sátira supuestamente moralista.

Bergson (2008), citando a Aristóteles, también se refiere a la risa como signo de superioridad del hombre hacia el hombre, de forma social y compartida, además de mencionar directamente al humor y la risa como un elemento psicológico de agresividad, siendo incluso lo cómico una manera menos violenta, o más civilizada, de liberar los impulsos y emociones agresivas hacia el otro, a través de la burla y la humillación, entre otras cosas. También se considera el humor como correctivo para la regulación social, y supuestamente, controlar lo asocial. De hecho, también Freud (2008) habla del chiste tendencioso como sublimación agresiva, liberando tensión, calmando ánimos, a través de la expresión verbal.

Otra cosa a tener en cuenta, con relación al triunfo sobre el otro, es este triunfo por el solo hecho de ser quien cuenta el chiste o dice la gracia. Se habla del éxito del que hace chistes como alguien que tiene cierta superioridad sobre los que le escuchan -no solo sobre a quién va el contenido del chiste dirigido-, lo que representa un cierto triunfo en sí (Fry, 1993). Las personas con buen humor y humorísticas parecen más competentes y capaces, más hábiles y sociables (Martín, 2008), suelen agrandar más y ser más populares. Así que la superioridad es un triunfo sobre el otro objeto del chiste, por su denigración y ridiculización, poder señalarlo y decirlo, y también, como se ha dicho, un triunfo sobre las personas que escuchan o son receptores al mostrarse el emisor como de buen humor, hábil, capaz y competente, y además emitiendo mensajes graciosos y divertidos, o sea, un doble triunfo y doble superioridad, supuestamente. Lo cual al parecer conviene hoy en día también a los políticos, por otra parte, tan desprestigiados, y es un plus en sus campañas.

Dentro de esta teoría es posible esbozar todavía tipos de humor, tales como, el irónico y satírico, como parte de humor tendencioso y que estarían dentro de la teoría de la superioridad.

Juega con las insuficiencias de la condición humana, en general se agrede al otro -un tercero ausente o presente- buscando complicidad con los receptores, que en el caso del humor político-electoral son los electores.

En el *humor irónico*¹⁰ “el sujeto es consciente del absurdo del mundo, pero no es moralizante porque tiene perdida la fe y carece de proyectos” (Hernández Muñoz, 2012:6). Cuando es muy agresivo se considera sarcástico, a veces se vale de la incongruencia, siempre o casi siempre produce alivio -excepto si el contenido es hacia quien lo escucha y no es suficientemente flexible o está suficientemente preparado-. Puede ser algo tan simple como no recordar el título de tu propio libro en un programa televisivo y a la pregunta “¿pero sí lo escribió usted?” decir “lo único que no escribí fue el título” alcanzó a decir José Antonio Meade ante Carlos Loret de Mola. Lo cual fue inspiración de ironía en las redes atentas a todo error, lapsus o desvarío de cualquier candidato.



Fuente: <https://trome.pe/mundo/mexico/jose-antonio-meade-memes-facebook-twitter-decir-escribio-libro-recuerda-nombre-82954>



Fuente: <https://www.elsoldemexico.com.mx/doble-via/virales/no-me-acuerdo-meade-olvida-el-titulo-de-su-libro-y-los-memes-se-lo-comen-1670595.html>

O tan simple también, cuando hacen un meme de un promocional de campaña en el cuál Ricardo Anaya defiende a México ante varios países y en diversos idiomas y cita las ya palabras típicas “Es insulting and unacceptable”. Que luego no solo las redes utilizaron, incluso otro candidato -Meade- se permitió hacer un chiste.

¹⁰Si bien los estudios lingüísticos, semióticos y pragmáticos son mucho más profundos, se trae aquí la definición del diccionario de ironía: “Burla fina y disimulada. Tono burlón con que se expresa ironía. Expresión que da a entender algo contrario o diferente de lo que se dice, generalmente como burla disimulada” (RAE, 2017).



Fuente: <https://erizos.mx/memes/los-mejores-tuits-insolting-and-unacceptabol-anaya/>

Ricardo Anaya ha defendido a México en todos los países.



Fuente: https://twitter.com/vickrpb/status/954033773628329984/photo/1?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E954033773628329984&ref_url=https%3A%2F%2Ferizos.mx%2Fmemes%2Flos-mejores-tuits-insolting-and-unacceptabol-anaya%2F

El *humor satírico*¹¹ supuestamente “expresa indignación hacia alguien o algo, con propósito moralizador, lúdico o meramente burlesco: un “deber ser”. Los abusos o las deficiencias se ponen de manifiesto por medio de la ridiculización, la farsa, la ironía y otros métodos ideados todos ellos para lograr una mejora de la sociedad. Aunque en principio la sátira está pensada para la diversión, su propósito principal no es el humor en sí mismo, sino un ataque a una realidad que desaprueba el autor, usando para este cometido el arma de la inteligencia” (Hernández Muñoz, 2012:1). La risa, a veces pretende corregir, esto es, burlarse de alguien con supuesto afán de corregir, o eso dicen. La sátira está impregnada a su vez de ironía y sarcasmo¹², de parodia, burla y exageración; lo ridículo, exagerado, yuxtapuesto, imitado, como parte de la misma. Un ejemplo de sátira fue la frase de López Obrador a Anaya Cortés en el debate: “Ricki, riquín canallín” que luego las redes expandieron como la pólvora, incluso diversificando versiones: “Trupm, trompin, tronpetin”, etc. O, tal vez, fue simple ironía burlona, el caso es que tuvo éxito, pues todavía la gente lo repite por el gusto de reírse, o para señalar-acusar tendenciosamente a un votante de Anaya, claro envalentonado al estar rodeados de quienes no lo son.



Fuente: <https://laverdadnoticias.com/elecciones-2018/Los-mejores-memes-de-Ricki-Rickin-Canayin-20180521-0003.html>

Los conceptos empleados para estos tipos de humor son varios, incluso algunas expresiones caben también en más de uno, en todo caso las definiciones de los diccionarios que son las más comunes en el sentido de conocidas y compartidas parecen elevar el grado de crueldad entre la ironía y el sarcasmo, siendo la primera una burla fina en la cual se insinúa lo contrario de lo que se dice -aunque por supuesto es mucho más que eso-, mientras la sátira es ya algo que censura y ridiculiza de forma aguda y mordaz, pretendiendo corregir o moralizar; y finalmente, y el sarcasmo es una burla mordaz, cruel y despiadada que maltrata de forma directa y contundente hacia quien va encaminado. Claro, dicen que los golpes duelen más, pero la violencia de las palabras está subvalorada.

Volviendo al enfoque de la superioridad -aunque no nos habíamos ido-, “según esta teoría, el uso del humor en los discursos públicos se utilizaría como una búsqueda de provocar risa como respuesta a la ridiculización del otro, y de buscar nuestra propia aprobación en ese acto. Al reírnos, sobre todo cuando lo hacemos de alguien que es de otro grupo, ya sea de raza, política,

¹¹ Según el diccionario la sátira es: “Composición en verso o prosa cuyo objeto es censurar o ridiculizar a alguien o algo. Discurso o dicho agudo, picante y mordaz, dirigido a censurar o ridiculizar” (RAE, 2017).

¹² El sarcasmo es: “Burla sangrienta, ironía mordaz y cruel con que se ofende o maltrata a alguien o algo. Empleo de la ironía o burla del sarcasmo con fines expresivos” (RAE, 2017).

sexo o nacionalidad, lo que hacemos es fortalecer la identidad de nuestro grupo excluyendo a aquel que no pertenece. Es decir, el humor no solo provoca un refuerzo de los lazos existentes en un grupo por la confianza que da estar juntos, sino también por ser capaz de señalar a aquellos que no pertenecen a nuestro grupo... Por lo tanto, en el discurso político el humor puede convertirse en una eficiente herramienta para unir a nuestra audiencia y separarla de la oposición. Se trata de un uso retórico que no busca expresar una idea concreta, o disuadir a nuestro público, sino potencializar la rivalidad con el grupo vecino. Según Jon Lovett, redactor de los discursos de Obama que ahora trabaja como guionista de comedias en la NBC, “si puedes hacer reír a alguien de algo que tu oponente o tu oposición piensa, eso significa que has hecho un muy buen trabajo en señalar qué está mal en su argumento o posición” (Costas, 2018). Al respecto, mucho se podría decir sobre la campaña electoral presidencial del 2018, expresiones tales como, “me están echando montón” o “Andresmanuelovich” esperando el oro de Moscú mientras confiesa que el único loro que tiene está en Palenque -ante la acusación de supuestos apoyos rusos-.

El humor es un guiño entre emisor y receptores aunque en medio se lleve entre las patas a una persona, grupo o idea. La complicidad entre dos sobre un tercero, usualmente ausente, pero que en el caso que vemos aquí, no lo está tanto, ya sea directa o indirectamente presente -nos referimos no solo a candidatos sino también a sus partidarios, votantes y seguidores en general-. Así, el humor une a unos, y los distingue y separa, cuando no enfrenta a otros (Tajfel, 1989; Reicher, 1996).



Fuente: <https://lopezdoriga.com/nacional/los-memes-del-primer-debate-presidencial/>

Ilustración de la cual fueron los chistes de burla, los comentarios supuestamente graciosos que se obsequiaban unos candidatos a otros. De hecho, a lo largo de la campaña electoral y en los mítines de la misma los candidatos hacían chistes dedicados a sus adversarios, con más o menos gracia, todo hay que decirlo. Por ejemplo, cuando Ricardo Anaya Cortés en su gira por Cancún preguntó a su auditorio “A Meade le dicen el candidato de acero ¿saben por qué?” y él mismo se respondió “Porque es un candidato de a cero votos”. También en Pachuca dedicó un chiste a Meade en el mismo sentido del anterior de ser un candidato que no ganará, al contrario, perderá, cuando dijo que “le dicen Semana Santa, ya que no se sabe si va a caer en marzo o abril”.

Por su parte José Antonio Meade Kuribreña declaró en alguna ocasión que Andrés Manuel López Obrador era un “nini” porque duró 14 años para terminar la carrera. También se dirigió a Ricardo Anaya y le dijo que era un guía de turistas, porque hablaba inglés, francés y tocaba la guitarra, en alusión a sus spots de campaña del mismo candidato que sí mostraban estas características -ya presentados-, y es que señaló si les dicen “yo sé hablar inglés”, “francés” y sé “de turismo”, “¿eso le alcanza para ser presidente? Necesitamos un presidente, no un guía de

turistas”.

Por su parte, en uno de sus videos donde mostraba su humor, además de su buen humor, López Obrador aparecía anunciando “AMLODIPINO” y aconseja a sus contrincantes tomarlo “si están preocupados, nerviosos, con hipertensión”, aludiendo a un medicamento recomendado para la hipertensión y algunas dolencias de tipo cardiaco, aunque usualmente recetaba tila para calmar los nervios de los adversarios.

Esta postura humorística en videos, giras y debates pareció molestar a Ricardo Anaya que en diversas ocasiones, como por ejemplo, a su paso por Colima señaló que “el país no puede ser gobernado por alguien que se refugia en chistes malos que lleva repitiendo 15 años, sobre todo que no tiene ideas ni argumentos para defender propuestas”. Otras veces dijo “con chistoretes el país no va a cambiar”, “se esconde detrás de los chistes”, “evade discusiones a fondo con chistes malos”, “escondió su enojo detrás de los chistes” -con relación al debate-, son “chistes viejos y malos”. Quizás no le faltó razón, sin embargo, frente a ella está la emoción, y el humor es especialista en eso, emocionar, contagiar, levantar el ánimo, unir, confraternizar, toda vez que atacar, defender, denunciar, burlarse, ridiculizar, hasta llegar a maltratar de una manera entre prosaica y poética, con fina esgrima verbal.

En este sentido del uso del humor por parte de los aspirantes a la presidencia del país, y sus insultos entre ellos, desde la teoría de la superioridad, y la función de la agresividad, a veces con más humorismo, otras con menos, vienen muy ad hoc con unas palabras de El Bronco refiriéndose a las declaraciones de Donald Trump por esa época que nombrara a los migrantes como animales, al respecto el aduce “Ser animal es algo que en un comparativo a los humanos nos molesta, pero a veces los humanos hacen más daño con su boca, con su veneno, el presidente Trump es algo de eso”. Claro que viendo lo visto o leyendo lo escrito de este trabajo, quizás es posible decir que al que le quede se lo aplique. Y nadie puede afirmar que nunca jamás ha dicho o dirá un chiste sexista, discriminatorio, tendencioso, hostil o violento, o por lo menos se ha reído -cual cómplice- con alguno. Pero que no cunda el pánico, los chistes hostiles, cual reflejo de la sociedad desaparecerán cuando desaparezca la hostilidad de ésta, carecerán de sentido, no harán gracia y fenecerán.

Añadir que las caricaturas, memes y chistes sobre los debates fueron numerosos y muy aplaudidos, de hecho, en cuanto a los memes ni la persona que realizaba la traducción del lenguaje de señas se libró de los mismos, y quien al parecer salió victorioso en cuanto a ocurrencias fue, como ya se dijo, El Bronco.

Enfoques sociales, biológicos y lingüísticos.

Hay varias perspectivas que estudian desde lo social la teoría de la superioridad y el tipo de humor hostil. Para empezar, decir que, en la investigación en ciencias sociales, el humor y la risa destacan por su carácter útil y adaptativo en la evolución biológica y social. La risa puede ser el vestigio del grito de victoria donde el vencedor libera la tensión acumulada, y se consideraría que de una etapa de risa fruto de la violencia se pasa a un periodo de risa fruto del triunfo de la inteligencia (Ludovici cit. Lleras, 2003). Aunque a juzgar la pasada campaña electoral se observaron vestigios de ambas. Darwin (1974) considera que, como parte de la evolución homínida, la risa crea vínculos o refuerza la empatía. Se trata del refuerzo del intragrupo frente al exogrupo (Tajfel, 1981), es más, el humor está diseñado o se crea a veces justamente para profundizar la diferencia con la burla y agresión a los otros, los diferentes, extranjeros o extraños,

opuestos, es decir, los contrincantes de otro partido político, o el candidato contrario. Esto sí, lo vemos socialmente, pero si buceamos en la biología, el humor y la risa dan como resultado la producción de endorfinas que es el neurotransmisor que une y vincula (Malo, Medrano y Uriarte, 2012). También se dice que surge como juego entre los mamíferos y realmente su función original es la cohesión social (Martín, 2008). La cohesión se cumple, pero según la psicología social, esto es así a lo interno de un grupo, la autoidentificación, solidaridad, pertenencia, confianza, entusiasmo y todo un rosario de autoestereotipos, además de cierta autosobrevaloración (Tajfel, 1989; Reicher, 1996). Otra cosa bien distinta es hacia el otro, donde las diferencias y la distancia se exacerban y la oposición se agudiza, al agredirlo, despreciarlo y humillarlo, la discriminación, estereotipación, estigma y violencia hacen su aparición. Así que el humor, el mismo tipo -tendencioso, irónico, satírico-, teoría -superioridad-, función -agresiva-, producen unión en unos y crean un abismo con los otros. Por lo que tras la campaña electoral hay que tender puentes, sanar heridas, limar asperezas, incluir y hacer un llamado a la reconciliación, y quizás no tanto de los políticos mismos, como de sus seguidores más acérrimos, que seguramente quedarán frustrados y dañados, especialmente aquellos que no le fueron al ganador.

En otro orden de cosas, el humor, como se dijo, se relaciona con la retórica, esto es, “convence o persuade”, para lo cual se emplean las palabras, las metáforas, la ironía, con objeto de remarcar y defender una postura concreta, esgrimir un argumento, y de paso se puede hacer reír. “Es la facultad de observar, en cada situación, cuáles son los medios disponibles para la persuasión” (Aristóteles, 1931:25). A lo que hay que añadir que “Esta persuasión verbal es, tanto para el político como para el humorista, la forma de hallar soluciones creativas a situaciones o públicos que se resisten a aceptar una premisa concreta” (Costas, 2018).

Cicerón (cit. Llera, 2003:26) consideraba que “El rendimiento retórico del humor consistiría en captar la benevolencia del auditorio, en confundir al adversario y sobre todo en atemperar los ánimos, deshaciendo lúdicamente una situación hostil”. Y es que el humor se considera que bloquea la cólera y amplía la tolerancia, en principio es persuasivo por eso se lo compara con la oratoria retórica (Quintiliano cit. Llera, 2003). En la campaña varios episodios corroboran a captar la benevolencia de los seguidores, al confundir a los adversarios o sorprenderlos con discursos y declaraciones chistosas, lo que no queda tan claro es el atemperamiento de los ánimos, o si el humor contribuía a exacerbarlos.

Siguiendo con la superioridad y el humor como arma, destaca el ya citado Bergson (2008), cuando considera que la imperfección causa risa, y la risa es agresiva, su función puede considerarse incluso correctiva a veces, se trata de una risa nada benévola, pues a la imperfección en sí se suma la imperfección de la risa misma. No menciona la ética ni lo políticamente incorrecto, pero puede ser que a eso se refiera.

De ahí también bebe el chiste tendencioso (Freud, 2008), como se ha dicho, que puede ser considerado válvula de escape de pulsiones agresivas, a través del arma del ridículo y desprecio más aceptado que el enfrentamiento físico, así se supera la censura o lo políticamente correcto y se libera en la violencia verbal en vez de la corporal. Y es que el humor hostil es un golpe, pero un golpe de esgrima de la lengua sin sangre, aunque no por ello duele menos ni deja menos huella, como ya se ha insinuado.

Bajtín (1995) añadió la risa social supuestamente liberadora del pueblo contra el poder y el orden institucional, que relativiza el estatus quo y el estatus social, desinhibe individuos, subvierte jerarquías, relaja normas, por ejemplo, en el carnaval, pero es una liberación transitoria.

No se trata de una auténtica liberación, sino algo temporal, que bien puede recordar cuál es el orden y en el fondo puede llegar a reforzar la ley. En todo caso, es importante tener en cuenta la ambivalencia del humor cuando tiene que lidiar con emociones confrontadas y aparentemente incompatibles. Los chistes y los memes son parte de esta función del humor y la risa.

En fin, que el humor es parte de la comunicación y la facilita. Al respecto, y como se viene diciendo en estas páginas, se considera que colabora en la recepción de ideas, crea lazo social y establece vínculo, fortalece relaciones, relaja tensiones, facilita la comunicación, reduce la distancia entre las personas, refuerza el sentido de confianza, y persuade a los otros (Alemany y Cabestrero, 2002). El humor junta y la risa iguala, son signos de una actitud positiva en muchos casos, de bienestar psicológico en otros más, y desarrolla una cierta mirada optimista del mundo y de la vida, a veces. Pero, y como arma parece ser todo lo contrario, sobre todo si es en presencia del agredido y ahí entra de lleno el insulto que abordaremos a continuación.



fuelle: <https://luisgyg.com/los-mejores-memes-de-meade-semememariopolitico/>

Una vez caracterizadas teorías y tipos de humor, hay que añadir la creación, o por lo menos puesta en circulación con nueva intensidad y constancia de ciertos conceptos creados y recreados para la ocasión, mismos que en principio son insultos, pero que también contienen cierta gracia, y no por ello dejan de ser insultos. Los insultos son una forma de agravio lingüístico (Butler, 2009).

Así a los seguidores de cada partido se los denominó de una manera determinada: chairos y pejezombis (AMLO), canallines o derechairos (RAC), bronquitos (El Bronco), meados (JAMK)¹³. Eso sí, el insulto dice también mucho de quien lo dice, pero es ya entrar en entrañas psicológicas de cada quien. Las ilustraciones al respecto se multiplicaron en internet, no siempre todo era gracioso, pero hay que reconocer que tenía cierto nivel de diversión y creatividad.



fuelle: <http://eldeforma.com/2015/09/13/6-puntos-que-te-ayudaran-a-descubrir-que-tan-pejezombie-eres/>

¹³ Varios de estos motes señalan a activistas de redes con falta de compromiso, carencia de autocritica y desprecio al prójimo, además de sentirse profundamente ofendidos si critican a su líder, entre otras cosas.



Fuente: <https://blogdelerolico.wordpress.com/2018/01/20/manual-del-perfecto-derechairo-tome-un-ejemplar-gratis/>

Se trató de un alarde de ingenio, originalidad, repetimos y subrayamos, creatividad, todo ello salpicado con la gracia del humor, no obstante ¿los insultos con humor son menos insultos? ¿Es legal y legítimo insultar bajo el disfraz del humor? Queda claro que esto se hizo durante la campaña, la cual fue un combate y espectáculo de insultos entre los candidatos y entre sus seguidores también, hasta llegar a trifulcas en los mítines y en las calles¹⁴. En todo caso, más permitidos que otro tipo de violencia, pero no por ello dejan de ser parte del lenguaje agresivo y violento. Son actos lingüísticos, sociales y culturales, calificativos crueles e hirientes, que atacan y humillan, tienen por objeto dañar (Martínez, 2009), son acciones agresivas, grotescas y estigmatizantes (Colin, 2007).

Estrategia de la cercanía, arma electoral, y las funciones del humor.

Dicen que el humor es la línea más corta entre dos personas, claro cuando las dos comparten ese humor, y si este es agresivo, y el agredido que es un tercero está ausente en ese momento. Por lo que es posible afirmar que, en ciertas circunstancias y para algunas personas, el humor es una estrategia de cercanía tanto en la vida, como claro está, en la política. Hoy al igual que se habla del “giro emocional” tal vez sería correcto empezar a hablar también del “giro humorístico” en las elecciones, o tal vez de la “pirueta humoral” y ¿por qué no? “viral”. En todo caso y sin perder la idea de este párrafo, el humor es cercanía, también como vimos a lo largo del texto es un arma, y eso puede estar condensado en un mismo chiste y en un mismo meme, lo cual no deja de ser gracioso, añadimos.

En este mismo sentido entre las funciones sociales del humor está la cercanía y la agresión. El humor crea o es fuente de camaradería y amistad que fomenta la unión y cooperación, ayuda a compartir, configura un clima de cordialidad y confianza, y sobre todo “refuerza y consolida los lazos de amistad” (Fernández Solís, 2008:77). Por lo que es obvio que el humor se usa en las elecciones para acercarse a los seguidores de un partido, animar a los indecisos, y si se puede seducir a los seguidores del contrario. Como ya se dijo, el humor une más, o crea unión cuando no la hay, refuerza al endogrupo y suma voluntades externas porque es popular. ¿En estas elecciones el humor nos unió más?, tal vez para algunos, ¿nos separó más?

¹⁴ No hay que olvidar a los 101 políticos y candidatos muertos en 9 meses en el país, algunos supuestamente por actividad de grupos delincuenciales (Salazar, 2018).

También está la función agresiva “arremeter contra los iguales o superiores...La mofa, la ironía y el sarcasmo” (Fernández Solís, 2008:77). Al respecto Ziv (1990) subraya que la función agresiva se basa en adquirir superioridad, y de alguna manera sublima la agresividad convirtiéndola en aceptable hasta cierto punto, sobre lo cual se ha expuesto ampliamente con anterioridad. No obstante, un ejemplo: “Estaríamos mejor con ya Chávez quien” que de paso acusa a AMLO de su relación con el chavismo, se burla de su propia campaña, no obstante, el mensaje iconográfico y lingüístico es más que ambivalente en este caso, y es que a veces se consigue lo contrario de lo que se dice, y de eso saben mucho los expertos en comunicación.



Fuente: <https://formato7.com/2018/01/12/estariamos-mejor-con-ya-chavez-quien/>

Otro ejemplo, este ya en el sentido del dedo acusador: “Papá, me quiero regresar a mi escuela en Atlanta”, denunciando que los hijos de Ricardo Anaya estudian en el extranjero y a raíz de la foto en que un día fue a recogerlo a la escuela, lo cual fue motivo de chistes y de memes.



Fuente: <http://www.eleconomistaamerica.com/nacional-eAm-mx/noticias/8856526/01/18/HazanasdeRicardoAnaya-el-hashtag-que-se-posiciono-tras-llevar-a-su-hijo-a-la-escuela.html>

Sobre la función agresiva, ya se han proporcionado muchos ejemplos con anterioridad, pues imperó durante esta campaña. Y para variar, un meme contra la agresión, cuando se presenta a López Obrador solo defendiéndose de los otros candidatos en forma de dinosaurios que atacan como escena de Jurasic Park en alusión a lo acontecido en el primer debate. Como él dijo con posterioridad “me agarraron de piñata” o expresó en vivo y en directo “todos aquí contra mí, echándome montón”. Si bien en otras ocasiones sonreía mientras decía “me traen en la punta de la lengua por algo será”. De hecho, sus comentarios, videos y memes humorísticos muchas veces destacaban la defensa, como el “amor y paz” en un programa televisivo, o el “abrazos, no balazos” en un debate, siempre mensajes y frases sencillas, expresiones como las de la gente de la calle, que además las personas adoptan y juegan con ellas, son de uso cotidiano y se reiteran en diferentes contextos cuando tienen un sentido, de ahí su difusión multitudinaria y su empoderamiento en cuanto a presencia en el espacio político, pero sobre todo, en el ambiente cotidiano de la gente común, presencial y digital.



Fuente: <http://www.nacion321.com/elecciones/la-historia-en-memes-de-la-campa-na-presidencial-de-2018>

La función defensiva “se utiliza para defenderse de sus adversarios. Se consigue reír uno de sus propias faltas o dificultades antes de que lo hagan los otros. Por medio de esa función se consigue debilitar y contener los ataques explícitos o entrevelados de los supuestos enemigos. Uno se muestra frágil y sobre todo humano lo que hace ganarse la aprobación y afecto de sus contrarios” (Fernández Solís, 2008:78). En cuanto a esta última función de defensa, a veces la agresión sin dejar de ser agresión, se emplea como ofensa y defensa a la vez. Por ejemplo, ante algo que no se puede o quiere responder, un chiste desconcierta o enoja al contrario y hace reír al público como se vio en los debates, y además de gracioso, repetimos, es popular (Ziv, 1984). Otro ejemplo de defensa es Andrés Manuel López Obrador, que tras ser denunciado de que estaba recibiendo apoyo de Rusia, graba un video autonombrándose mientras ríe y sonríe como “Manuelovich” y afirmando desde el puerto de Veracruz donde se encontraba de gira de campaña: “Estoy aprovechando el tiempo esperando que venga el submarino ruso...porque me trae oro de Moscú”. Y de “manuelovich” a “amlovsky” como apareció en algún meme, mientras en su cuenta de twitter afirmaba “Ya no soy peje, ahora soy AndresManuelovich”. La ocurrencia de la trama rusa de Javier Lozano -panista- dio para mucho, pero sobre todo para los seguidores de López Obrador, y resultó ser contraproducente, como otros ataques más que se devolvieron aumentando su popularidad.



Fuente: <https://la-saga.com/actual/ya-no-soy-peje-andresmanuelovich-desata-euforia-en-las-redes-sociales/>



Fuente: <http://www.sinembargo.mx/19-03-2018/3398705>

En concreto, con relación al proceso electoral se ha dicho que “ha estado definido por el humor y la sátira, recursos que han sido utilizados tanto por el electorado para hacer burla de los candidatos a un puesto de elección popular como por los mismos abanderados para buscar posicionarse ante los votantes” (Salazar, 2018). En esta campaña “la risa y la mofa fueron un ingrediente clave”, “tanto el mensaje de los candidatos como los ataques...de contenidos multimedia difundidos en diversas plataformas” (Salazar, 2018). Y de eso no hay duda, como se comprueba a lo largo de estas páginas, el humor fue protagonista.

Como muestra un botón, la campaña electoral oficialmente inició el 30 de marzo, pero el humor sobre ella entró con un spot de Meade en su precampaña, al que trugaron su voz y mensaje a modo de parodia en el mes de enero del 2018. Lo curioso, aunque no sorpresivo, es que llegó a tener “un alcance mayor al del video original y en menos tiempo” (Coppel, 2018). Lo mismo puede decirse de la precampaña de “ya sabes quién” que llegó directa al público y arrasó en los

entretelones del humor. Por otra parte, y como ya se dijo, se considera que Jaime Rodríguez Calderón fue “tendencia” en los tres debates, y no era para menos con sus afirmaciones y supuestas ocurrencias.

Hoy en día, a la caricatura política de siempre y a los memes anónimos de los últimos tiempos, se suma como algo nuevo “El chiste, la parodia y la sátira son ahora la parte medular de las nuevas estrategias del marketing político digital. Una tendencia basada en la frivolidad que se ha convertido en todo un fenómeno de comunicación que resulta atractiva al elector, pero sobre todo a una generación en lo general desinteresada, indiferente y acostumbrada a la inmediatez” (Salazar, 2018). Se trata de la creación de los equipos de campaña que filtran memes, canciones, videos, en las redes sociales, con objeto de ridiculizar al contrario o ensalzar directa o indirectamente para quienes trabajan. A veces, incluso el meme puede tener un mensaje supuestamente ofensivo para el candidato del propio equipo que lo crea, pero por lo menos se da a conocer más -lo importante es que se hable de él, no importa el tono-, se posiciona el meme y las reacciones emocionales de quien lo contempla y lee pueden ser de muy diversa índole, la comunicación no es unidireccional, como sabemos, y varias fueron las aparentemente críticas humorísticas que resultaron favorables al atacado, o sería más correcto decir en ocasiones auto atacado.

Enrique Ortega (cit. Salazar, 2018) afirma que de lo que se trata es que la gente recuerde a un candidato y la repetición e incluso la burla sirve para eso. Por supuesto, se ha visto cómo los debates han sido un buen filón de creación humorística con objeto de además de reír y divertirse, posicionar a un candidato ante el electorado. Quizás no se ha visto el debate original pero sí se conocen los memes sobre el mismo, no hay más que ver como circulan en las redes, revisar las webs que los recogen, o consultar las composiciones audiovisuales de “Músicos Cínicos” (2018), para ver la popularidad de estas respuestas de humor a discursos y debates. Sobre la repetición para ser recordado, quizás les suene la palabra “corrupción” -ilustración que sirvió para desatar el humor de todo tipo- pronunciada hasta la saciedad por López Obrador, no hay que olvidar que además de la reiteración está la elección del vocablo, una de las cuestiones más sentidas por la gente con relación al gobierno y al sistema político del país.



Fuente: <https://rasa-informa.com/checa-los-divertidos-memes-del-tercer-debate-presidencial/>

La frase “Yo mero” también dio mucho de hablar, tuitear y festejar en los memes, cuando Meade escribió en su twitter las características que necesita “un presidente serio¹⁵...profesional, que enfrente los retos...garantice la estabilidad económica y la certidumbre jurídica”, a lo cual Tatiana Clouthier -coordinadora de la campaña de López Obrador- preguntó “¿A quién propone?” y Meade respondió “Yo mero” y ahí empezó todo.



Fuente: <https://twitter.com/movprimxoficial/status/961830222747262978>

Y si sobre frases o expresiones notorias y notables -con cierto humor- se está hablando, la promocional de “Estaríamos mejor con ya sabes quién”, parafraseando la anterior campaña (2006) “Estaríamos mejor con López Obrador”, fue sin duda a dudas la triunfadora, como ya se mencionó.



Fuente: <http://es.rodexo.com/2018/01/12/los-7-mejores-memes-de-ya-sabes-quien-que-te-haran-dudar-de-su-identidad/>

¹⁵ Nótese y anótese lo de presidente serio.

En fin, que el “humor es un mecanismo complejo que, bien utilizado, permite generar confianza en nuestra audiencia, relajarnos, unir a nuestro grupo, vender mejor nuestras ideas. Tiene un elemento bipolar, puede hacer la política más amable, o potenciar rivalidades...En todo caso, no podemos olvidar que un buen uso del humor en el discurso político puede llevarnos también a una política menos polarizada y más amable” (Costas, 2018). Diversión y rivalidad se conjugaron, y es que el humor como parte de la cultura y de la cultura popular mediática y viralizada, es fuente de contradicción y ambivalencia.

El buen humor de los candidatos versus el mal humor social¹⁶ o el encuentro de los contrarios.

En los análisis de la campaña se hablaba de emociones, tales como, enojo y miedo. Al respecto, Crespo en un artículo afirmaba sobre el sufragio que el votante “tiende a hacerlo por motivos emocionales; su situación económica, social o profesional puede generarle resentimiento con el establishment. Y también la esperanza de un cambio radical mueve al voto. En otros puede haber miedo al cambio con un candidato en particular” (Crespo, 2018). Remarca que la emotividad prevalece por encima de las propuestas, la emotividad y aquí añadiríamos el buen o el mal humor. El humor mueve y conmueve, es producto de emociones toda vez que creador de ellas (Fernández Poncela, 2011).

Por otro lado, el humor o estado de ánimo de un candidato también importa, lo mismo que el mal humor colectivo de la sociedad. Y al parecer estos se encontraron en la coyuntura electoral que aquí estamos revisando.

Durante el primer debate se podía leer en una noticia de prensa “El humor que López Obrador usó como táctica defensiva sacó risas hasta a los adustos elementos del Estado Mayor Presidencial...Sobre todo en el momento en que...dijo a Meade que le regalará los tres departamentos que supuestamente ocultó en su declaración patrimonial” (Beauregard, 2018). Como titulaba un blog “La estrategia de Andrés Manuel fue el humor y le funcionó” (Atiliano, 2018) y afirma: “pocos hubieran pensado que el segundo sería recordado por dos momentos protagonizados por él. El primero es una imagen: esconde su cartera para que Ricardo Anaya no se la robe. Y el segundo es una frase: le dice Ricky Riquín Canallín. Lo cual nos muestra que el tabasqueño reaccionó a los ataques de una forma arriesgada y poco común, mediante el humor” y además añade la nota “se le vio contento”. En la prensa se pudo leer: “Lo cierto es que hoy por hoy el candidato de Morena no solo lidera la encuestas, sino que está poniendo los temas, marcando el discurso, el ritmo, el tono y hasta el humor de las campañas” (Petersen, 2018). De esto último no hay mucha duda, no obstante, Jaime Rodríguez Calderón sí resultó competitivo humorísticamente hablando, estuvo a la altura de las circunstancias con humor, y sobre todo, creando oportunidades a cada momento para desencadenar el humor social presencial y virtual.

De hecho, López Obrador fue el candidato que usó más y más apropiadamente el humor como estrategia política, sin embargo, ya lo había hecho con anterioridad cuando, por ejemplo, en un mitin político en Oaxaca (2006) mandó un mensaje al entonces presidente de la República Vicente Fox: “Cállate chachalaca”. Incluso usando el humor en ocasiones al modo de Baudelaire (1989) o Hegel (1990), con objeto de burlarse de sí mismo y hacer un guiño a la ciudadanía cómplice, como cuando ha dicho en alguna ocasión al suscribir lo que de él se dice sobre que aparenta más edad: “Aparento más años, lo que pasa es que estoy aflojado en terra-

¹⁶ Flemáticos frente a sanguíneos también podría titularse esta parte.

cería”. En este último caso es un humor inteligente y no ofensivo, por lo menos no directamente, no agrede, sin embargo, sí usa la ironía emparentada con su persona, así como el triunfo de conceder una idea como cómica y poderse reír de ella desmontando a la vez la acusación de que es objeto y la risa de comprender el lado cómico de la misma, como ejemplo clave está el Andresmanuelovich, ya mencionado¹⁷.

Por su parte, Ricardo Anaya Cortés, siempre y en todo momento estaba y se mostraba muy sonriente, en las imágenes publicitarias y en las apariciones públicas de toda índole, lo cual mereció comentarios entre quienes estudian la expresión del rostro y lenguaje corporal, especialmente por las características de su sonrisa. También Meade se mostraba sonriente y sobre todo tranquilo y sereno.

Había, no obstante, sobre los comicios, otra lectura, con algún que otro titular que anunciaba “el mal humor colectivo se impondrá en las elecciones” referido al voto de castigo contra los malos resultados del gobierno de Peña Nieto (Zárate cit. EFE, 2018). El mal humor es el enojo y frustración ante problemas económicos, políticos, sociales y de seguridad que vive la población en el país desde hace tiempo. Así, las risas y las sonrisas de los candidatos, o su aparente buen humor, contrastan con el enojo social y el miedo de algunos sectores del electorado. De hecho, se afirma que la población votó por hartazgo y mucho enojo de la situación por la que atraviesa el país, bastante distinto esto a las poses aparentemente sosegadas y sonrientes de los presidenciables; eso sí, votó con enojo pero también con esperanza.

Por todo lo anterior, especialmente por la teoría de la superioridad, el humor hostil y la función de agresión, es que se ha titulado este apartado los sentimientos del humor y el humor sin sentimientos. Como ya vimos con los autores clásicos, hay quien considera cierto enfoque y práctica del humor y la risa, como algo perjudicial y del todo reprochable, el humor con sentido de superioridad, tendencioso, hostil, agresivo, irónico, satírico, sarcástico, como arma contra el otro, que apunta a matar o eliminar, y en este caso a ganar una elección.

Conclusiones.

El humor claramente sorprende, relaja, ridiculiza y persuade, como se espera haber dejado claro a lo largo de estas páginas. El humor es a veces agresión y diversión al mismo tiempo, ambas cuestiones son inseparables en el humor hostil. El humor es una habilidad y capacidad personal o creada y recreada como estrategia, toda vez que puede ser y de hecho lo es, hostil y políticamente del todo incorrecto. En fin, que el humor insulta y enoja a veces, persuade casi siempre y relaja siempre, y esto no hay que olvidarlo. El humor en ocasiones es ingenio mental, alivio fisiológico, y arma psicológica, una visión del mundo, y una posición y actitud ante la vida, a veces solo ocurrencias del “cuarto del humor” en una campaña política, en ocasiones la creación y recreación popular, en su mayoría algo aplaudido si no fuera porque nos manipula y nos envilece, sin desconocer la diversión y risa que proporciona, por lo que hay que poner todos y cada uno de los elementos en la balanza.

Difícil revisar y analizar toda la producción humorística que resultó de la campaña electoral, por su amplitud -aquí se privilegiaron los chistes de los candidatos, los memes de las audiencias sobre los candidatos, las ocurrencias de todo el mundo-, no obstante, lo que queda claro es que abarca todas las teorías, varias funciones, y algunos tipos y lo que sí se ha hecho es

¹⁷ Cuestión esta que empleara Michelle Bachelet en su primera campaña electoral donde llegó a la presidencia de Chile.

pensar y analizar la presencia del humor en la campaña, aunque no sea posible todavía medir su incidencia real. El humor en discursos, medios, redes, calles, espontáneo o fabricado, al fin y al cabo, siempre creado. En general, el humor consciente o indirectamente, buscaba llamar la atención y persuadir con objeto de obtener el voto ciudadano o con la intención que el otro candidato no lo consiguiera. Las teorías o estrategias, si se pueden llamar así, pasaron por la incongruencia y sobre todo la sorpresa, el llamar la atención y hacer pensar. Otro enfoque fue el de alivio o descarga que también apareció siempre, si bien según el contenido producía descarga o elevaba la tensión, pues aunque hiciera sonreír y reír a muchos, lo que parece claro es que a quien era foco del ataque no le liberaba de tensión sino que se la podía agudizar, le hiciera o no reír. Eso también es una manera de persuadir al hacer que la gente se sintiera bien pues había una suerte de liberación de tensión física, mental y emocional, en medio de campañas a veces rutinarias, e incluso tensas por momentos. Eso sí, no cabe duda, lo que ganó fue el humor agresivo, muestra de superioridad y empleado consciente y directamente como un arma, disparando al contrario con intención de eliminarlo, al menos electoralmente hablando.

Esto no quiere ser un juicio, solo una descripción empírica, explicación y comprensión de la realidad, el humor no es positivo ni negativo, el humor es, así como son los instintos animales en la naturaleza, y que conste que esto no tiene intención chistosa ni segundas intenciones -quizá un poco-. Nadie puede juzgar porque todo mundo empleamos lenguaje y humor a veces no tan correcto, en todo caso, quien esté libre de responsabilidad que tire la primera palabra, y es que “humor con humor se paga”.

En fin, que el humor y sus canales y mensajes son productos de las personas y colectivos sociales en un contexto espacio-temporal. Como bien dice Berger (1999) el humor refleja la sociedad que lo crea y de la cual emerge, por lo que es objeto de estudio para conocer cómo estamos como sociedad en un momento determinado, como una fotografía o los signos vitales que se toman con el pulso, la presión o el estetoscopio. No obstante, no solo la reflejan, también la producen, y la reproducen (Bourdieu, 1999), y sería bueno explicarnos y comprendernos (Hobsbawm, 1996; Morin, 1999), porque los cambios reales se hacen no solo a través de la política, sino de la conciencia, y no solo a través de transformaciones sociales, sino de formas de ver y estar en el mundo, habitarlo y habitarlos.

El humor o el buen sentido del humor de un político llama la atención, como algún discurso de Obama o la personalidad de Reagan¹⁸, si nos remitimos al caso de Estados Unidos. Sobre el caso mexicano todavía hay que seguir investigando al respecto, como aquí estamos haciendo.

Hay quien dice (Salazar, 2018) que esta campaña se recordará precisamente por el humor a través de los memes, videos y canciones que se volvieron virales, y que celebraban, o sobre todo ridiculizaban, con humor y burla a los candidatos. Aquí añadimos que quizás sí, los memes fueron ricos en creatividad, y constituyeron, por ejemplo, el debate tras el debate, y el discurso o entrevista tras lo propio -incluso más visto y conocida que la fuente que los inspira-. A veces se podría pensar que algunos gestos o frases de los debatientes estaba más en el camino del meme para ser imitado y exagerado y parodiado por estos, que de una expresión oratoria genuina, o en el sentido de la palabra para seducir y convencer a quien escuchaba y veía. En fin, tal vez a los “cuartos de guerra” en campaña se estén sumando los “cuartos de humor”.

No obstante, no hay que olvidar campañas anteriores que también crearon humor especial-

¹⁸ En una entrevista se le interrogó sobre “¿Cómo un actor ha llegado a presidente?”, a lo que él respondió hábilmente “¿Cómo puede un presidente no ser un buen actor?”.

mente con las declaraciones de candidatas y candidatos, por ejemplo, Josefina Vázquez Mota (2012) o Vicente Fox (2000), solo que en esa ocasión no eran populares los memes o sencillamente o existían, y por lo tanto, la extensión de sus dichos de forma humorística tenía mucho menos vuelo, se quedaba en caricaturas y comentarios periodísticos, y su difusión boca a oído en las calles.

Para ir finalizando decir que este artículo se titula, no por casualidad “El humor en las elecciones o las elecciones del humor”, el primer sentido queda más que claro y justificado a lo largo de este texto. En cuanto al segundo, se desea subrayar la importancia del tipo de humor, función y teoría que los candidatos emplearon y la gente difundió, pues el humor es un arma, como ya se ha dejado claro, pero un arma de dos filos, el humor benigno que divierte y destensa, y el humor agresivo que divierte, destensa y agrede. ¿Qué humor prevaleció en la contienda? Eso le toca juzgar a quien lee, pues la pregunta queda en el viento con la intención que de forma activa el interlocutor/a de este texto más que receptor/a pasiva/o responda o se responda; si bien a estas alturas de la lectura parece más que clara la respuesta, o incluso ya contestada en la mente de cada quien.

Alguien preguntó por ahí “¿ya se acabaron los debates ahora de qué van a ser los memes?” y poco tiempo después llegó la respuesta “con el encuentro de Peña Nieto y López Obrador”, como se observa en el “Instituto del Meme Electoral” (2018), aunque ahora es ya postelectoral. Eso sí, en los primeros días de julio hubo el meme de la despedida presidencial de Enrique Peña Nieto: “Fue un honor haber servido a los memes de México”, pues se le ha considerado el “rey del meme”.

Finalmente, Julio Cortázar dijo alguna vez que “la risa había cavado más túneles útiles que todas las lágrimas de la tierra” y Oscar Wilde entre sus famosas frases tiene la que dice “La vida es demasiado importante como para tomársela en serio”, quizás de todo ello estén tomando nota los candidatos y los políticos, tal vez si tuvieron en serio la importancia del humor para la competencia electoral como se ha visto en este artículo, ahora hay que ver qué tanto humor y en serio se toman el ejercicio del poder, “humor y paz”.

Bibliografía.

ALEMANY, C; CABESTRERO, R. (2008). “Humor, psicología y psicoterapia: estudios e investigaciones”, en: RODRÍGUEZ, Á. (Ed.) **El valor terapéutico del humor**. Bilbao: Desclée De Brouwer.

ATISTOTELES (1946). **Poética** http://www.ugr.es/~encinas/Docencia/Aristoteles_Poetica.pdf. Consultado el 13/03/2018.

-(1931). **Retórica**. Disponible en <http://bivaldi.gva.es/es/corpus/unidad.cmd?idCorpus=1&idUnidad=11438>. Consultado el 14/04/2018.

ATILIANO, J. (2018). “La estrategia de Andrés Manuel fue el humor y le funcionó”, 21 mayo . Consultado el 15/5/2018.

BAJTIN, M. (1995). **La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento**. El

contexto de Francois Rabelais. Madrid: Alianza Universidad.

BAUDELAIRE, Ch. (1989). **Lo cómico y la caricatura.** Madrid: Visor.

BEAUREGARD, L. P. (2018). "Risas y palomitas para la tragicomedia mexicana" **El País**, 23 abril, Disponible en https://elpais.com/internacional/2018/04/23/mexico/1524463088_915503.html. Consultado el 25/05/2018.

BERGER, P. (1999). **La risa redentora. La dimensión cómica de la experiencia humana.** Barcelona: Kairós.

BERGSON, H. (2008). **La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico.** Madrid: Alianza Editorial.

BOURDIEU, P. (1999). **La dominación masculina.** Barcelona: Anagrama.

BUTLER, J. (2004). **Lenguaje, poder e identidad.** Madrid: Síntesis.

COLÍN Rodea, M. (2007). "El insulto: un fenómeno pragmático de base semiótica", **Lingüística mexicana**, Volumen 4, Nro. 1, 51-72.

COSTAS, E. (2018). **"El humor en el discurso político"** *Jot Down* . Consultado 23/03/2018.

COPPEL, E. (2018). "La parodia de un "spot" de Meade abre un debate entre el humor y la desinformación", **El País**, 25 enero, disponible en https://verne.elpais.com/verne/2018/01/24/mexico/1516817349_217313.html. Consultado 03/07/2018.

CRESPO, J. A. (2018). "Voto del odio vs. Voto del miedo", **El Universal**, 19 febrero, México, 10.

DARWIN, Ch. (1974). **La expresión de las emociones en hombres y animales.** Valencia: F. Sempere y Ca Editores.

DESCARTES, P. (2003). Las pasiones del alma. **Biblioteca virtual**, disponible en losdependientes.com.ar. Consultado 28/07/2018.

FERNÁNDEZ SOLÍS, J. D. (2008). "Pedagogía del humor" en: **RODRÍGUEZ, Á.** (Ed.) *El valor terapéutico del humor.* Bilbao: Desclée De Brouwer.

FERNÁNDEZ PONCELA, A. M. (2011). "Antropología de las emociones y teoría de los sentimientos", **Versión Media**, Nro. 26, 1-24, disponible en http://bidi.xoc.uam.mx/tabla_contenido_fasciculo.php?id_fasciculo=552. Consultado 25/08/2018.-(2016). *Humor en el aula.* México: Trillas.

FREUD, S. (2007). "El humor", en: **Obras completas.** Vol. XXI. Buenos Aires, Amorrortu.

-(2008). *El chiste y su relación con lo inconsciente*. Madrid: Alianza editorial.

FRY, W. F. (1993). "Medical perspectives on humor", en: **Humor & Health Letter**, 2(1), 1-4.

HEGEL, G.W.F. (1990). *La filosofía del arte o estética*. Madrid: **ABADA/UAM**, disponible en <https://es.scribd.com/document/355553748/Hegel-G-W-F-Filosofia-del-Arte-o-Estetica-verano-de-1826-pdf>. Consultado 19/08/2018.

HERNÁNDEZ Muñoz, S. (2012). "Especies de humor", Monográfica.org **Revista Temática de Diseño**, Nro. 3, disponible en <http://www.monografica.org/03/Art%C3%ADculo/4722>. Consultado 19/08/2018.

HOBBS, Th. (1983). **Leviatán**. Madrid, Editora Nacional.

HOBBS, E. (1996). **Historia del siglo XX**. México: FCE.

HUIZINGA, J. (2000). **Homo ludens**. Madrid: Alianza Editorial.

KANT, E. (2003). **Crítica del juicio**. Buenos Aires: Biblioteca Virtual Universal. Disponible en <http://www.biblioteca.org.ar/libros/89687.pdf>. Consultado 25/07/2018.

LOCKE, J. (1985). **Ensayo sobre el entendimiento humano**. Madrid: Alianza Editorial.

LOAEZA, G. (2018). "El Privilegio de Chafear", Reforma, 15 marzo, disponible en <https://www.reforma.com/aplicacioneslibre/preacceso/articulo/default.aspx?id=131061&po=3&urlredirect=https://www.reforma.com/aplicaciones/editoriales/editorial.aspx?id=131061&po=3>. Consultado 25/11/2018.

LLERA, J. A. (2003). "Una aproximación interdisciplinar al concepto de humor", **Signa Revista de la Asociación Española de Retórica**, Nro.12, 613-618.

MARTÍNEZ LARA, A. (2009). "Los insultos y palabras tabúes en las interacciones juveniles. Un estudio sociopragmático funcional", **Boletín Lingüístico**, Nro. 31, 59-85

MALO, P.; MEDRANO, J.; URIARTE, J. J. (2012). "Teorías evolucionistas sobre el humor y la risa", **Evolución y Neurociencias**, Nro. 10, 9-18. Disponible en <https://evolucionyneurociencias.blogspot.com/2012/10/teorias-evolucionistas-sobre-el-humor-y.html>. Consultado 24/08/2018.

MARTÍN, R. A. (2008). **Psicología del humor: un enfoque integrador**. Madrid: Orión.

MORIN, E. (1999). **El método. El conocimiento del conocimiento**. Madrid: Cátedra.

NIETZSCHE, F. (2007). **Estética y teoría de las artes**. Madrid: Tecnos.

PLATÓN (1992). **Filebo. Diálogos**. Madrid: Gredos. Disponible en <https://es.scribd.com/document/358301835/PLATON-Dialogos-VI-Filebo-Timeo-Critias-Gredos-Madrid-1992-pdf>. Consultado 25/06/2018.-(1988). **La República**. Diálogos. Madrid: Gredos. Disponible en <https://licenciaturaenlenguayliteratura.files.wordpress.com/2011/08/platon-dialogos-iv-republica-gredos.pdf> . Consultado 25/05/2018.

PETERSEN Farah, D. (2018). “**Los humores de López Obrador**”, Sin Embargo, 19 de enero, disponible en <http://www.sinembargo.mx/19-01-2018/3375415>. Consultado 25/07/2018.

REICHER, S. (1996). “The Battle of Westminster”: Developing the social identity model of crowd behavior in order to explain the initiation and development of collective conflict”, **European Journal of Social Psychology**, Nor. 26, United Kingdom.

SALAZAR, A. (2018). “Violencia y elecciones: en 9 meses, 101 políticos y candidatos fueron asesinados en México”, **AnimalPolítico**, 29 de junio, disponible en . Consultado 28/12/2018.

SALAZAR, C. (2018). “El humor como arma electoral”, **Reporte Índigo**, disponible en <https://www.reporteindigo.com/reporte/humor-arma-electoral-marketing-politico-redes-sociales-jovenes-elecciones/> Consultado 21/12/2018.

SARTORI, G. (2004). Homo videns. **La sociedad teledirigida**. Madrid: Taurus.

SCHMIDT, S. (2008). En la mira. **El chiste político en México**. México,: Taurus.

SENNET, R. (2006). La cultura del nuevo capitalismo. Barcelona: Anagrama.

SHOPENHAUER, A. (2012). **El mundo como voluntad y representación**. Disponible en <http://darienbrito.files.wordpress.com/2012/05/el-mundo-como-voluntad-y-representacion3b3n.pdf> Consultado 27/07/2018.

SPENCER, H. (2011). **The Physiology of Laughter**. <https://www.everywritersresource.com/on-the-physiology-of-laughter-by-herbert-spencer/>

TAJFEL, H. (1984). **Grupos humanos y categorías sociales**. Barcelona: Herder.

VIGARA Tauste, A. M. (1994). **El chiste y la comunicación lúdica: lenguaje y praxis**. Madrid: Ediciones libertarias.

ZIY A, G. (1990). “**The disinhibiting effects of humor: aggressive and affective responses**”, *Humor*, Nro. 3, 247–258.

Otras fuentes:

ADNPOLITICO (2018) “**Televisa presume el rating de “El Privilegio de Mandar”**”, *adnpolítico*, 30 de enero, disponible en <https://adnpolitico.com/politica/2018/01/30/televi->

sa-presume-el-rating-de-el-privilegio-de-mandar. Consultado el 12/06/2018.

CENTRO Político (2013). **“El humor como herramienta de la política”**. Consultado el 25/08/2018.

CONSULTA Mitofsky (2016). **“Presencia del “humor” político”**, Encuesta Nacional de viviendas, disponible en <http://consulta.mx/index.php/estudios-e-investigaciones/mexico-opina?start=18>. Consultado el 25/07/2018.

EFE (2018). **“El “mal humor colectivo” se impondrá en las elecciones mexicanas, dice analista”** disponible en <https://www.efc.com/efe/america/mexico/el-mal-humor-colectivo-se-impondra-en-elecciones-mexicanas-dice-analista/50000545-3643301>. Consultado 21/12/2018.

INSTITUTO del Meme Electoral (2018). Disponible en . Consultado 28/09/2018.

MILENIO DIGITAL (2017). **“A meses de las elecciones, “El Privilegio de Mandar” regresa”** Milenio, 31 octubre, disponible en <http://www.milenio.com/espectaculos/a-meses-de-las-elecciones-el-privilegio-de-mandar-regresa>. Consultado 19/04/2018.

MÚSICOS CÍNICOS (2018). <https://www.youtube.com/channel/UCwJ1a-8BlJCZqM-mLDLDvhvA>

RAE Academia de la Lengua Española (RAE) (2017). **Diccionario de la Real Academia de la Lengua**, disponible en . Consultado 28/10/2018.