

MOTOR METAFÓRICO, INTERDISCURSIVIDAD Y POLIACROASIS: ANÁLISIS DE UN CHISTE VIRAL EN REDES SOCIALES CHINAS

METAPHORICAL ENGINE, INTERDISCURSIVITY AND POLYACROASIS: ANALYSIS OF A VIRAL JOKE ON CHINESE SOCIAL MEDIA

Cheng Li

Investigador independiente

ABSTRACT

Recently, a viral joke circulated on Chinese social networks, which consists of the simulation of an alleged discussion between two members of the same neighborhood. In this paper, our intention is, through a discourse analysis from the perspective of cultural rhetoric, to identify some relevant trends in the public sphere of China today, in addition to exploring its sociocultural context and impact. We use some key concepts of cultural rhetoric –*metaphorical engine*, *interdiscursivity* and *polyacroasis*– as effective tools to analyze the main strategies used in the discourses examined and to highlight how humor can contribute to foster critical thinking in citizens, with the aim to achieve greater social awareness on issues that affect us all.

Key words: Cultural Rhetoric, discourse analysis, interdiscursive analysis, humor, Chinese society.

RESUMEN

Recientemente en las redes sociales chinas circula un chiste viral que consiste en la simulación de una supuesta discusión entre dos vecinos de una misma urbanización. En este trabajo, nuestra



intención es, a través de un análisis de discurso desde la perspectiva de la Retórica cultural, identificar algunas tendencias relevantes en la esfera pública de la China actual, además de explorar su contexto y repercusión socioculturales. Utilizamos algunos conceptos clave de la Retórica cultural –*motor metafórico*, *interdiscursividad* y *poliacroasis*– como herramientas eficaces para analizar las principales estrategias empleadas en los discursos examinados y poner de relieve cómo el humor puede contribuir a fomentar el pensamiento crítico de los ciudadanos, con la finalidad de alcanzar una mayor concienciación social en temas que nos afectan a todos.

Palabras clave: Retórica cultural, análisis del discurso, análisis interdiscursivo, humor, sociedad china.

Fecha de recepción: 7 de octubre de 2022.

Fecha de aceptación: 4 de noviembre de 2022.

Cómo citar: Li, Cheng (2022): «Motor metafórico, intertextualidad y poliacroasis: análisis de un chiste viral en redes sociales chinas», en *Actio Nova: Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 6: 111-137.

DOI: <https://doi.org/10.15366/actionova2022.6.005>

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace unos tres años, circula en las redes sociales chinas un chiste de difusión viral. A continuación ofrecemos una traducción al español¹:

A y B son vecinos de una misma urbanización que, por la gestión fraudulenta y la incompetencia de la empresa de mantenimiento, siempre ha estado sucia y desordenada.

- 1) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: La de al lado está todavía más sucia. ¿Por qué no echas pestes de ella?
- 2) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: Construye tú una más limpia si eres capaz.
- 3) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: Con el nivel de civismo que tenemos ahora, de momento no nos conviene vivir en una urbanización demasiado limpia.
- 4) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: Antes era peor, ahora está mucho mejor.
- 5) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: ¿Con qué intención y propósito lo dices? Si no existiera esta urbanización, ¿dónde tendrías tu casa?
- 6) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: ¿Cuánto dinero te ha dado la urbanización de al lado para que digas estas tonterías?
- 7) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: Por muy sucia que esté, esta será siempre nuestra urbanización y estoy orgulloso de los edificios altos que hay en ella.
- 8) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: Tienes que ser más paciente con la administración de nuestra urbanización y no debes quejarte a la primera de cambio.
- 9) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: La de al lado también estuvo tan sucia como esta. Ten en cuenta que aún nos encontramos en la fase preliminar de la construcción de nuestra urbanización.
- 10) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: Precisamente por haber demasiados criticones como tú, en muchas otras urbanizaciones se han generado conflictos entre los vecinos, ha bajado su nivel de vida y finalmente se han desintegrado.
- 11) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: En realidad, la de al lado está igual de sucia. En todas partes hay cosas feas. La verdad es que no existe ninguna urbanización limpia en el mundo.
- 12) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: Tenemos una urbanización tan grande, con tantos problemas complicados, que la gestión de mantenimiento no es tan fácil como tú crees.

¹ Debido a la censura, la publicación en línea suele tener mucha volatilidad en China, por lo que es difícil encontrar el texto original. Para el presente artículo, usamos la versión que encontramos en un foro (<https://www.justxa.com/thread-294863-1-1.html>, último acceso: 18/08/2022). Se desconoce el autor de este texto. Existen otras versiones de este mismo chiste, algunos de los cuales incluyen comentarios y partes complementarias de otros autores. La traducción ha sido realizada por el mismo autor de este artículo. El texto en chino se adjunta en el Anexo 1.

- 13) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: No provoques más discusiones. Nuestra urbanización no puede perder el orden. Hay que tener estabilidad. ¡La estabilidad debe prevalecer sobre todo lo demás!
- 14) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: Todo tiene su proceso, ahora no estamos todavía en el momento de dedicarnos a la limpieza.
- 15) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: Discutir sobre esta cuestión no tiene ningún sentido. En lugar de perder el tiempo, sería mejor que cada uno limpiara su casa e hiciera bien su propio trabajo.
- 16) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: ¿Estás indignado por nuestra urbanización? Eres un desagradecido con esta comunidad que tanto te ha dado. ¡Fuera de aquí!
- 17) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: Entiendo que pretendes que cambiemos de empresa de mantenimiento, pero ¿has pensado alguna vez que eso sin duda traerá inestabilidad a la urbanización?
- 18) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: Escuchad todos, ¡cuidado con este tipo! Probablemente es un elemento infiltrado enviado por alguna urbanización enemiga.
- 19) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: Sólo una pequeña parte está sucia, la mayor parte está bien y sería capaz de pasar cualquier prueba.
- 20) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: En el mundo no existe la limpieza absoluta, sino sólo la relativa. Si observas más esas urbanizaciones donde se arman peleas cada dos por tres, estarás más agradecido por la seguridad de la nuestra.
- 21) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: Sin la gestión de la empresa de mantenimiento, ni siquiera podrías vivir en una urbanización sucia. ¡Qué ingrato eres! ¿No sabes agradecer?
- 22) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: ¡Qué sabrás tú, idiota! La empresa de mantenimiento está preparando una gran jugada.
- 23) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: Los expertos han dicho que eso no es nada grave. Aunque haya algún problema, son de esos que se llaman *problemas estructurales*.
- 24) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: Efectivamente está un poco sucia, pero si no podemos cambiarlo, más vale cambiar nuestra actitud para adaptarnos a la realidad.
- 25) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: ¡Propongo que un *troll* como tú se vaya de nuestra urbanización!
- 26) A: ¡Qué sucia está nuestra urbanización!
B: [La intervención del usuario A ha sido bloqueada por la empresa de mantenimiento].

En el presente trabajo, nuestra intención es analizar este texto de humor desde la perspectiva de la Retórica cultural, utilizando algunos de sus conceptos clave, para aproximarnos al contexto social y cultural en que se produce la comicidad de este discurso.

2. RETÓRICA CULTURAL Y TEXTOS DE HUMOR

La Retórica cultural, propuesta por Tomás Albaladejo (2009a; 2011a; 2013; 2016; 2019), se ocupa fundamentalmente de la relación entre la Retórica y la cultura. Desde una perspectiva general, «la Retórica cultural abarca el estudio de la Retórica como construcción cultural y también el estudio de la cultura como componente de la Retórica en su dimensión perlocutiva, [...]» (Albaladejo, 2019: 563). Respecto a los principales objetos de estudio,

Chico Rico (2015: 315-319) reseña los espacios a los que la Retórica Cultural presta mayor atención, en el marco del funcionamiento del discurso y de la comunicación en la sociedad y en la cultura actual: 1) el estudio del lenguaje figurado; 2) la fundamentación cultural de los diferentes lenguajes de una sociedad; 3) la dimensión intersemiótica definida por el discurso retórico; 4) el estudio de las convenciones discursivas, de obras literarias y de otras clases de discursos, y las convenciones culturales; 5) el estudio de la poliacroasis; 6) la imagen cultural que tienen los receptores de los discursos (Gómez Alonso, 2017: 113).

La Retórica no sólo se centra en la producción de los discursos, sino también en el análisis de ellos. «Rhetoric is able to study all discourses, literary works, advertisements, web pages, etc. because of its analytical power, which it has obtained from its role in the production and communication of discourses» (Albaladejo, 2014: 29). En este sentido, la Retórica cultural es una herramienta versátil y eficaz para estudiar todo tipo de discursos –tanto literarios como no literarios– atendiendo a su contexto sociocultural. En el presente trabajo, nos apoyamos en este marco teórico y metodológico para analizar un género especial de discursos: texto de humor.

Un texto de humor pretende provocar risas. Para Henri Bergson, la risa es algo exclusivamente de los seres humanos: «No hay comicidad fuera de lo propiamente *humano*» (Bergson, 2016: 36). El hombre sabe reír y hacer reír, además, «la risa debe responder a ciertas exigencias de la vida en común. La risa debe tener una significación social» (Bergson, 2016: 40). El carácter social hace que el humor tenga una estrecha conexión con la cultura en que se produce y se interpreta, razón por la cual resulta imprescindible conocer correctamente el contexto sociocultural para poder comprender un texto de humor y percibir su fuerza contagiosa.

Si el lenguaje humano presenta un «carácter fundamentalmente retórico» (López Eire, 2002: 72), un texto de humor posee por defecto una alta retoricidad, teniendo en cuenta que el *delectare* es, junto con el *docere* y el *movere*, una de las estrategias persuasivas más conocidas desde Cicerón y Quintiliano (Spang, 2009: 88-92). Destacan las autoras del artículo titulado «Hacia una retórica cultural del humor» que los discursos de humor requieren «una competencia comunicativa añadida, aquella que despierta la risa y hace despertarla» (Fernández Rodríguez y Navarro Romero, 2018: 191). La obtención del efecto de humor necesita chispas del *ingenium* (el talento natural) individual, pero depende sobre todo del *ars* (el artificio), que parte de una conciencia implícita de

la naturaleza artificiosa y colectiva de la comunicación humorística, dado que «[...] este intercambio sólo es posible si se comparten previamente aquellas expectativas conscientes e inconscientes devenidas por unas claves culturales compartidas» (Fernández Rodríguez y Navarro Romero, 2018: 192).

En adelante, realizaremos un análisis sobre el citado chiste viral en redes sociales chinas en torno a tres de los conceptos esenciales de la Retórica cultural: el *motor metafórico*, la *interdiscursividad* y la *poliacroasis*.

3. ANÁLISIS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA RETÓRICA CULTURAL

El chiste que citamos al comienzo reproduce un imaginario espacio público en línea que puede ser un foro de chat en redes sociales chinas en el cual dos vecinos discuten sobre la calidad de gestión de la empresa de mantenimiento, lo cual parece una escena familiar en la vida cotidiana. El comentario del vecino A –la queja sobre la suciedad de la urbanización– establece una especie de *grado cero* que crea una expectativa: se espera una respuesta lógica que aclare la responsabilidad y proponga la solución o, al menos, algún comentario de apoyo. El vecino B, como defensor acérrimo de la empresa de mantenimiento y consciente de la baja defendibilidad del asunto –está claro que la mala gestión de la compañía ha sido causa de esta situación–, adopta una estrategia que consiste en nunca responder frontalmente a la reclamación del vecino A, sino desviar la atención, cuestionar la intención de éste y fomentar un sentimiento colectivo de odio hacia el *whistleblower*. Los más de veinte argumentos sofisticados que rompen reiteradamente la expectativa inicial, permiten que la comicidad surja entre una mezcla de sorpresa, frustración y absurdidad. Una primera lectura limitada al *cotexto* del chiste podría llegar a esta conclusión prematura. No obstante, la verdadera significación de este texto de humor no se revelará hasta que ampliemos nuestra visión hacia el *contexto* sociocultural en que se ha producido.

3.1 MOTOR METAFÓRICO

La metáfora no es sólo un recurso estilístico sino una de las formas básicas en que comprendemos y conceptualizamos el mundo, como señalan los autores de *Metáforas de la vida cotidiana*: «la metáfora [...] impregna la vida cotidiana, no solamente el lenguaje, sino también el pensamiento y la acción. Nuestro sistema conceptual ordinario, en términos del cual pensamos y actuamos, es fundamentalmente de naturaleza metafórica» (Lakoff y Johnson, 2018: 35). Desde la

Retórica cultural, Tomás Albaladejo propone un modelo teórico de la metáfora, teniendo el *motor metafórico* como componente central y dinamizador:

El motor metafórico impulsa y conduce la generación de la metáfora y la sostiene comunicativamente en su instauración textual y en su proyección hacia la instancia receptora, sobre la cual actúa perlocutivamente para que sea identificada como metáfora e interpretada en el proceso de recepción. El motor metafórico inicia la construcción metafórica al ofrecer una relación sémica entre el elemento no expresado y el elemento expresado, haciendo que el productor sea consciente de la equivalencia translaticia entre ambos elementos y del efecto estético e interpretativo de la plasmación en el texto de la metáfora mediante la inclusión en él del elemento expresado en su relación con el elemento ausente (Albaladejo, 2019: 568-569).

El chiste viral que hemos citado constituye en su totalidad una significativa alegoría² que simboliza la realidad social de China, especialmente el espacio público de opiniones. En este caso, el motor metafórico arranca mediante una tácita asociación de ideas que nos remite a una figura ausente pero que parece omnipresente en todo momento: *el Estado*, que en el texto de humor está representado por la supuesta *urbanización*. La identificación de *familia (casa) – Estado (patria)* resulta espontánea en sociedades como China donde el nacionalismo-patriotismo tiene un peso abrumador. Afirma Martin Jacques que

For Westerners, the role of the state is finite, defined, and necessarily constrained. [...] The Chinese attitude is entirely different. They view the state as an organic part of society, as an intimate indeed: the Chinese see the state like a member of the family, as the head of the family in fact. [...] Rather than being seen as an outsider, the state enjoys pride of place in Chinese society. It is not a linguistic accident that another name for the state in Chinese is family-nation. This is the essential background to understanding how the Chinese see the state and its role in Chinese society, both historically and today. (Jacques, 2011: 2).

Pese a cierto esencialismo cultural que trasluce este comentario, la unión psicológica entre *jia* (家, familia, casa) y *guo* (国, Estado, país, patria) suele ser efectivamente una estrategia altamente eficaz al servicio de aquellos que la utilizan como propaganda o como armas arrojadas: si nuestra familia representa un valor sentimentalmente sagrado y no permitimos que la pisoteen otros,

² La alegoría se define como «un “conjunto de elementos figurativos usados con valor translaticio y que guarda paralelismo con un sistema de conceptos o realidades”, lo que permite que haya un sentido aparente o literal que se borra y deja lugar a otro sentido más profundo, que es el único que funciona y que es el alegórico» (Beristáin, 2013: 25). De acuerdo con Tomás Albaladejo, la alegoría pertenece a «la serie metafórica, de la que forman parte la metáfora, el símbolo, la catacrexis, la red metafórica, la alegoría y otros dispositivos de base translacional, como el símil o comparación, que, como es sabido, no es un tropo, sino una figura de pensamiento; los elementos de esta serie se caracterizan por poseer metaforicidad, aunque en distintos grados según el elemento del que se trate» (Albaladejo, 2019: 568).

tampoco podemos tolerar las críticas que ofendan nuestra patria. A partir de esta alegorización, por consiguiente, todos los roles de este chiste adquieren otra identidad diferente: la urbanización = el país (China), la empresa de mantenimiento = el gobierno (que está dominado por el Partido Comunista Chino), el vecino A = ciudadano que critica cierta realidad decepcionante del país, el vecino B = ciudadano *patriótico* que defiende el gobierno con firmeza y sofismas. De esta manera, el chiste cobra un significado completamente distinto, convirtiéndose en una satírica alegoría política. La escena que presenciamos ahora es algo que pasa con frecuencia en redes sociales chinas –WeChat, por ejemplo–: en un grupo de chat formado por colegas o amigos, alguien se queja de algún defecto o injusticia social que implica la responsabilidad de los poderes públicos, enseguida salen otros a discutir, no para analizar o resolver el problema, sino con el ánimo de enturbiar las aguas y recriminar al que advierte sobre el problema. Y cuando no logran convencer con palabras, interviene la censura como una solución contundente y arbitraria en una sociedad de vigilancia, cada vez más controlada por la alta tecnología (McDonnell, 2019; Li, 2020; 2021).

Alegóricamente, el chiste reproduce un ambiente asfixiante en el que el debate público y racional no tiene aliento. En una sociedad democrática y abierta, donde el gobierno está constantemente vigilado por los partidos de oposición, la prensa y el poder judicial independiente, las críticas son el pan nuestro de cada día. Los problemas denunciados por la ciudadanía tienen posibilidad de ser debatidos y solucionados con transparencia y consenso. Y si el gobierno falla gravemente en su gestión, tendrá que enfrentarse al castigo de los votos o la moción de censura. En cambio, el régimen autoritario teme a las críticas, creyendo que cualquier gesto de inconformidad podría ser un desafío a su legitimidad. Y para afianzarse en el poder, una de sus estrategias básicas es dominar el discurso.

Quienes controlan el discurso pueden controlar indirectamente las mentes de la gente. Y puesto que las acciones de las personas están controladas por sus mentes (conocimiento, actitudes, ideologías, normas, valores), el control mental también implica el control indirecto de la acción. Esta acción controlada puede ser a su vez discursiva, de tal modo que el discurso de los poderosos termine por influir, indirectamente, en otros discursos que lleven agua para el molino de quienes están en el poder (van Dijk, 2009: 30-31).

La figura del vecino B, que en la vida real puede ser individual o coral, se presenta como una herramienta perfecta para cumplir esta estrategia. Nos recuerda inmediatamente a algunos

manipuladores de opinión pública más activos en la sociedad china³, quienes, incentivados directa o indirectamente por los poderes gobernantes, no escatiman esfuerzos en fabricar discursos sofisticados, desinformación y teorías de conspiración, justificando la voluntad y las decisiones del régimen y el *establishment* en cualquier caso (Zhang, 2021). Para éstos y sus seguidores, cualquier discrepancia o crítica a los hechos del gobierno o del partido gobernante es interpretada como un ataque malintencionado contra la patria. El truco es confundir deliberadamente el país (o la patria) con el gobierno (o el partido), imponiendo una ecuación mental de «amar la patria = amar el gobierno/partido», y, por tanto, «criticar el gobierno/partido = ser traidor a la patria». Con el patriotismo elevado como principio absoluto y legitimidad para reprimir cualquier voz disonante, se garantiza el triunfo de la pasión ciega ante el pensamiento crítico.

3.2 INTERTEXTUALIDAD

Los discursos no están aislados sino interconectados, formando conjuntamente una *galaxia de discursos* (Albaladejo, 2011b: 25). Explica Albaladejo que

Una de las características de la comunicación humana es la interdiscursividad, es decir, la realidad discursiva en la que distintos discursos concretos, pero también distintos tipos de discursos, se relacionan entre sí en el plano del habla y en el plano de la lengua, o en ambos, e interactúan entre sí, tanto en la realidad comunicativa como en el sistema, sobre la base de su condición discursiva, de su construcción textual, de su representación referencial y de su comunicación. La realidad discursiva no puede entenderse ni explicarse adecuadamente sin la interdiscursividad, sin tener en cuenta la constante relación entre los discursos concretos y entre las diversas clases de discursos (Albaladejo, 2005: 28).

La *interdiscursividad* es uno de los conceptos clave de la Retórica cultural. Al mismo tiempo, el *análisis interdiscursivo* (Albaladejo, 2005; 2007; 2008; 2011a; 2011b) es un instrumento indispensable que nos ayuda a entender las relaciones entre los discursos, entre distintas clases de discursos y entre las disciplinas que se ocupan de la producción, recepción e interpretación y estudio de los discursos en una sociedad y en una cultura concreta (Gómez Alonso, 2017: 111; 2020: 194). Por tanto, para comprender globalmente el significado sociocultural del texto de humor que estamos analizando, sería insuficiente si nos limitáramos a un estudio intrínseco y cerrado. En

³ Algunos de los nombres más famosos son: Hu Xijin (胡锡进), ex editor jefe de *Global Times* (环球时报), un periódico que fomenta el fervor nacionalista chino, y Sima Nan (司马南), Kong Qingdong (孔庆东), Li Yi (李毅), Jin Canrong (金灿荣), etc., pseudo-intelectuales de tendencia nacionalista, xenófoba y ultraizquierdista.

cambio, convendría ensanchar nuestros horizontes para explorar otros discursos existentes en la sociedad china y descubrir sus huellas y ecos en el chiste en cuestión.

Habiendo examinado las respuestas del vecino B, podemos ordenar todas ellas, exceptuando la última, en la siguiente clasificación:

Estrategias discursivas	Respuestas
1. Negar o restar importancia al problema, enfatizando el éxito y el lado positivo.	4), 19), 23)
2. Acusar al reclamante de pretender <i>vivir por encima de las posibilidades existentes</i> .	3), 9), 14)
3. En lugar de exigir responsabilidad al culpable, reprochar a la víctima o aconsejarle resiliencia.	2), 8), 15), 24)
4. Destacar la dificultad de la gestión y la prioridad de mantener la estabilidad por encima de todo.	12), 13), 17), 22)
5. Resaltar el mal ajeno para eludir el problema interno.	1), 10), 11), 20)
6. Exaltar el patriotismo para acusar al reclamante de ingrato y traidor, hasta calificarlo de <i>enemigo infiltrado</i> .	5), 6), 7), 16), 18), 21), 25)

Fuente: elaboración propia.

Cabe explicar que esta es simplemente una clasificación aproximada, ya que varias respuestas podrían encontrarse a caballo de dos o más ítems. Por ejemplo, la respuesta 10) podría ser colocada también en el ítem 3 (reprochar a la víctima) o el 4 (estabilidad por encima de todo). En este caso, hemos decidido atribuirla al ítem 5 (alegrarse del mal ajeno) por su mensaje principal.

Todas estas actitudes y estrategias encuentran resonancias fácilmente en los discursos que abundan en la esfera pública de la China actual, manipulada tanto por los medios oficiales como por los líderes de opinión, blogueros, activistas y seguidores pro-régimen, muchos de los cuales son los llamados *zhanlang*, *wumao* y *xiaofenbong*⁴. Proliferados en redes sociales y *self-medias* como WeChat, Weibo y TikTok, etc., se dedican a envenenar el entorno de comunicación a menudo con tonos radicales de nacionalismo-patriotismo. A continuación, citamos unos ejemplos que corresponden a las estrategias mencionadas. Conscientes de la infinitud de los discursos, sólo elegimos algunos pocos que consideramos más representativos.

⁴ *Zhanlang* (战狼, *lobo guerrero*) son aquellas personas de tendencia ultranacionalista, con actitudes y comportamientos asertivos y amenazantes. El nombre viene de una película homónima. Recientemente muchos diplomáticos chinos practican la *diplomacia del lobo guerrero*, fenómeno que ha llamado la atención en las relaciones internacionales (Zhu, 2020). *Wumao* (五毛, literalmente *cincuenta céntimos*) son comentaristas contratados por los aparatos de la censura china para publicar mensajes favorables al régimen en foros de internet y redes sociales con el objetivo de crear un falso clima de opinión pública. Hay algunas denuncias de que se les pagan cincuenta céntimos por cada mensaje publicado (Farrell, 2016). *Xiaofenbong* (小粉红, *little pink*) al principio se refería a determinados colectivos femeninos en algunos foros de internet, actualmente es una etiqueta de los jóvenes radicales del *cibernacionalismo* chino (Fang y Repnikova, 2017).

3.2.1 Estrategia 1: negar o restar importancia al problema, enfatizando el éxito y el lado positivo.

Ejemplo: el 1 junio de 2016, en una rueda de prensa celebrada en Canadá, cuando una periodista local hizo una pregunta sobre cuestiones de derechos humanos en China a Stéphane Dion, ministro canadiense de relaciones exteriores, su homólogo chino Wang Yi se adelantó a contestar lo siguiente:

[...] ¿Conoces China? ¿Has estado en China? ¿Sabes que China ha venido de un estado pobre y atrasado y ha sacado a más de 600 millones de personas de la pobreza? ¿Sabes que China es ahora la segunda economía más grande del mundo con una renta per cápita de ocho mil dólares? Si no fuéramos capaces de proteger bien los derechos humanos, ¿habría alcanzado China un desarrollo tan grande? ¿Sabes que China ha incluido la protección de los derechos humanos en su Constitución? [...] (Buckley, 2016)⁵

Comentario: es una estrategia habitual que la propaganda china utiliza para eludir problemas sociales del país, justificándose con el desarrollo económico. Cabe preguntar si el éxito económico realmente puede ocultar el atraso en otros aspectos. Además, al hablar de la reducción de la pobreza, ¿quiénes causaron la extrema pobreza que sufrió el pueblo chino en décadas anteriores, con una devastadora hambruna que cobró millones de vidas? (Dikötter, 2017).

3.2.2 Estrategia 2: Acusar al reclamante de pretender *vivir por encima de las posibilidades existentes*.

Ejemplo: en 2013, cuando un funcionario del Centro Nacional de Evaluación de Riesgo para la Seguridad Alimentaria (国家食品安全风险评估中心) explicó los criterios que se adoptaron para establecer las normas chinas de seguridad alimentaria, dijo lo siguiente:

[...] Teniendo en cuenta que somos todavía un país en vías de desarrollo, tenemos que establecer nuestros propios estándares de acuerdo con las condiciones de nuestro país

⁵ El texto original en chino es: [...] 你了解中国吗？你去过中国吗？你知道中国从一个一穷二白的面貌把六亿以上的人摆脱了贫困吗？你知道中国现在是人均 8000 美元的一个世界第二大经济体吗？如果我们不能很好地保护人权的话，中国能取得这么大的发展吗？你知道中国已经把保护人权列入到我们的宪法当中了吗？ [...] (Buckley, 2016). La traducción es del autor de este artículo.

[...]. Por poner un ejemplo simple, si usamos los estándares de la Unión Europea para evaluar la calidad del aire en Pekín, ningún día podríamos cumplirlos (SCIO, 2013)⁶.

Comentario: cuando se trata de obligaciones y responsabilidades que tienen que asumir, las autoridades chinas se escudan en el refugio de ser *un país en vías de desarrollo* y dejan de ostentar su éxito económico. El mensaje subliminal es que la gente tiene que conformarse con las condiciones precarias y no aspirar a *vivir por encima de las posibilidades existentes*.

3.2.3 Estrategia 3: en lugar de exigir responsabilidad al culpable, reprochar a la víctima o aconsejarle resiliencia.

Ejemplo: un texto ampliamente difundido en internet de China, de estilo *Sopa de pollo para el alma*⁷:

Si crees que tu patria no es buena, debes construirla. Si piensas que el gobierno no es bueno, debes aprobar la oposición para convertirte en funcionario. Si te parece que el pueblo carece de civismo, empieza por ti para ser un ciudadano plenamente cívico. Si sientes que tus compatriotas son ignorantes, comienza a aprender y a cambiar a las personas que te rodean, en lugar de maldecir, quejarte y huir (Anónimo, 2019)⁸.

Comentario: un típico discurso de autoayuda para fomentar el llamado *pensamiento positivo* o la resiliencia del ciudadano descontento, coartada que las autoridades utilizan para eludir su propia responsabilidad.

3.2.4 Estrategia 4: destacar la dificultad de la gestión y la prioridad de mantener la estabilidad por encima de todo.

⁶ El texto original en chino es: [...] 我们还是发展中国家，还要按照自己的国情来制定我们自己的标准 [...]。举一个简单的例子，如果大家都拿欧盟的标准来要求北京空气质量的话，那天天都不合格 (SCIO, 2013). La traducción es del autor de este artículo.

⁷ *Sopa de pollo para el alma* (*Chicken soup for the soul*) es un famoso libro de autoayuda escrito por Jack Canfield, cuyo mensaje principal es resaltar el poder de lo positivo.

⁸ El texto original en chino es: 如果你觉得你的祖国不好，你就去建设它；如果你觉得政府不好，你就去考公务员去做官；如果你觉得人民没素质，就从你开始做一个高素质的公民；如果你觉得同胞愚昧无知，就从你开始学习并改变身边的人，而不是一味的谩骂，抱怨，逃离 (Anónimo, 2019). La traducción es del autor de este artículo.

Ejemplo: el siguiente extracto de un Libro Blanco publicado en 2019 por el gobierno chino pone de relieve su autoconfirmación y su visión de estabilidad política.

Durante los últimos 70 años, el éxito de China se debe al liderazgo del PCCh. Debido al vasto territorio de China y las complicadas condiciones nacionales, la gobernabilidad de China es especialmente difícil. Sin un liderazgo centralizado, unificado y firme, China se habría encaminado hacia la división y la desintegración y habría causado un caos generalizado más allá de sus propias fronteras. [...] No es fácil para un país encontrar un camino de desarrollo adecuado a sus propias condiciones nacionales. En el pasado reciente, muchos países en desarrollo han trabajado arduamente con la esperanza de volverse prósperos y fuertes, pero pocos han encontrado realmente el camino correcto y logrado un buen desarrollo. Algunos países copiaron ciegamente o se vieron obligados a adoptar el modelo occidental, pero no lograron el desarrollo económico ni la estabilidad política. En cambio, cayeron en el malestar social, la crisis económica, la parálisis del gobierno e incluso una guerra civil interminable (SCIO, 2019)⁹.

Comentario: «Keeping domestic stability is the top issue for the Chinese government. After Tiananmen Square, “Stability Overwhelms Everything” became a national slogan» (He Parkinson, 2021: 34-35). La ex URSS y los países de Europa del Este son ejemplos aleccionadores frecuentemente citados por la propaganda oficial para advertir el peligro de una *revolución de colores* y enfatizar el liderazgo insustituible del Partido Comunista Chino.

3.2.5 Estrategia 5: resaltar el mal ajeno para eludir el problema interno.

Ejemplo: en agosto de 2021, los medios oficiales chinos presentaron un informe titulado «“America Ranked First”?! The Truth about America’s fight against COVID-19» (“美国第一”？

！美国抗疫真相), elaborado por varios *think tanks* chinos. En la conclusión, afirman:

Objective facts have shown that the U.S. is well deserved to be the world’s No. 1 anti-pandemic failure, the world’s No. 1 political blaming country, the world’s No. 1 pandemic spreader country, the world’s No.1 political division country, the world’s No. 1 currency abuse country, the world’s No. 1 pandemic period turmoil country, the

⁹ El texto original en chino es: 70年来，中国发展之所以成功，最根本在于中国共产党的领导。中国体量巨大、国情复杂，治理难度世所罕见，没有集中统一、坚强有力的领导力量，中国将走向分裂和解体，给世界带来灾难。[...] 一个国家找到适合本国国情的发展道路并不容易。近代以来，许多发展中国家艰辛探索，希望实现国富民强，但真正找到适合自身的道路、实现良好发展的并不多。一些国家盲目照搬或被迫引入西方模式，不仅没有实现经济发展、政治稳定，反而陷入社会动乱、经济危机、治理瘫痪，甚至发生无休止的内战 (SCIO, 2019). La traducción es del autor de este artículo.

world's No. 1 disinformation country, and the world's No. 1 origin tracing terrorism country... [...] (VV. AA., 2021: 68)¹⁰.

Comentario: desde el comienzo de la pandemia hasta la fecha, la implacable política de cuarentena, las interminables pruebas de PCR y el férreo control de movilidad por códigos digitales de vigilancia han causado enormes daños a la economía y la vida social en China (Yuan, 2022). Para aliviar el dolor de las víctimas, el mal ajeno sirve como un placebo de alta eficacia.

3.2.6 Estrategia 6: exaltar el patriotismo para acusar al reclamante de ingrato y traidor, hasta calificarlo de *enemigo infiltrado*.

Ejemplo: en 2020, durante la cuarentena decretada en Wuhan, la escritora Fang Fang publicó al diario un texto en Sina Weibo (una plataforma de blogs), con millones de lectores. Sus escritos constituyen un valioso testimonio del primer estallido de la pandemia. Posteriormente cuando estos textos iban a ser publicados en otros idiomas en forma de un libro titulado *Diario de Wuhan* (Fang, 2020), la autora recibió una lluvia de ataques verbales, insultos y amenazas por numerosos nacionalistas fanáticos. La acusaron de *vender victimismo* y *entregar armas a los enemigos extranjeros*. Esta violencia en línea fue tolerada, por no decir fomentada, por las autoridades. En cambio, la voz de Fang Fang y sus seguidores fue a menudo silenciada por la censura (Wang y Tsoi, 2021). A continuación, se cita una noticia publicada por *Global Times*, un tabloide sensacionalista que fomenta el ultranacionalismo chino.

Chinese novelist Fang Fang, who biasedly recorded the daily lives of local residents during Wuhan's lockdown based on rumors and innuendo, was found removed from the latest members list of the 10th National Congress of the Chinese Writers Association (CWA). [...] Fang attracted public resentment after announcing that her biased 60-episode diary will be published overseas, which is regarded as «handing a sword» to Western anti-China forces just for her own fame, especially when much of the plot was regarded as fabricated and exaggerated (*Global Times*, 2021)¹¹.

Comentario: en la edición en castellano de *Diario de Wuhan*, Antonio Muñoz Molina, quien escribió el prólogo, afirma: «En un régimen en el que todo el mundo obedece y en el que la única

¹⁰ El texto original en chino es: 客观事实已表明，过去的一年半，美国是当之无愧的全球第一抗疫失败国、全球第一政治甩锅国、全球第一疫情扩散国、全球第一政治撕裂国、全球第一货币滥发国、全球第一疫期动荡国、全球第一虚假信息国、全球第一溯源恐怖主义国.....[...] (VV.AA., 2021: 50). El texto en inglés se ha citado directamente de la versión en inglés de este informe.

¹¹ El texto citado es un extracto de la edición en inglés de *Global Times*.

realidad aceptable es la que dictan los medios oficiales, la labor del testigo es peligrosa y heroica» (Muñoz Molina, 2020: 10-11).

3.2.7 Resumen.

Este breve análisis interdiscursivo nos ha permitido conocer, aunque sólo en una dimensión extremadamente limitada, las posibles interconexiones entre los discursos que hemos recopilado y los argumentos del vecino B en el chiste viral. Algunos de estos discursos y otros similares podrían haber intervenido, directa o indirectamente, en la *inventio* del proceso de creación del texto de humor, sirviendo de acervo discursivo o fuente de inspiración¹². Por otro lado, un discurso genera nuevos discursos a su alrededor. Este texto de humor, a su vez, ha dado lugar a otros artículos populares, uno de los cuales adopta la forma de un análisis paródico, que compara la lógica formal y la *lógica particular*, término inventado por el autor que insinúa el discurso de *la particularidad de China* (Wangchao Mantan, 2020).

3.3 POLIACROASIS

La *poliacroasis*, concepto propuesto y desarrollado por Tomás Albaladejo (1998, 2001, 2009a, 2014), destaca «la multiplicidad de la audición y, por tanto, de la interpretación del discurso» (Albaladejo, 2001: 15). Gracias a los avances de la tecnología de comunicación, el auditorio se ha venido ampliando y diversificando. En la era de la internet móvil, las plataformas digitales permiten comunicaciones instantáneas con millones de usuarios, lo cual supone una extremada diversidad de recepción e interpretación de un mismo discurso, que cada uno «lo interpreta desde sus propias convicciones y posiciones ideológicas, políticas, sociales, psicológicas, éticas y estéticas» (Albaladejo, 2009a: 3). Ante esta complejidad, es menester la *cenestesia comunicativa*,

[...] que es la conciencia que el orador –aunque puede ser extendida a todo productor de discurso– tiene del alcance de su discurso, del espacio que éste crea, del espacio comunicativo hacia el que el discurso se proyecta, de los oyentes en quienes puede influir, a quiénes puede agradar y a quiénes molestar (Albaladejo, 2005: 29).

¹² Aunque cronológicamente algunos discursos citados han salido con posterioridad al chiste, forman parte de un conjunto inmenso de discursos e ideas que desde hace tiempo han venido siendo un caldo de cultivo para la intoxicación del ambiente social y discursivo que ha dado origen al texto de humor analizado en este trabajo.

En este sentido, un buen orador o productor de discurso debe ser capaz de vislumbrar estratégicamente quiénes serán sus destinatarios primarios y quiénes los secundarios, así como los efectos que se generarán en ellos: «The analysis of discourse carried out by means of rhetoric also allows us to distinguish between receivers whose persuasion is the goal of discourse and receivers who are taken into account as possible targets» (Albaladejo, 2014: 38). El concepto de la poliacroasis no sólo es útil para discursos oratorios, sino también para todo tipo de discursos en general, incluyendo textos literarios (Amezcuá, 2021: 41) y no literarios, blogs, memes, etc.

Analizando desde la poliacroasis, podemos deducir que el texto de humor en cuestión contempla los siguientes perfiles como destinatarios principales:

1) Lectores con perfil similar al vecino A. Estos receptores son, en la vida real, los que salen a señalar o criticar los errores y reciben sistemáticamente ataques de los *trolls* e incluso el puño férreo de la censura. El autor del chiste se pone empáticamente en su lugar –en gran medida se identifica con ellos–, recreando una situación cómicamente desesperante para solidarizarse con la víctima atrapada en apuro y soledad. En este caso, el discurso del chiste pretende dar un respaldo moral a los *quijotes* cotidianos y quizás pueda servir como una especie de catarsis emocional a través de la exposición al trauma en el tratamiento psicoterapéutico (Marugán Kraus, 2016: 348-353).

2) Lectores con perfil similar al vecino B y sus adeptos declarados. Estas personas se sentirían aludidos e incómodos al leer este chiste, que mimetiza paródicamente sus propios argumentos y tonos y pone en escena su astucia y elocuencia empleadas para fines maquiavélicos. Obviamente, este texto de humor funciona como un espejo fiel que refleja vívidamente la desfachatez y ridiculez de los manipuladores. Algunos de ellos, los que todavía guardan cierto sentido de vergüenza, no podrían quedarse con la conciencia tranquila, ya que esta *escenificación del crimen*, por su cruda verosimilitud, causaría desasosiego en los presuntos implicados, tal como en *Hamlet* la representación de *la muerte de Gonzaga* asombró a Claudio, el rey usurpador (Shakespeare, 2003: 170-176).

3) *La mayoría silenciosa*. El silencio no significa la ausencia, sino un amplio abanico de actitudes: adhesión tácita, vacilación, resignación, indignación contenida, entre otras. Señala Kurt Spang que sin el clima de libertad de conciencia y de libre expresión, no hay retórica dialógica (Spang, 2009:15) y

El diálogo en sus múltiples realizaciones es garante del intercambio de opiniones, argumentos y proyectos y de este modo también del progreso de las sociedades y de la cultura. Sin retórica auténtica no hay verdadera cultura. Ello significa también que para que el receptor, el ciudadano en general, pueda dialogar debe disponer de los

conocimientos y la preparación suficientes como para aceptar y llevar este diálogo (Spang: 2009: 31).

En lugar de fomentar el diálogo y la polifonía, el régimen autoritario prefiere el pensamiento único y las voces aduladoras. En estas circunstancias, el humor, con su fuerza corrosiva, se da licencia para romper los tabúes. El chiste de la urbanización sucia simula una escena cotidiana que nos podría tocar a cualquiera, la transforma en una situación extremadamente absurda, con la intención de ridiculizar y socavar el discurso dominante a través de una forma lúdica –irrechazable para el *homo ludens* (Huizinga, 2016: 9)– y punzante. De esta manera, el chiste inyecta una dosis de vacuna de lucidez a la mayoría silenciosa, protegiéndola del virus mental del fanatismo e intolerancia.

Y en un segundo plano, otros posibles destinatarios del chiste son la empresa de mantenimiento y el censor, que en realidad pertenecen conjuntamente al mismo colectivo que monopoliza el poder. Consciente de su presencia ubicua, el autor del texto de humor tuvo que recurrir a una forma alegórica para esquivar la cibercensura china (McDonell, 2019; Freedom House, 2022), que actúa con eficacia y arbitrariedad ante cualquier intento sospechoso: primero, los contenidos con temas y palabras sensibles son filtrados y bloqueados automáticamente; el paso siguiente es cerrar las cuentas de los usuarios particulares y los foros de chat detectados; y para los casos más graves, la intervención física de las fuerzas de seguridad pública. Sin embargo, la alegoría no sólo es una medida de autoprotección, sino también un acto de rebeldía inteligente y civilizado, con una sonrisa irónica ante una realidad abominable.

Por otro lado, aunque este texto de humor refleja principalmente la realidad social y discursiva de China, también tiene una considerable aptitud para otros regímenes similares, incluso para las sociedades democráticas, donde igualmente podemos encontrar buena parte de los discursos y actitudes que hemos analizado (Mchangama, 2022). En este sentido, la Retórica no puede renunciar a su ética y responsabilidad social, como señala Tomás Albaladejo:

La retórica funcionará plenamente como retórica en sociedad si, además de ocuparse de la producción de discursos ante los auditorios, también se constituye como instrumento comunicativo que contribuya a que la sociedad sea más justa (Albaladejo, 2009b: 50).

4. CONCLUSIÓN

En este artículo, hemos analizado, desde varios conceptos esenciales de la Retórica cultural, un texto de humor de difusión viral en redes sociales chinas, enfocando nuestra atención especialmente en la relación entre el discurso y la sociedad. El concepto del motor metafórico nos permite revelar la significación social y político de este texto de humor elaborado en forma de alegoría. A través del análisis interdiscursivo, podemos entender con mayor claridad el entorno sociocultural y discursivo en el que se ha generado el discurso del chiste viral, así como las interconexiones de las distintas estrategias discursivas. Y, partiendo del concepto de la poliacroasis, llegamos a descubrir los principales destinatarios del texto de humor y los efectos que el autor pretende provocar en cada uno de estos colectivos, con el humor como una potente *arma de liberación masiva*.

ANEXO 1:

Texto original del chiste en chino:

A 和 B 住在同一个小区。由于物业公司腐败无能、管理不到位，导致这个小区一直脏乱不堪……

- 1) A：这小区真脏。
B：隔壁小区更脏，你咋不说呢？
- 2) A：这小区真脏。
B：有本事你建个干净小区啊。
- 3) A：这小区真脏。
B：以我们目前的文化素质，现阶段还不太适合住很干净的小区。
- 4) A：这小区真脏。
B：以前更脏，现在已经不错了。
- 5) A：这小区真脏。
B：你这么说是什居心？什么目的？没有小区，哪有你家？
- 6) A：这小区真脏。
B：隔壁的小区给了你多少钱，让你在这里满嘴乱喷？
- 7) A：这小区真脏。
B：再脏也是自己的小区，我为小区里的高楼而感到骄傲和自豪。
- 8) A：这小区真脏。
B：要对咱们小区管理有耐心，别动不动就抱怨。
- 9) A：这小区真脏。
B：隔壁小区也这样脏过，我们现在还处在小区建设的初级阶段。
- 10) A：这小区真脏。
B：很多小区都是因为你这样乱指责的人多了，才导致成员冲突、生活水平下降、而最终解体的。
- 11) A：这小区真脏。
B：其实，隔壁小区也一样，天下乌鸦一般黑，世上根本就没有干净的小区。
- 12) A：这小区真脏。
B：我们这么大的一个小区，问题太复杂，管理没有你想得那么容易。
- 13) A：这小区真脏。
B：不要再吵了，这个小区不能乱，要稳定！稳定压倒一切！
- 14) A：这小区真脏。

- B: 凡事都有个过程, 现在还不是搞干净的时候。
- 15) A: 这小区真脏。
B: 讨论这个问题没有意义, 有时间, 把自己家打扫干净就行了, 多去做好自己的本职工作吧!
- 16) A: 这小区真脏。
B: 你是不是对咱们小区不满? 咱们小区白养活你了, 滚!
- 17) A: 这小区真脏。
B: 我知道, 你是想换一个物业公司; 但你想过没有, 这必定会让小区动荡不安。
- 18) A: 这小区真脏。
B: 大家小心, 此人估计是别的小区安插进来的敌对势力。
- 19) A: 这小区真脏。
B: 脏的地方是少数, 大多数地方还是好的, 是经得起考验的!
- 20) A: 这小区真脏。
B: 世上没有绝对的干净, 只有相对的干净。你要多看看那些经常有打架斗殴的小区, 才能感恩我们小区目前多么安全。
- 21) A: 这小区真脏。
B: 没有物业公司管理, 你连脏小区都住不上, 你还有没有良心! 懂不懂感恩?!
- 22) A: 这小区真脏。
B: 你懂个屁, 其实物业公司在下一盘大棋。
- 23) A: 这小区真脏。
B: 专家说了, 这问题不大。即使出现一点问题, 也是结构性问题。
- 24) A: 这小区真脏。
B: 脏是脏了点, 但改变不了脏, 那就改变自己的心态去适应它。
- 25) A: 这小区真脏。
B: 我建议你这样的喷子搬出咱们小区!
- 26) A: 这小区真脏。
B: 【该用户发言已被物业管理公司屏蔽】

BIBLIOGRAFÍA

- Albaladejo, Tomás (1998): «Polyacroasis in Rhetorical Discourse», en *The Canadian Journal of Rhetorical Studies / La Revue Canadienne d'Études Rhétoriques*, 9: 155-167.
- Albaladejo, Tomás (2001): «Retórica, tecnología, receptores», en *Logo. Revista de Retórica y Teoría de la Comunicación*, 1: 9-18.
- Albaladejo, Tomás (2005): «Retórica, comunicación, interdiscursividad», en *Revista de investigación lingüística*, 8: 7-33.
- Albaladejo, Tomás (2007): «Semiótica, traducción literaria y análisis interdiscursivo», en Garrido Gallardo, Miguel Ángel; Emilio Frechilla Díaz (eds.) (2007): *Teoría/Crítica. Homenaje a la Profesora Carmen Bobes Naves*, Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas: 61-75.
- Albaladejo, Tomás (2008): «Poética, literatura comparada y análisis interdiscursivo», en *Acta Poetica*, 29(2): 245-275.
- Albaladejo, Tomás (2009a): «La poliacroasis en la representación literaria: un componente de la Retórica cultural», en *Castilla. Estudios de Literatura*, 0: 1-26. DOI: <https://doi.org/10.24197/cel.0.2009.1-26> (último acceso: 18/08/2022).
- Albaladejo, Tomás (2009b): «Retórica de la comunicación y retórica en sociedad», en Beristáin, Helena; Gerardo Ramírez Vidal (comps.) (2009): *Crisis de la historia, condena de la política y desafíos sociales*, México, Universidad Nacional Autónoma de México: 39-58.
- Albaladejo, Tomás (2011a): «Los discursos del conflicto y los conflictos del discurso. Análisis interdiscursivo y Retórica cultural», en Macedo, Ana Gabriela; Carlos Mendes de Sousa; Vítor Moura (orgs.) (2011): *Vozes, Discursos e Identidades em Conflito*, Braga, Húmus - Centro de Estudos Humanísticos, Universidade do Minho: 41-60.
- Albaladejo, Tomás (2011b): «Accesibilidad y recepción en el discurso digital. La galaxia de discursos desde el análisis interdiscursivo», en Vilches, Fernando (ed.) (2011): *Un nuevo léxico en la red*, Madrid, Dykinson: 15-28.
- Albaladejo, Tomás (2013): «Retórica cultural, lenguaje retórico y lenguaje literario», en *Tonos Digital. Revista de Estudios Filológicos*, 25: 1-21.
- Albaladejo, Tomás (2014): «Rhetoric and Discourse Analysis», en Olza, Inés; Óscar Loureda; Manuel Casado (eds.) (2014): *Language Use in the Public Sphere. Methodological Perspectives and Empirical Applications*, Frankfurt am Main, Peter Lang (Series Linguistic Insights): 19-51.

- Albaladejo, Tomás (2016): «Cultural Rhetoric. Foundations and perspectives», en *Res Rhetorica*, 1: 17-29. <https://resrhetorica.com/index.php/RR/article/view/2016-1-2/69> (último acceso: 18/08/2022).
- Albaladejo, Tomás (2019): «El motor metafórico y la fundamentación retórico-cultural de su activación», en *Castilla. Estudios de Literatura*, 10: 559-583. DOI: <https://doi.org/10.24197/cel.10.2019.559-583> (último acceso: 18/08/2022).
- Amezcuá, David (2021): «Multidirectional Memory, Polyacroasis and (Un)translatibility in Antonio Muñoz Molina's *Sefarad*», en *Iberoromania* (De Gruyter), 2021(93): 36-51. <https://doi.org/10.1515/iber-2021-0004> (último acceso: 18/08/2022).
- Anónimo (2019): «Si crees que tu patria no es buena, debes construirla. Si piensas que el gobierno no es bueno, ...» (如果你觉得你的祖国不好, 你就去建设它, 如果你觉得政府不好.....), en Sohu (搜狐), 15 de agosto de 2019. https://www.sohu.com/a/333924206_120207020 (último acceso: 18/08/2022).
- Bergson, Henri (2016): *La Risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*, traducción al español de Guillermo Graño Ferrer, Madrid, Alianza Editorial, 2ª ed. con nueva traducción.
- Beristáin, Helena (2013): *Diccionario de Retórica y Poética*, Ciudad de México, Editorial Porrúa, 3ª reimpr. de la 9ª ed.
- Buckley, Chris (2016): «China's Foreign Minister Castigates Canadian Reporter for Rights Question», en *The New York Times*, edición bilingüe inglés-chino, 3 de junio de 2016. <https://cn.nytimes.com/china/20160603/canada-china-wang-yi/dual/> (último acceso: 18/08/2022).
- Chico Rico, Francisco (2015): «La Retórica cultural en el contexto de la Neorretórica», en *Dialogía. Revista de lingüística, literatura y cultura*, 9: 304-322. <https://journals.uio.no/Dialogia/article/view/2597> (último acceso: 18/08/2022).
- Dikötter, Frank (2017): *La gran hambruna en la China de Mao. Historia de la catástrofe más devastadora de China (1958-1962)*, traducción al español de Joan Josep Mussarra, Barcelona, Acantilado.
- Fang, Fang (2020): *Diario de Wuhan. Sesenta días desde una ciudad en cuarentena*, traducción al español de Cheng L. Ning, Aurora Echevarría y Lorenzo Luengo, Barcelona, Seix Barral.
- Fang, Kecheng; Maria Repnikova (2017): «Demystifying "Little Pink": The creation and evolution of a gendered label for nationalistic activists in China», en *New Media and Society*, Special Issue Article: 1-24. <https://doi.org/10.1177/1461444817731923> (último acceso: 18/08/2022).

- Farrell, Henry (2016): «The Chinese government fakes nearly 450 million social media comments a year. This is why.», en *The Washington Post*, 19 de mayo de 2016. <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/05/19/the-chinese-government-fakes-nearly-450-million-social-media-comments-a-year-this-is-why/> (ultimo acceso: 18/08/2022).
- Fernández Rodríguez, María Amelia; Rosa María Navarro Romero (2018): «Hacia una Retórica cultural del humor», *Actio Nova. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, Monográfico 2: 188-210. <https://revistas.uam.es/actionova/article/view/10504> (ultimo acceso: 18/08/2022).
- Freedom House (2022): «China: Freedom on the Net 2021 Country Report», en Freedom House.org. <https://freedomhouse.org/country/china/freedom-net/2021> (ultimo acceso: 18/08/2022).
- Global Times* (2021): «“Wuhan diary” writer Fang Fang removed from latest national committee of Chinese Writers Association», en *Global Times* (环球时报), 17 de diciembre de 2021. <https://www.globaltimes.cn/page/202112/1241749.shtml> (ultimo acceso: 18/08/2022).
- Gómez Alonso, Juan Carlos (2017): «Intertextualidad, interdiscursividad y Retórica Cultural», en *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura Comparada*, Número Extraordinario I: 107-115. DOI: https://doi.org/10.26754/ojs_tropelias/tropelias.201712104 (ultimo acceso: 18/08/2022).
- Gómez Alonso, Juan Carlos (2020): «El estudio de la metáfora desde la Retórica Cultural: las greguerías de Ramón Gómez de la Serna», en *Piedras Lunares. Revista Giennense de Literatura*, 4: 191-212. <https://www.dipujaen.es/export/files/dipujaen/revista-piedras-lunares/piedras-lunares-4.pdf> (ultimo acceso: 18/08/2022).
- He Parkinson, Yue (2021): *China and the West: Unravelling 100 years of misunderstanding*, Londres, Bite-Sized Books.
- Huizinga, Johan (2016): *Homo Ludens*, traducción al español de Eugenio Imaz, Madrid, Alianza Editorial, 2ª reimpr. de la 3ª ed.
- Jacques, Martin (2011): «How China will change the way we think: the case of the state», Washington D. C., Transatlantic Academy. <https://dokumen.tips/documents/how-china-will-change-the-way-we-think-the-case-of-the-state.html?page=1> (ultimo acceso: 18/08/2022).

- Lakoff, George; Mark Johnson (2018): *Metáforas de la vida cotidiana*, traducción al español de Carmen González Marín y traducción del Epílogo de Rodrigo Guijarro Lasheras, Madrid, Cátedra, 2ª ed. en la colección Teorema mayor.
- Li, Cheng (2020): «Retórica de la censura editorial: la edición en chino simplificado de *21 lecciones para el siglo XXI*», en *Actio Nova. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 4: 111-140. DOI: <https://doi.org/10.15366/actionova2020.4.006> (ultimo acceso: 18/08/2022).
- Li, Cheng (2021): «La traducción secuestrada y la manipulación discursiva», en *Tropelías. Revista de la Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 36: 223-237. <https://papiro.unizar.es/ojs/index.php/tropelias/article/view/5186> (ultimo acceso: 18/08/2022).
- López Eire, Antonio (2002): *Retórica clásica y teoría literaria moderna*, Madrid, Arco Libros, 2ª ed.
- Marugán Kraus, Jorge (2016): «Las cinco fases de intervención psicoterapéutica frente al trauma», en *Arteterapia. Papeles de arteterapia y educación para inclusión social*, 11: 343-353. DOI: <https://doi.org/10.5209/ARTE.54137> (ultimo acceso: 18/08/2022).
- Mchangama, Jacob (2022): «The War on Free Speech. Censorship's Global Rise», en *Foreign Affairs*, March/April 2022. https://www.foreignaffairs.com/articles/world/2022-02-09/war-free-speech-censorship?check_logged_in=1&utm_medium=promo_email&utm_source=lo_flows&utm_campaign=registered_user_welcome&utm_term=email_1&utm_content=20220423 (ultimo acceso: 18/08/2022).
- McDonell, Stephen (2019): «China social media: WeChat and the Surveillance State», en BBC News, 7 de junio de 2019. <https://www.bbc.com/news/blogs-china-blog-48552907> (ultimo acceso: 18/08/2022).
- Muñoz Molina, Antonio (2020): «Dar testimonio», en Fang, Fang (2020): 7-12.
- SCIO (State Council Information Office of China, 国务院新闻办公室) (2013): «Rueda de prensa convocada por la Comisión Nacional de Salud y Planificación Familiar para informar de la normalización de la seguridad alimentaria» (国家卫生计生委就食品安全标准有关工作情况举行新闻发布会), en la página web de SCIO, 10 de julio de 2013. <http://www.scio.gov.cn/ztk/dtzt/2013/2013ngzhg/29920/29938/Document/1356530/1356530.htm> (ultimo acceso: 18/08/2022).

- SCIO (State Council Information Office of China, 国务院新闻办公室) (2019): «China y el mundo en la nueva era» (新时代的中国与世界), en Xinhuanet, 27 de septiembre de 2019. http://www.xinhuanet.com/politics/2019-09/27/c_1125047331.htm (ultimo acceso: 18/08/2022).
- Shakespeare, William (2003): *Hamlet, Prince of Denmark*, edición actualizada de Philip Edwards, Cambridge, Cambridge University Press.
- Spang, Kurt (2009): *Persuasión. Fundamentos de retórica*, Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra, 2ª reimpr.
- Van Dijk, Teun A. (2009): *Discurso y poder*, traducción al español de Alcira Bixio, Barcelona, Editorial Gedisa.
- VV.AA. (Chongyang Institute for Financial Studies 中国人民大学重阳金融研究院, Taihe Institute 太和智库 e Intellisia 海国图智研究院) (2021): «“America Ranked First”?! The Truth about America’s fight against COVID-19» (“美国第一”?! 美国抗疫真相). <https://www.baogaoting.com/info/57428> (ultimo acceso: 18/08/2022).
- Wang, Fan; Grace Tsoi (2021): «Fang Fang: Author vilified for Wuhan Diary speaks out a year on», en BBC News, 19 de enero de 2021. <https://www.bbc.com/news/world-asia-54987675> (ultimo acceso: 18/08/2022).
- Wangchao Mantan (王朝漫谈) (2020): «Mejora rápidamente tu conocimiento de lógica a través de un chiste» (通过一个“特色笑话”快速提升逻辑水平), en NetEase (163.com, 网易), 30 de junio de 2020. <https://www.163.com/dy/article/FGC1PVPM0519VR37.html> (ultimo acceso: 18/08/2022).
- Yuan, Li (2022): «China’s “Zero-Covid” Mess Proves Autocracy Hurts Everyone», en *The New York Times*, edición bilingüe inglés-chino, 14 de abril de 2022. <https://cn.nytimes.com/china/20220414/china-covid-zero-shanghai/dual/> (ultimo acceso: 18/08/2022).
- Zhang, Han (2021): «China’s troll king: how a tabloid editor became the voice of Chinese nationalism», en *The Guardian*, 14 de diciembre de 2021.



<https://www.theguardian.com/news/2021/dec/14/china-troll-king-hu-xijin-tabloid-editor-became-voice-chinese-nationalism> (ultimo acceso: 18/08/2022).

Zhu, Zhiqun (2020): «China y la diplomacia del lobo guerrero», en *Política Exterior*, Vol. 34, Núm. 198: 58-66. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7645872> (ultimo acceso: 18/08/2022).



SOBRE EL AUTOR

Cheng Li

Profesor visitante e investigador en la UAM.

Contact information:

cheng.li@uam.es