

LA SÁTIRA COMO HETEROTOPÍA: UN ESTUDIO COMPARADO

SATIRE AS HETEROTOPIA: A COMPARATIVE STUDY

José María Rodríguez Santos

Universidad Internacional de La Rioja

ABSTRACT

Humor is a highly effective rhetorical tool for criticism in general, and for political criticism. Among the many humorous forms that can be found, political satire represents an anti-system discourse, a heterotopia in Michel Foucault's terms, that is, an alternative discursive, cultural and institutional space that is presented as disturbing, intense, contradictory and transformative. In this work, it is a matter of defining political satire from the concept of heterotopia and characterizing it based on theoretical assumptions and practical evidence observable in the main representatives of this critical trend in the national and international media.

Key words: Comparative; heterotopy; analogy; political humour; satire

RESUMEN

El humor es una herramienta retórica de gran eficacia para la crítica en general, y para la crítica política en particular. Entre las múltiples formas humorísticas que se pueden encontrar, la sátira política representa un discurso antisistema, una heterotopía en términos de Michel Foucault, es decir, un espacio discursivo, cultural e institucional alternativo que se

presenta como perturbador, intenso, contradictorio y transformador. En este trabajo, se trata de definir la sátira política a partir del concepto de heterotopía y caracterizarla según los presupuestos teóricos y de las evidencias prácticas observables en los principales representantes de esta tendencia crítica en los medios de comunicación nacionales e internacionales.

Palabras clave: Comparada; heterotopía; analogía; humor político; sátira.

Fecha de recepción: 10 de octubre de 2023.

Fecha de aceptación: 8 de noviembre de 2023.

Cómo citar: Rodríguez Santos, José María (2023): «La sátira como heterotopía: un estudio comparado», en *Actio Nova: Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 7: 397-421. DOI: <https://doi.org/10.15366/actionova2023.7.017>

El humor es un estado de ánimo, la cualidad que permite descubrir o mostrar lo que una situación tiene de cómica y el humorismo es la expresión de esa cualidad o sentimiento de ánimo (Rest, 1991). Humorismo es, como dice el diccionario de la RAE, el modo de presentar, enjuiciar o comentar la realidad, resaltando el lado cómico, risueño o ridículo de las cosas. La comicidad es por tanto una herramienta del humorismo. Tal vez por influencia de trabajos anglosajones, hay una cierta confusión entre los términos humor y risa. La identificación es empobrecedora porque el humor es una cuestión mental y la risa es una respuesta fisiológica que puede ser provocada por una estrategia cognitiva o por estímulos físicos como las cosquillas. La risa es un efecto y el humor es una de las causas. Como estrategia discursiva, el humor tiene sus reglas, su lógica, nace de relaciones diversas, produce diferentes efectos, distintas formas de hacer reír y persigue distintos propósitos. Puede materializarse en forma de parodia, por ejemplo, tener efecto catártico o sedante y alinearse al servicio del poder o de la crítica. A nosotros en este trabajo nos interesa el humor político, y más concretamente la sátira política porque entendemos que es un discurso antisistema, una heterotopía que puede estar determinada por ciertas características mentales de su productor.

En un libro clásico sobre el humor y la risa, John Morreall (1987) sostiene que nos reímos fundamentalmente por tres razones: porque nos sentimos superiores a los demás, como una liberación de energía reprimida y como el resultado de una incongruencia entre lo que sabemos o esperamos y lo que finalmente resulta, que en realidad son la esencia de las tres teorías más extendidas sobre la risa y el humor (Martin, 2000; Perlmutter, 2000) y que en definitiva nos desvelan de dónde procede lo cómico:

1. La de la *superioridad*, la clásica –representada por Platón, Aristóteles, Quintiliano y más modernamente Hobbes–, que domina hasta el siglo XVIII y que dice que nos reímos de aquellos a quienes consideramos inferiores, lo que conlleva una denigración (Gruner, 1997). La persona que ríe experimenta una sensación de superioridad o *gloria súbita* (Hobbes, 1983: 163), de triunfo sobre aquella de la que se ríe, que es víctima de un contratiempo (la piel de plátano, el tartazo en la cara), un defecto o alguna particularidad diferenciadora.
2. La teoría del *alivio*, difundida por Freud, que profundiza en la idea de que la risa, que es la principal manifestación del humor, aparece para liberar una energía

nerviosa reprimida, produciendo placer. El humor es una forma de liberación, alivio o descarga en la que se ponen de manifiesto los deseos reprimidos (Billing, 2002; Perelman y Olbrechts, 1989; Freud, 2012).

3. La teoría de la *incongruencia* que se produce entre lo que esperamos y lo que sucede, expuesta por autores como Kant, James Russell Lowell, Kierkegaard y especialmente Schopenhauer (1983). Es la teoría en la que más se trabaja actualmente puesto que afecta a aspectos cognitivos y estratégicos (Attardo, Hempelmann y Di Maio, 2002).

Hay otras teorías sobre el humor, como la *teoría de la corrección* planteada por Bergson, para quien lo cómico expresa cierta imperfección individual o colectiva que exige una corrección inmediata por medio de la risa, que actúa como regulador social, como una forma de control y de cohesión social (Buckman, 1994; Ziv, 1984). Todas ellas se pueden apreciar en la política: nos reímos de los políticos que se equivocan porque nos sentimos mejor que ellos, nos reímos de los problemas políticos que padecemos como liberación de nuestra ansiedad y nos reímos de algo que nos muestra la diferencia entre la acción política real y la ideal. Y, además, el humor político puede tener efecto de control, pero también de rebelión. Simon Critchley (2010) afirma que la mayor parte del humor es reaccionario, pues, lejos de criticar el orden establecido o de provocar ciertos cambios, trata simplemente de reforzar el consenso, de reafirmar el *statu quo* denigrando a un sector de la sociedad, como hacemos cuando nos reímos de los de Lepe o de cualquier sector de la población al que ridiculizamos (Critchley, 2010: 27-29), en la línea de la teoría de la superioridad, que exige un ganador. Afortunadamente, también tenemos lo que llama el humor auténtico, «el humor contra la dirección» (Critchley, 2010: 31), que produce una realidad nueva, distinta a aquella en la que nos encontramos (Critchley, 2010: 15). Es el humor del buen cómico, más complejo, que provoca risas a partir de una amplia variedad de formas de comedia (Rodríguez Santos, 2017), como la parodia, la metáfora y la sátira, que pueden actuar juntamente con la política, dando lugar al humor político: analogía política, parodia política, metáfora política y sátira política (Dagnes, 2012). Así que además de para el control social, el humor puede ser utilizado como un discurso inconformista que contradice el discurso oficial y que contribuye a la creación de un nuevo espacio, de un nuevo discurso, de una nueva realidad. Entramos de lleno en el terreno del humor político, con textos en los que podemos encontrar mecanismos como la metáfora y la parodia, que crean un espacio discursivo e interdiscursivo gracias a los

principios de equivalencia y de semejanza; y la ironía y la sátira, que crean un discurso alternativo basado en la oposición. Todos se basan en la analogía, que es el factor que posibilita la sustitución, la comparación y la oposición y ofrece además una transferencia semántica y pragmática que posibilita la comunicación, pues además de actuar en la producción es imprescindible en la recepción y en la interpretación de dichos textos (Albaladejo, 2018, 2019a, 2019b, 2019c; Chico Rico, 2019). Además de exagerar, deformar (es decir, modificar su forma), se puede hacer humor gracias a la ironía, a la parodia, se puede basar en la incongruencia, en una relación inesperada o ilógica o en la ruptura de una tensión insostenible.

La metáfora es muy utilizada en el discurso político (Fernández Lagunilla, 1999a, 1999b; Lakoff, 2007; López Eire y De Santiago, 2000; Núñez Cabezas y Guerrero Salazar, 2002) y especialmente por los políticos de la oposición por su carácter estético, didáctico y manipulador (Sánchez García, 2009), pero no es muy utilizada en el humor político precisamente porque exige un esfuerzo interpretativo grande y no se quiere correr el riesgo de perder efectividad a pesar de su posible éxito. Sin embargo, Berto Romero recurrió a la metáfora en su intervención en *Late Motiv* el martes 3 de octubre de 2017 sustituyendo a Andreu Buenafuente, enfermo:

Perdonadme el egoísmo, eh, me preocupan las cosas en mi casa. Ayer mis hijos volvieron a discutir por no sé qué mierda de niños, que discuten cada día por cosas de niños de mierda. La pelea era algo así como que uno le decía al otro: «Tú sí», y el otro contestaba: «Yo no».

Entonces, esto los metía como en un círculo que provocaba que el otro, el que había empezado, a su vez dijera: «tú sí», y el otro: «yo no». Un tono de discusión muy bajo, muy poco sofisticado, muy bronco... repleto de argumentos *ad hominem*. La verdad es que no estaban finos. Sofisticaron un poquito los argumentos añadiendo un «porque tú sí» y «porque yo no», pero poco más se avanzó por aquí. Así que llegaron a las manos y con las manos se llegaron a las caras. Que sí es manos así: clic, clic, clic, pues vale, pero hubo cara también. Se trabajó un poco de patada voladora y en general una especie de refriegas que practican ellos, que son como ataques de gatos en un callejón y se dan como un molinete de hostias muy rápidas, y de retruque recibió su hermana, la niña, que se llevó un toque colateral en la cabeza con una pieza de Lego.

Entonces ahí entré yo con lo que hago normalmente, que consiste en separarlos y llevarlos a lugares distintos de la casa donde les explico que hasta que no se calmen no podemos discutir, y que cuando estén tranquilos podremos ver qué ha pasado y hablando lo solucionamos, porque los mayores, les digo, no arreglamos las cosas así, a gritos. Los mayores nos tratamos con respeto y, sobre todo, nos guardamos de tener que recurrir a la violencia que es el último recurso de los incompetentes.

Ellos están bien ya. Se calmaron, y podemos decir en casa que el conflicto pertenece ya al pasado. Aunque por lo que me cuenta mi mujer, ahora se han enganchado con «tú no», y el otro «yo sí», que plantea similares expectativas de resolución. Pero bueno, ahí estamos. Y diréis, ¿qué te preocupa de tu casa, si

parece que está todo solucionado? Pues no sé de qué clase de hormigón armado tengo que revestirme la cara para que no se me caiga al suelo de la vergüenza cuando se enteren de que les estoy engañando, porque lo que les enseño, fuera de casa no vale.

Sin decirlo, Berto nos remite metafóricamente y satíricamente a la situación política de Cataluña en octubre de 2017. La metáfora funciona aquí perfectamente porque la analogía es comprendida sin duda por unos receptores atentos a la situación política, extremadamente conflictiva, y que, sin embargo, se ríen por la semejanza y la comparación que ridiculizan lo dramático. Sin embargo, si este discurso se pronunciase hoy, el artificio perdería efectividad una vez que esa actualidad de 2017 dejó de serlo. La falta de contexto provocaría que la metáfora pasara desapercibida y que el chiste dejase funcionar porque los espectadores tendrían más dificultades para encontrar la relación analógica.

La analogía es muy usada en comedia, en su forma más simple como comparación o como fundamento de la alegoría. No propone una sustitución sino una presentación conjunta que opera en virtud de la semejanza, destacando uno de los dos términos de las realidades presentadas. Rodríguez Pequeño (2020) utiliza un ejemplo ilustrativo de este caso: la analogía que Ignatius Farray hace en *La vida moderna* a propósito de las elecciones al Parlamento europeo, municipales y autonómicas celebradas el 26 de mayo de 2019:

Los votantes de izquierda son como Led Zeppelin. Se creen mejores que los demás, elitistas porque tienen un nivel moral superior a los demás y se reúnen una vez cada quince años en Wembley, mientras que los votantes de derechas son como la *Orquesta Maracaibo*, siempre dispuestos a movilizarse en cada pueblo, por muy pequeño que sea.

Y el remate:

Menos mierda de elitismo y más bailar el cocoguagua. No somos mejores que nadie. No nos podemos permitir tirarnos los pedos más altos que el culo. A los votantes de izquierda nos gusta tirarnos los pedos más altos que el culo, porque somos los mejores y los más guays, y que nos vean, sí, una vez cada veinticinco años, pero nunca más. No nos lo podemos permitir. Los votantes de izquierdas no nos podemos permitir seguir siendo personas de mierda¹.

La parodia es una interpretación artística en la que un cómico, un actor, un artista en general, imita el estilo peculiar de otra persona, las características que lo definen, que lo hacen reconocible por medio de técnicas de imitación y alteración: cita directa, alternancia de palabras, reordenamiento textual, sustitución de sujetos o personajes, cambios en la

¹ Véase: <https://www.youtube.com/watch?v=7y6ddhUvqcE> (último acceso: 12/09/2022).

dicción, etc. La parodia puede usarse para burlarse más o menos agresivamente de alguien, pero siempre exige el conocimiento por parte del receptor de la persona a la que se está parodiando, de la misma forma que cuando se parodia un género es necesario estar al tanto de las características de ese género (el de catástrofes aéreas por ejemplo con parodias como *Aterriza como puedas*). La parodia es destrucción y reconstrucción, afirmación y negación (García Rodríguez, 2020: 197; 2021). Esto es fundamental pues el receptor debe manejar conjuntamente dos textos, dos claves, dos códigos. El problema surge si alguien toma el texto paródico por el original, razón que esgrimió el Partido Popular para solicitar el cierre (y conseguirlo) de la web paródica que *El Mundo Today* hizo de su programa electoral (también la hizo del PSOE, de IU-Podemos y de Ciudadanos) a raíz de la campaña electoral para las elecciones generales celebradas en España el 10 de noviembre de 2016.

La ironía es una figura de la contradicción entre lo que se dice y lo que se quiere decir, que es exactamente lo contrario de lo que se dice (Quintiliano, 1970; Pujante, 1999). Es interesante porque es un discurso transgresor, un proceso intelectual y analítico por el que se descubren verdades ocultas al tiempo que desmitifica y desenmascara una determinada visión del mundo (Hernández González, 1999: 230). También es una figura peligrosa, porque no siempre es comprendido ese doble lenguaje, especialmente si se pertenece a un grupo distinto (cultural, religioso, sexual...) y se desconoce su código (Schoentjes, 2003: 155).

La sátira, finalmente, es un discurso agudo y corrosivo que pretende criticar y ridiculizar a alguien (Simpson, 2003; Elliot, 1960). Es una forma de discurso antisistema, es el arma de los desfavorecidos, la que usan las personas que están fuera del poder contra el poder. Es un discurso al menos emancipador (Llera, 1999: 290), aunque György Luckács concibe la sátira incluso como un instrumento de la lucha de clases, pues enfrenta lo real con lo ideal y presupone la existencia de una lucha en la sociedad entre los defensores de lo existente y los adalides de lo alternativo (Luckács, 1971: 21; 2005). En este sentido, tanto la parodia como la sátira son discursos heterotópicos, es decir, espacios discursivos, institucionales y culturales que se proponen como otros, desiguales, diferentes y que se caracterizan por ser perturbadores, intensos, incompatibles, contradictorios o transformadores (Foucault, 2009; 2010) en relación con el sistema al que pertenecen. A diferencia de las utopías, que son no-lugares, espacios sin localización real, lugares sin lugar, espacios irreales (Foucault, 1999: 434-435; 2009) que representan la felicidad y la perfección, las heterotopías son emplazamientos efectivos no convencionales, utopías materializadas en un espacio físico diferente que huye del poder, del discurso hegemónico y organizado y que

se estructura a partir de una fractura de ese sistema, con el que mantiene relaciones necesarias (Foucault, 1999: 435). Es una estrategia discursiva estructurante y configuradora de realidad, tanto en términos sensibles como inteligibles. Estas figuras heterotópicas no tienen capacidad para representar la realidad, sino que proporcionan una potencial (pero no menos real) transformación de la misma (Parra Valencia, 2017: 230). A Parra Valencia, centrado en la imagen, le interesa, como a nosotros, no la condición material de los lugares específicos identificables en un análisis cultural sino su funcionalidad, su carácter transformador (Parra Valencia, 2017: 239).

La sátira es, probablemente, la heterotopía retórica más clara, pues surge de la desviación y la crisis de la estructura normativa, a la que critica, y supone una confrontación, aparece como consecuencia de la discrepancia, la denuncia, la crítica y el análisis de las relaciones de poder, de la dominación discursiva. Por eso Vattimo (1999: 6) la considera un recurso de la crítica. La revelación de la miseria por parte del discurso cómico no nos libra de ella, nos anima a unirnos o a enfrentarnos a ella. Podemos engañarnos en carnaval y, lejos de cuestionar el orden dominante, confirmarlo con nuestra subversión temporal consciente, o incluso podemos reafirmar la creencia de nuestra superioridad cultural con un chiste étnico. Pero podemos también discutir el sistema, cuestionar sus certezas o incluso las nuestras, pues el humor también es antidepresivo (Critchley, 2010: 133-134).

La ironía, la hipérbole, la parodia, la analogía y la metáfora son también instrumentos o herramientas que utiliza la sátira para su propósito, en el que están presentes tanto el humor, la crítica y la burla como la indignación. En ocasiones es más humorística, más divertida, más crítica, más despiadada o más indignada. La sátira es un género y un artificio literario, pero también político. Como dijo Dario Fo, «La sátira es la forma más directa de entender la verdad de las cosas, es desnudar el poder para poder leerlo mejor²». En la sátira política también hay grados y podemos encontrarnos con discursos en los que se pretende entretener a partir de la política, con diferentes grados de acritud, y otros en los que la finalidad principal es la crítica y la denuncia social, aunque se haga a través de procedimientos humorísticos como los descritos. También puede ser general (denunciando vicios comunes de una sociedad) o particular, criticando principalmente al gobierno, su incompetencia, su corrupción, etc. Por eso la sátira se puede dar en épocas de dictaduras, en las que se toleran las que tienen como objetivo la colectividad, pero se censuran y prohíben

² Véase: <https://www.diariocordoba.com/cultura/2008/04/19/dario-fo-satira-forma-directa-38305278.html> (último acceso: 18/09/2022).

las que se dirigen a los gobernantes. Además de por su propuesta absurda y surrealista y por invitar al optimismo en la posguerra española, la pervivencia de la revista satírica *La Codorniz* tuvo mucho que ver con el hecho de que nunca –ni en la época de Miguel Mihura ni en la de Álvaro de Laiglesia como directores, ambos falangistas– criticó ni cuestionó abiertamente el régimen de Franco. Su humor se basaba en la sátira social, centrada sobre todo en las costumbres y en la burocracia y los problemas con la censura tuvieron más que ver con la moral y algunas ilustraciones que con la crítica política (Ezcurra, 1995). En todos los casos, la sátira presenta una realidad ridiculizada que el receptor debe conocer para que la burla y la crítica surtan efecto.

Los cómicos, en España y en otros países, hoy y antes, utilizan procedimientos translaticios como mecanismos humorísticos. La metáfora, la analogía y otras figuras que producen sustituciones, identificaciones o comparaciones son medios esenciales de intelección. Además de formas de expresión complejas, son instrumentos al servicio de la comprensión del mundo (Ortega y Gasset, 1925: 164-166), sustituyen y comparan, establecen relaciones de equivalencia y semejanza, pero también tienen una función social porque contribuyen a construir y a interpretar el mundo, la realidad. Incluso crean un espacio que es otro y cuentan una historia que también es otra, y ambas cosas, espacio y relato, pertenecen al margen, a lo excluido de lo tradicional, a la negación, a lo oculto, lo olvidado o no revelado, ayudando además a entender la estructura o el sistema que lo produjo. En la construcción de ese otro relato, la sátira, la analogía, la parodia, la metáfora, la alegoría (en definitiva, lo distinto a la plaza pública, a lo común o normal) juegan un papel fundamental, pero no para analizar la realidad a través del discurso tradicional, el literal, sino para observarla desde lo heterodoxo, la heterotopía definida por lo social y por sus relaciones.

A propósito de la función social y política del humor, tenemos que observar el fenómeno de la infosátira como parte del infoentretenimiento, conocido también como *politainment*, que alude a la tendencia que experimentan los medios de comunicación a presentar la información en clave espectacular, especialmente en televisión, con el objetivo de popularizar la información política y llegar a un público al que no se alcanza con los informativos tradicionales (Kovach y Rosentiel, 2012). Además, se opta por abandonar las noticias más pesadas (*hard news*) y su análisis profundo y se trabaja con noticias ligeras dándoles un enfoque suave (*soft news*) para alcanzar al espectador por medio del entretenimiento (Berrocal, 2017), aunque sea a costa de bajar el rigor informativo (Blumler, 1999). En España, los primeros programas de infoentretenimiento surgen, como en el resto

del mundo, con la creación de las televisiones privadas y, aquí, las autonómicas. Probablemente, el primer programa de infoentretenimiento fuera *Madrid directo* (1993-2013 y desde 2017) de Telemadrid (Ortells, 2011) y el primero que se basó en la espectacularización de la política fuera *Las noticias del guiñol*, emitido entre 1995 y 2008 primero solo en Canal+ y luego también en Cuatro. Este programa era un informativo de humor de unos cinco minutos en el que unos guiñoles parodiaban a políticos, deportistas y famosos en general según el modelo de *Les Gignols de l'Info* de Canal+ Francia que, a su vez, estaba inspirado en *Spitting Image* de la cadena televisiva británica ITV (Jaén, 2008).

Sara Ortells (2011) señala como principal característica del infoentretenimiento que el periodista se convierte en coprotagonista de la información y la participación de las personas de la calle, que ofrecen testimonios o son fuente de información importante, mientras que Berrocal (2014; 2017) apunta al uso de un estilo narrativo marcado por la personalización, la descontextualización, los recursos técnicos para espectacularizar la imagen, la dramatización de las informaciones y el humor. Lozano Rendón (2004) pone el énfasis en el conflicto, el alarmismo, la fragmentación y la descontextualización, el simplismo y la hipérbole. Añade además cuestiones técnicas como el plano subjetivo, la música dramática, la ralentización de las imágenes y los efectos de posproducción.

Aunque el infoentretenimiento se alimenta fundamentalmente de noticias *soft* y de debates o acercamientos críticos con poco o nulo rigor, en algunos casos trata también con cierta profundidad temas serios como la política o la economía, si bien con un enfoque humorístico y paródico (Berrocal, 2014) o satírico, como hicieron *Las noticias del guiñol*, *Caiga Quien Caiga*, *El Informal* o actualmente *El Intermedio*. Los especialistas se dividen aquí entre quienes mantienen que es una forma de trivializar la política y el periodismo serio (Casero-Ripollés, 2011; Blumler, 1999), y quienes piensan que es una buena forma de acercar los temas políticos a la ciudadanía (Graber, 1994; Van Zoonen, 1998).

A partir del término infoentretenimiento, del inglés *infotainment*, usado al menos desde 1988 (Krüger, 1988), José Luis Valhondo (2007) acuñó el término *infosátira* para referirse a los programas de televisión que usan la sátira en la información política. Se trata de un género que mezcla contenidos políticos con un tratamiento humorístico. La infosátira constituye desde mediados de los 90 una novedosa fórmula de infoentretenimiento en las parrillas televisivas. Con este nuevo género, los periodistas aplican un tratamiento paródico y satírico a los asuntos públicos y, de alguna manera, llevan a cabo una espectacularización mediática de la política (Ortega-Esquembre y Ortega, 2021). La infosátira puede –o no–

formar parte del infoentretenimiento y tiene algunas características particulares, especialmente su carácter crítico y persuasivo. No se trata de que utilicen la información y el humor para entretener, sino que utilizan el humor y la información para hacer crítica política, económica, social, como hace, por ejemplo, *El Intermedio*, un programa de infosátira con un formato en principio basado en el humor, a través de la parodia y la sátira, y el entretenimiento y que convive perfectamente con una información rigurosa. Es un buen ejemplo de lo que llaman (Gordillo y otros, 2011) un modelo informativo satírico incluido dentro del subgénero del entretenimiento, un modelo muy utilizado en los medios informativos españoles y que se define por tener una relación directa con la agenda informativa diaria o semanal, por tratarse de una deformación de un informativo serio (al que normalmente siguen en la parrilla) en el que se tratan las noticias con tono humorístico satirizando a los personajes de la actualidad y caricaturizando la realidad mediante la ironía, la imitación y la parodia (Basteiro, 2014). Los presentadores juegan un papel fundamental, pues son quienes sostienen la comedia incluso ficcionalizando sus personalidades y las de los colaboradores. Otra cosa es que la sátira se dirija hacia lo político o hacia lo social, que sea más profunda y rigurosa o más superficial y trivial.

Según Valhondo (2007), la infosátira va dirigida especialmente a un público joven al que le interesa la política pero no la información política de los informativos tradicionales. Para Enrique Bordería, Francesc A. Martínez y Josep Ll. Gómez Mompert (2010: 147), quienes estudian la risa producida por la prensa moderna desde el siglo XVIII hasta hoy a través de viñetas, ilustraciones, caricaturas, chistes o historietas con la finalidad de «informar y opinar del devenir noticioso mediante un lenguaje ingenioso, cómico, provocador, irónico, satírico o sarcástico» (Bordería, Martínez y Gómez Mompert, 2010: 72), el humor juega un papel fundamental en la comunicación por su carácter persuasivo y aglutinador de audiencias, pero además destacan la constante relación que ha tenido la sátira con el periodismo político, del que derivan y cuyo formato adoptan. Jamie Warner (2007) muestra cómo Jon Stewart en su programa *The Daily Show with Jon Stewart* se sirve del formato del informativo convencional (noticias, reportajes, entrevistas) y de los elementos tradicionales (cámaras, vídeos de referencia, escenario, vestuario, etc.) para dar una interpretación alternativa y subversiva de la realidad política y social. Lo mismo se puede decir de *The Colbert Report* de Steven Colbert o de *El intermedio* en España. Geoffrey Baym (2009) afirma que la influencia de los viejos presentadores de los noticiarios televisivos, representantes de los valores tradicionales del periodismo (objetividad, desapasionamiento y cierta parquedad expresiva), ha sido trasladada

a los presentadores de programas de sátira política, que representan valores más postmodernos del periodismo televisivo actual, caracterizado por la subjetividad, el hedonismo, la hilaridad y cierta sobreactuación expresiva, que probablemente tenga que ver con el narcisismo, simulado en algunos casos, genuino en otros. La posmodernidad ahora es además digital y global y en el periodismo se caracteriza porque la información circula masiva, rápida e incontroladamente, con la consiguiente crisis de credibilidad. Estos espacios luchan también contra eso, desmontando paparruchas, bulos y *fake news* en lo que se ha llamado periodismo reconstructivo (Ruiz Rico, 2020).

Modelos como el de Edward R. Murrow o como el de Walter Cronkite, que inventó aquello de «así son las cosas» y que luego Ernesto Sáenz de Buruaga en España no solo copió sino que amplificó: «así son las cosas y así se las hemos contado», han dado paso a otro tipo de líderes informativos como son, por ejemplo, Stephen Colbert, David Letterman, Bill Maher, Jon Stewart o Conan O'Brien, todos ellos presentadores que conducen exitosos programas de sátira política en la televisión en Estados Unidos. En nuestro país, el ejemplo más evidente sería *El Intermedio*, que conduce El Gran Wyoming, quien, dejando clara su postura satírica, posmoderna y reconstructiva, esto es, heterotópica, también altera la frase de entrada propia del presentador de noticias tradicional con su frase de inicio «ya conocen las noticias, ahora les contaremos la verdad». La sátira política (también la infosátira) cuestiona la veracidad de las noticias oficiales, las que nos han contado los informativos serios, y se propone como alternativa crítica.

La sátira política es un género cómico e informativo a la vez que destaca por su carácter reconstructivo, crítico y provocador (Moreno, 2014). Ese carácter híbrido ha favorecido que la sátira haya sido objeto de interpretaciones en algunos casos contrapuestas: hay quien aprecia solamente humor sobre cuestiones de actualidad y otros ven información veraz aunque contada de forma humorística. José Luis Valhondo, en su libro *Sátira televisiva y democracia en España*, cree que la sátira política sirve de guía a la opinión pública, desorientada entre tanta información, gracias a una crítica auténtica, elaborada y de impacto (Valhondo, 2011: 89).

Algunos estudios realizados en Estados Unidos, como por ejemplo los trabajos de Landreville, Holbert y LaMarre sobre la relación entre ideología y sátira política, indican que este tipo de programas tienen un impacto muy limitado en la opinión pública (Moreno, 2014). Gregor Benton cree que la sátira política no es tan revolucionaria como parece pues entorpece otras formas de desafiar al poder, que permite este tipo de críticas y programas

porque cree que el humor y la risa debilitan los efectos de la crítica (Benton, 1988: 41). La idea es que el cómico haciendo crítica política no es visto como un crítico sino como un cómico, del mismo modo que se percibía al bufón medieval. La risa tiene el efecto de desahogo y de control social que termina por reafirmar el poder, en la línea de la teoría de Bergson, que concibe el humor y la risa como un instrumento social para alinear o adaptar a los excéntricos, a los que son distintos, bajo la amenaza de ser ridiculizados. Así que tenemos distintas concepciones y distintas funciones del humor que, en nuestros intereses, puede ser un instrumento conservador al servicio del poder que incita inconscientemente a no salirse de la norma o un arma de combate para quienes desafían al poder (Moreno, 2008: 17-19; Lynch, 2002). En esta consideración, el humor político no es una forma eficaz de crítica política, no es un arma en la lucha política y social por ser un discurso poco serio e inconsistente, y su efecto es además tan efímero como la risa que provoca, en la que se diluye la crítica, alejada de la acción por mucho que desenmascare y denuncie. Esta concepción entraría también dentro de los estudios de la teoría del alivio: el humor y la risa sirven para controlar momentáneamente el malestar, como válvula de escape. Recientemente se ha estudiado la capacidad de la infosátira para penetrar en la conciencia pública, formar políticamente y orientar las posiciones ideológicas de los espectadores (Conill y Gozávez, 2004; Boukes, Moorman y De Vreese, 2015; Young y Hoffman, 2012).

Ortega-Esquembre y Ortega (2021) creen que el acercamiento de las audiencias a los asuntos políticos a través de la infosátira no produce buenos resultados en su formación política, ya sea porque los espectadores no terminan de tomar en serio sus mensajes (Nabi, 2007; LaMarre y Walther, 2013; Boukes, Moorman y De Vreese, 2015), porque la sátira produce finalmente desapego de los asuntos políticos (Hart y Hartelius, 2007; Prior, 2007) o porque la sátira exige un elevado esfuerzo cognitivo en el procesamiento del chiste (Baumgartner y Morris, 2006; Hoffman y Young, 2011). Carmelo Moreno cree que aunque tradicionalmente, y sobre todo a partir de experiencias en sociedades no democráticas, se ha extendido la idea de que el humor es subversivo y es utilizado para el cambio político, en sociedades donde hay libertad de expresión eso es muy cuestionable, hasta el punto de poder sostenerse la idea de que el humor es en realidad conservador y que persigue mantener el orden social y político dominante, como él mismo prueba a propósito del programa de la ETB *Vaya semanita* (Moreno, 2015: 618-620).

No obstante, hay quienes piensan que el humor sí es un arma efectiva de combate político, sí contribuye a cambiar las estructuras sociales y a proponer una realidad nueva. Ya

hemos mencionado a Lukács y añadimos ahora a Marjolein Hart (2007), quienes dirigieron un estudio en el que el humor es considerado un elemento importante en las luchas sociales contra movimientos tan radicales como el nazismo. El humor cohesiona y sirve de herramienta comunicativa que reafirma al grupo contribuyendo a la reafirmación de su propia identidad. El humor juega a favor de la resistencia de los oprimidos, de los otros, y es un mecanismo del lenguaje muy poderoso porque es difícilmente contestable (Larsen, 1980: 3-6).

La sátira política es hoy más fuerte que nunca (García Avilés, 2007) y tanto en España (El Gran Wyoming) como en otros países (David Letterman, Jon Stewart, el británico John Oliver, Trevor Noah, Amy Schumer, Stephen Colbert o Bill Maher, en Estados Unidos) se aprecia que la sátira política es mayoritariamente de izquierdas. Parece que los cómicos conservadores o de derechas son más reacios o menos dados a hacer sátira política, lo que no quiere decir que no haya, en Estados Unidos más que aquí: Greg Gutfeld, en *Red Eye* de Fox o Michael Loftus en *The Flipside*. Pero su humor es más literal, menos elaborado y, por supuesto, alejado de la sátira. La falta de sátira conservadora no se debe a la falta de interés corporativo por parte de los medios de comunicación. En febrero de 2007, el canal conservador Fox News lanzó una propuesta que buscaba responder al éxito de *The Colbert Report* o *The Daily Show con Jon Stewart*. El programa, *The 1/2 Hour News Hour*, imitaba el formato de infosátira de esos programas y otros como *Saturday Night Live* o *This Hour Has 22 minutes* y añadía la participación de figuras mediáticas de la derecha estadounidense, como el presentador de radio Rush Limbaugh y la comentarista Ann Coulter. Solo duró una temporada y con una valoración muy baja. En 2015 hubo otro intento con *The Flipside with Michael Loftus*, programa que se define como sátira política de tendencia conservadora, y tampoco tuvo éxito, tal vez porque, como dice Peter Weber (2015) «It's about ideology first. The humor comes second», porque antepone lo ideológico al humor y es posible que la sátira política solo tenga éxito si entretiene, si el humor se impone a la política porque como discurso político es más débil que como entretenimiento. A propósito de las revistas satíricas españolas de la dictadura y la transición, dice Vilches (2021) que la única que sobrevivió a la democracia fue *El Jueves* y porque su sátira es más social que política. Todas las demás cerraron tras la caída del régimen y la transición: *Hermano Lobo* en 1976, *Por Favor* en 1978 y *El Pápus* en 1985. Los programas del tipo de *El Intermedio* utilizan el humor para llegar a más gente también en asuntos políticos, motivo por el que incluyen diferentes secciones, algunas más o menos intrascendentes porque al público hay que divertirle y ofrecerle la sátira política

en pequeñas dosis. La audiencia no quiere otro informativo, quiere otro discurso, otra construcción de la realidad en la que la sátira y el humor son herramientas muy importantes, pero no las únicas: hay además entrevistas, reportajes, actuaciones...

¿Por qué la sátira política es de izquierdas? Ya hemos visto que la sátira como forma es antisistémica, que se define en oposición al discurso oficial, que en nuestra sociedad global lo ocupa la derecha, la economía y el capital. Algunas investigadoras apuntan además a cuestiones mentales.

Según Alison Dagnes (2012), las personas tienen inclinaciones políticas, gustos personales y también preferencias en la elección de profesiones, y la de cómico es una profesión de liberales (de izquierda): según sus estudios, hay el triple de liberales que de conservadores en las artes creativas, de modo que dominan la literatura, el periodismo, el cine y otras profesiones como la de cómico, que exige una vida poco ordenada, años de ingresos irregulares, muchas horas de trabajo fuera de casa e incluso una cierta tolerancia a la vergüenza, a la exposición, a la vulnerabilidad, al fracaso y a los abucheos. Por lo que se refiere a la utilización de la sátira política, Alison Dagnes se une a quienes creen que el género está ligado a la lucha contra el poder, contra las instituciones, apoyadas por el conservadurismo. El hecho de que la sátira esté siempre contra el sistema la convierte en arma más de la izquierda que de los conservadores. En este sentido es muy válido el origen de los términos «derecha» e «izquierda» política, en tanto que desde la Revolución francesa, concretamente desde la votación celebrada el 11 de septiembre de 1789 en la Asamblea Nacional Constituyente a propósito de un artículo de la nueva Constitución en la que se establecía el veto absoluto del rey a las leyes aprobadas por la futura Asamblea Legislativa – lo que suponía de hecho el mantenimiento del poder absoluto del rey –, los diputados que estaban a favor se situaron a la derecha del presidente de la Asamblea y los que se oponían se colocaron a la izquierda, el término «izquierda» quedó asociado a las opciones políticas que propugnaban el cambio político y social, mientras que el término «derecha» definía a las que se oponían a dichos cambios (Péronnet, 1985: 226). La mentalidad conservadora quiere mantener las instituciones, y el humor, a través de la parodia, la sátira y otros mecanismos, atenta contra eso, que es rechazado. Incluso es posible que haya cómicos que no son abiertamente de izquierda, pero cuando hacen humor, instintivamente, por cuestiones que tienen que ver con mecanismos del humor, se ponen en esa posición porque desde la otra es muy difícil hacer humor, aunque evidentemente se puede: en España tenemos el caso de Juan Carlos Ortega, un magnífico cómico que hace sátira de derechas. Más que de cómicos de

izquierdas o de derechas deberíamos hablar entonces de humor de izquierdas y humor de derechas, que responderían a mecanismos diferentes para conseguir la crítica y el humor.

Por otra parte, en la línea de la idea de Dagnes de las preferencias mentales de los dos grupos de población, Dannagal Young (2019), tras realizar una serie de encuestas, sostiene que conservadores y liberales tienen gustos estéticos diferentes. Por ejemplo, los conservadores prefieren historias con finales cerrados y claros mientras que a los liberales les gusta cierta incertidumbre y ambigüedad. Y, en el humor político, se inclinan por la ironía y por la sátira mientras que los conservadores hacen su crítica política a través de otros recursos: principalmente la indignación (Sobieraj y Berry, 2016) y la hipérbole realizada no en *infoshows* sino en tertulias televisivas o radiofónicas, donde son dominantes porque los propietarios de las cadenas apuestan más por este tipo de crítica que por la sátira o la ironía. El conservadurismo estadounidense ocupa casi totalmente otros espacios mediáticos: por ejemplo, la radio conservadora supone el 91% de la programación según el Center for American Progress (Young, 2019) y en España no debe de ser muy distinto.

Incluso cuando el humor no se hace sobre política, los conservadores aprecian menos que los liberales las estrategias basadas en la incongruencia, la sátira y la ironía, y las estructuras muy elaboradas, aunque no se trata de que los de izquierdas o los liberales sean más inteligentes que los de derechas o conservadores sino de preferencias en la estructura mental de la crítica y del humor. Si bien, parece que en la crítica de derechas se emplea más el insulto como recurso, algo apreciable en la crítica política o de adversarios de Donald Trump; o en el discurso de Federico Jiménez Losantos, basado también en el insulto, en la comparación y en la hipérbole sin carácter cómico.

Para Dannagal Young (2019) no se trata de una cuestión de contenidos sino estructural, de la propia configuración retórica del humor, que hace que los conservadores sean más reticentes y toleren peor mecanismos como la parodia, la paradoja, el absurdo, la incongruencia o la burla. En *Irony and Outrage: The Polarized Landscape of Rage, Fear, and Laughter in the United States*, Young no se ocupa tanto de la ausencia de sátira política conservadora sino de las diferencias en la forma de hacer crítica política de unos y de otros. Para ella, los conservadores hacen crítica a través del discurso de opinión basado en la indignación mientras que la izquierda crea opinión a través de la sátira. La indignación se rige por la certeza, la vigilancia, el instinto y los límites, mientras que a la ironía le guía la ambigüedad, lo lúdico, la duda y la libertad, dirigidos ambos discursos a un público muy interesado en la política y con poca confianza en las instituciones democráticas. Por ejemplo, en la década de

los 60 en Estados Unidos tanto liberales como conservadores protestaron contra la Guerra de Vietnam, sostenida por un gobierno liberal. Las críticas se hacían de dos formas: mediante la sátira política en teatros, cafés y clubes de comedia o en tertulias radiofónicas donde la indignación era la protagonista. La finalidad de ambos géneros es la misma: crear opinión, movilizar a los ciudadanos en torno a ciertas causas y manifestar su disconformidad con la información tradicional, ofreciendo formas alternativas de información y de opinión dependiendo de la ideología de cada grupo.

Tanto la sátira como el discurso de la indignación se articulan como reacciones a los aspectos más polémicos de la actualidad política y social y se ven alimentados por la polarización política y la desconfianza en los medios de comunicación tradicionales u oficiales que en España apreciamos ahora con claridad y en Estados Unidos surgió hace treinta años. La sátira es de izquierdas por cuestiones mentales, pero también porque necesita construir un espacio distinto al de la derecha, que ocupa los espacios oficiales, tópicos, los espacios de poder, y porque controla los principales medios de comunicación. Un espacio en el que los recursos expresivos también establecen esas diferencias. Frente al discurso de indignación basado en lo factual, la sátira juega con la metáfora y con la analogía porque quiere ofrecer al lector o espectador un espacio de libertad hermenéutica en el que conectar con el creador satírico a través del arte de lenguaje.

BIBLIOGRAFÍA

- Albaladejo, Tomás (2018): «Metaphors and the Metaphorical Engine», *Research Papers of the Communication, Poetics and Rhetoric Research Group of the Universidad Autónoma de Madrid*
1. [Enlace???](#)
- Albaladejo, Tomás (2019a): «El motor metafórico y la fundamentación retórico-cultural de su activación», en *Castilla. Estudios de Literatura*, 10: 559-583.
<https://doi.org/10.24197/cel.10.2019.559-583>.
- Albaladejo, Tomás (2019b): «Generación metafórica y redes semánticas en la poesía de Antonio Cabrera: En la estación perpetua», en Arlandis, Sergio (ed.) (2019): *Contraluz del pensamiento: la poesía de Antonio Cabrera*, Sevilla, Renacimiento: 160-95.
- Albaladejo, Tomás (2019c): «The Pragmatics in János S. Petőfi's Text Theory and the Cultural Rhetoric: The Extensional-Semantic Code and the Literature of the Spanish Golden Age», en Borreguero Zuloaga, Margarita; Luciano Vitacolonna (2019): *The Legacy of János S. Petőfi. Text Linguistics, Literary Theory and Semiotics*, Newcastle, Cambridge Scholars: 92-109.
- Attardo, Salvatore; Christian F. Hempelmann; Sara Di Maio (2002): «Script oppositions and logical mechanisms: modeling incongruities and their resolutions», en *Humor: International Journal of Humor Research*, 15: 3-46.
- Basteiro, Daniel (2013): «'El Intermedio', por dentro: De revista de prensa a contrapoder televisivo», en *Huffington Post*, 27 de junio de 2013. https://www.huffingtonpost.es/2013/06/27/el-intermedio-por-dentro-de-revista-de-prensa-a-contrapoder_n_3506345.html (ultimo acceso: 18/09/2022).
- Baumgartner, Jody; Jonathan S. Morris (2006): «The Daily Show Effect», en *American Politics Research*, 34, 3: 341-67. <https://doi.org/10.1177/1532673x05280074>.
- Baym, Geoffrey D. (2009): *From Cronkite to Colbert: The Evolution of Broadcast News*, Boulder, CO, Paradigm Publishers.
- Benton, Gregor (1988): «The Origins of the Political Joke», en *Humour in Society*, 33-55. London, Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1007/978-1-349-19193-2_2.
- Berrocal, Salomé; Marta Redondo; Virginia Martín; Minia Campos (2014): «La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española», en *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 1: 85-103. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1002>.

- Berrocal, Salomé (ed.) (2017): *Politainment: La política espectáculo en los medios de comunicación*, Valencia, Tirant lo Blanch.
- Billig, Michael (2002): «Freud and the Language of Humour», en *Psychologist*, 15, 9: 452. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/freud-language-humour/docview/211837717/se-2> (último acceso: 18/09/2022).
- Billig, Michael (2005): *Laughter and Ridicule: Towards a Social Critique of Humour (Published in Association With Theory, Culture & Society)*, London, Sage Publications Ltd.
- Blumler, Jay G. (1999): «Political Communication Systems All Change», en *European Journal of Communication*, 14, 2: 241–249. <https://doi.org/10.1177/0267323199014002006>.
- Bordería Ortiz, Enric; Francesc A. Martínez Gallego; Josep Ll. Gómez Mompert (2010): *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica*, Valencia, Tirant lo Blanch.
- Boukes, Mark; Hajo G. Boomgaarden; Marjolein Moorman; Claes H. de Vreese (2015): «At Odds: Laughing and Thinking? The Appreciation, Processing, and Persuasiveness of Political Satire», en *Journal of Communication*, 65, 5: 721–744. <https://doi.org/10.1111/jcom.12173>.
- Buckman, Elcha Shain (1994): *The Handbook of Humor: Clinical Applications in Psychotherapy*, Malabar, Krieger Publishing Company.
- Casero Ripollés, Andreu (2011): «Vida privada en la esfera pública: la intimidad de los actores políticos españoles en televisión», en Casero Ripollés, Andreu; José Javier Marzal (eds.) (2011): *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias*, Zamora, Comunicación Social y Ediciones y Publicaciones: 170-195.
- Chico Rico, Francisco (2019): «János S. Petőfi's Linguistic and Textual Theory and the Recovery of the Historical Thinking about Rhetoric», en Borreguero Zuloaga, Margarita; Luciano Vitacolonna (2019): *The Legacy of János S. Petőfi. Text Linguistics, Literary Theory and Semiotics*, Newcastle, Cambridge Scholars: 110-131.
- Conill, Jesús; Vincent Gozávez (eds.) (2004): *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*, Barcelona, Gedisa.
- Critchley, Simon (2010): *Sobre el humor*, Torrelavega, Quálea editorial.
- Dagnes, Alison (2012): *A Conservative Walks Into a Bar: The Politics of Political Humor*, New York, Palgrave Macmillan.
- Elliott, Robert C. (1960): *The Power of Satire: Magic, Ritual, Art*, Princeton, Princeton University Press.
-

- Ezcurra, José Ángel (1995): «Crónica de un empeño dificultoso. El *Triunfo* de las luces», en Alted, Alicia; Paul Aubert (eds.) (1995): *Triunfo en su época*, Madrid, École des Hautes Études Hispaniques–Casa de Velázquez Ediciones Pléyades: 503–632.
- Fernández Lagunilla, Marina (1999a): *La lengua en la comunicación política I: El discurso del poder*, Madrid, Arco Libros.
- Fernández Lagunilla, Marina (1999b): *La lengua en la comunicación política II: La palabra del poder*. Madrid, Arco Libros.
- Foucault, Michel (1966): *Heterotopías y cuerpo utópico. Topologías. Transcripción de dos radiofonías, 7 y 21 de diciembre de 1966*. Traducción de Rodrigo García. http://hipermedula.org/wp-content/uploads/2013/09/michel_foucault_heterotopias_y_cuerpo_utopico.pdf (último acceso: 13/09/2022).
- Foucault, Michel (1999): *Obras esenciales*, Barcelona, Paidós.
- Foucault, Michel (2004): «Des espaces autres», *Empan*, 54, 2: 12. <https://doi.org/10.3917/empa.054.0012>.
- Foucault, Michel (2010): *El cuerpo utópico: Las heterotopías*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Freud, Sigmund (2012): *El chiste y su relación con lo inconsciente*, Madrid, Alianza editorial.
- García Avilés, José Alberto (2007): «El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea», *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, 35: 47–63.
- García Rodríguez, María José (2020a): *Teoría de la parodia*, Madrid, Visor.
- García Rodríguez, María José (2020b): «La parodia, fuerza ilocucionaria», *Rilce: Revista de Filología Hispánica*, 37, 1: 266–76. <https://doi.org/10.15581/008.37.1.266-76>.
- Gordillo, Inmaculada; Virginia Guarinos; Antonio Checa; M^a del Mar Ramírez Alvarado; Jesús Jiménez-Varea; Francisco J. López-Rodríguez; Fátima de los Santos; Miguel A. Pérez-Gómez (2022): «Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment», *COMUNICACIÓN. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 1, 9: 93–106. <https://revistascientificas.us.es/index.php/Comunicacion/article/view/21596> (último acceso: 18/09/2022).
- Graber, Doris A (1994): «The Infotainment Quotient in Routine Television News: A Director's Perspective», *Discourse & Society*, 5, 4: 483–508. <https://doi.org/10.1177/0957926594005004004>.

- Gruner, Charles R. (1997): *The game of humor: a comprehensive theory of why we laugh*, New Brunswick (NY), Transaction Publishers.
- Hart, Marjolein (2007): «Humour and Social Protest: An Introduction», *International Review of Social History*, 52, 15: 1–20. <https://doi.org/10.1017/s0020859007003094>.
- Hart, Roderick P.; E. Johanna Hartelius (2007): «The Political Sins of Jon Stewart», *Critical Studies in Media Communication*, 24, 3: 263–72. <https://doi.org/10.1080/07393180701520991>.
- Hernández González, María Belén (2022): «El humor, la ironía y el cómico: Códigos transgresores de lenguajes e ideologías», *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 8: 217–32. <https://doi.org/10.5944/signa.vol8.1999.32918>.
- Hobbes, Thomas (1983): *Leviatán*, Madrid, Editora Nacional.
- Hoffman, Lindsay H.; Dannagal G. Young (2011): «Satire, Punch Lines, and the Nightly News: Untangling Media Effects on Political Participation», *Communication Research Reports*, 28, 2: 159–68. <https://doi.org/10.1080/08824096.2011.565278>.
- Jaén, Rafael (2008): «Los Guiñoles: ‘Matarile rip kaput’ o 13 años jugando a reírse de los poderosos (ustedes elijan)», en Sangro, Pedro; Alejandro Salgado (eds.) (2008): *El entretenimiento en TV: Guion y creación de formatos de humor en España*, Barcelona, Laertes: 293-311.
- Kovach, Bill; Tom Rosenstiel (2012): *Los elementos del periodismo*, Madrid, Aguilar.
- Krüger, Udo-Michael (1988): «Infos-infotainment-entertainment», *Media Perspektiven. Programmanalyse*, 10: 637-664.
- LaMarre, Heather L. y Whitney Walther (2013): «Ability Matters: Testing the Differential Effects of Political News and Late-Night Political Comedy on Cognitive Responses and the Role of Ability in Micro-Level Opinion Formation», *International Journal of Public Opinion Research*, 25, 3: 303–22. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edt008>.
- Lakoff, George (2007): *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*, Madrid, Editorial Complutense.
- Larsen, Egon (1980): *Wit as a Weapon: The Political Joke in History*, London, F. Muller.
- Llera, José Antonio (1999): «Prolegómenos para una teoría de la sátira», *Tropelías: Revista de teoría de la literatura y literatura comparada*, 9-10: 281-293.
- López Eire, Antonio; Javier de Santiago Guervós (2000): *Retórica y comunicación política*, Madrid, Alianza.
-

- Lozano Rendón, José Carlos (2004): «Espectacularización de la información en noticieros televisivos de Canadá, Estados Unidos y México», *Diálogo Político*, 21, 1: 102-115.
- Lukács, György (1971): *Nueva historia de la literatura alemana*, Buenos Aires, La Pléyade.
- Martin, Rod A. (2000): «Humor and Laughter», *Encyclopedia of Psychology*, 4: 202–204. <https://doi.org/10.1037/10519-086>.
- Moreno del Río, Carmelo (2014): «Sátira política en televisión, ¿género informativo?», *ElDiario.es*, 10 de mayo de 2014. https://www.eldiario.es/agendapublica/nueva_politica/satira-politica-television-genero-informativo_1_4894835.html (ultimo acceso: 18/09/2022).
- Moreno del Río, Carmelo (2015): «Humor satírico e ironía costumbrista en la televisión pública vasca del siglo XXI. El fenómeno *Vaya Semanita*», en Bottin, Béatrice; Bénédicte de Buron-Brun (eds.) (2015): *El humor y la ironía como armas de combate: literatura y medios de comunicacion en España (1960-2014)*, Sevilla, Renacimiento: 607-629.
- Morreall, John (1987): *The Philosophy of Laughter and Humor*, Albany, SUNY Press.
- Nabi, Robin L. (2007): «Determining Dimensions of Reality: A Concept Mapping of the Reality TV Landscape», *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51, 2: 371–90. <https://doi.org/10.1080/08838150701307111>.
- Núñez Cabezas, Emilio A.; Susana Guerrero Salazar (2002): *El lenguaje político español*, Madrid, Cátedra.
- Ortega-Esquembre, César; Miguel Ortega (2021): «La repolitización de la sociedad como sentimentalización de la política. ¿Superación del privatismo civil?», *RECERCA. Revista de Pensament i Anàlisi*. <https://doi.org/10.6035/recerca.3823>.
- Ortega y Gasset, José (1972): «El Espectador (extraits)», *Études littéraires* 5, 1: 115-130. <https://doi.org/10.7202/500224ar>.
- Ortells Badenes, Sara (2011): «La consolidación de los programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español», *Fòrum de recerca*, 16: 279-292.
- Parra Valencia, Juan Diego (2017): «Imagen, virtualidad y heterotopía. Reflexiones acerca de la imagen y su función heterotópica», *Civilizar*, 17, 32: 229. <https://doi.org/10.22518/16578953.828>.
- Perelman, Chaïm; Lucie Olbrechts-Tyteca (1989): *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*, Madrid, Gredos.
-

- Perlmutter, Daniel D (2000): «Tracing the Origin of Humor», *Humor - International Journal of Humor Research*, 13, 4: 457-468. <https://doi.org/10.1515/humr.2000.13.4.457>.
- Péronnet, Michel (1985): *Vocabulario básico de la Revolución Francesa*, Barcelona, Crítica.
- Pujante, David (1999): *El hijo de la persuasión. Quintiliano y el estatuto retórico*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos.
- Quintiliano, Marco Fabio (1970): *Institutio oratoria*. Edición de Michael Winterbottom, Oxford, Oxford University Press.
- Rest, Jaime (1991): *Conceptos de literatura moderna*, Buenos Aires, CEAL.
- Rodríguez Pequeño, Javier (2020): «Operaciones translaticias en lo cotidiano y en la actualidad: metáforas, analogías, parodias y lo grotesco en comedias», en Rodríguez Santos, José María (coord.) (2020): *El monólogo cómico. Retórica y Poética de la comedia de Stand Up: transferencias y escena*, Valladolid, Universidad de Valladolid: 187-206.
- Rodríguez Santos, José María (2017): «Imagen social e identidad en el monólogo cómico», *Actio Nova: Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 1: 51-68. <https://doi.org/10.15366/actionova2017.1.003>
- Ruiz Rico, Manuel (2020): «El periodismo reconstructivo como género periodístico en la era de la posmodernidad digital», *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 25, 1: 39-48. [https://doi.org/10.35742/rcci.2020.25\(1\).39-48](https://doi.org/10.35742/rcci.2020.25(1).39-48).
- Sánchez García, Francisco José (2009): «Usos metafóricos del lenguaje político español. La metáfora estructural en los debates sobre el estado de la nación», en Cantos Gómez, Pascual; Aquilino Sánchez Pérez (eds.) (2009): *A survey of corpus-based research*, Murcia, Asociación Española de Lingüística del Corpus: 989-1007. <https://www.um.es/lacell/aelinco/contenido/pdf/67.pdf>.
- Schoentjes, Pierre (2003): *La poética de la ironía*, Madrid, Cátedra.
- Schopenhauer, Arthur (1983): *El mundo como voluntad y representación*, México, Porrúa.
- Simpson, Paul (2003): *On the Discourse of Satire: Towards a Stylistic Model of Satiric Humour*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins.
- Sobieraj, Sarah; Jeffrey M. Berry (2016): *Outrage Industry: Political Opinion Media and the New Incivility*, Oxford, Oxford University Press.
- Valhondo Crego, José Luis (2007): «Infosátira y democratización del espacio televisivo», *Quaderns del CAC*, 27: 63-71.
- Valhondo Crego, José Luis (2011): *Sátira televisiva y democracia en España: la popularización de la información política a través de la sátira*, Barcelona, UOC.
-

- Vattimo, Gianni (1999): «Crítica-estructuralismo-hermenéutica-heterotopía. El estructuralismo y el destino de la crítica», *Insomnia*, 85. <http://www.henciclopedia.org.uy/autores/Vattimo/Vattimo1.htm> (último acceso: 18/09/2023)
- Vilches, Gerardo (2021): *La satírica transición: revistas de humor político en España (1975-1982)*, Madrid, Marcial Pons.
- Warner, Jamie (2007): «Political Culture Jamming: The Dissident Humor of “The Daily Show With Jon Stewart”», *Popular Communication*, 5, 1: 17–36. <https://doi.org/10.1080/15405700709336783>.
- Weber, Peter (2015): «The Flipside Is a Good Example of Why There's No Conservative the Daily Show», *Week*, 9 de enero de 2015. <https://theweek.com/articles/449302/flipside-good-example-why-theres-no-conservative-daily-show> (último acceso: 18/09/2023)
- Young, Dannagal Goldthwaite (2020): *Irony and Outrage: The Polarized Landscape of Rage, Fear, and Laughter in the United States*, Oxford, Oxford University Press.
- Young, Dannagal G.; Lindsay Hoffman (2012): «Acquisition of Current-Events Knowledge From Political Satire Programming: An Experimental Approach», *Atlantic Journal of Communication*, 20, 5: 290–304. <https://doi.org/10.1080/15456870.2012.728121>.
- Ziv, Avner (1984): *Personality and Sense of Humor*, New York, Springer Pub. Co.
- Zoonen, Liesbet Van (2005): «A Tyranny of Intimacy? Women, Femininity and Television News», en Zoonen, Liesbet Van (2005): *Communication and Citizenship*, Routledge: 217–35. <https://doi.org/10.4324/9780203977880-10>.

SOBRE EL AUTOR

José María Rodríguez Santos

José María Rodríguez Santos es Doctor en Teoría de la Literatura y Literatura Comparada por la Universidad Autónoma de Madrid y Máster en Enseñanza del Español como Lengua Extranjera por la Universidad de Valladolid. Actualmente es profesor en la Universidad Internacional de La Rioja y profesor honorario de Teoría de la Literatura y Literatura comparada de la Universidad Autónoma de Madrid. Es miembro del grupo de investigación Comunicación, Poética y Retórica (CPyR). Sus áreas de especialidad se centran en la Teoría de la Literatura y Literatura Comparada.

Contact information: Universidad Internacional de la Rioja.

Email: josemaria.rodriguez@unir.net