



Gobernanzas para una política de la solidaridad en América Latina

Graciana Vázquez Villanueva (Compiladora)



FILO:UBA
Facultad de Filosofía y Letras

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS DE LA UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Decana Graciela Morgade	Secretaría Hacienda Marcela Lamelza	Dirección de Imprenta Rosa Gómez
Vicedecano Américo Cristófolo	Subsecretaría de Bibliotecas María Rosa Mostaccio	
Secretaría Académica Sofía Thisted	Subsecretario de Publicaciones Matías Cordo	
Secretaría de Extensión Ivanna Petz	Subsecretario de Transferencia y Desarrollo Alejandro Valitutti	
Secretario de Posgrado Alberto Damiani	Subsecretaría de Cooperación Internacional Silvana Campanini	
Secretaría de Investigación Cecilia Pérez de Micou		
Secretario General Jorge Gugliotta		

Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras
Colección Saberes

Imagen de tapa: González Camarena, J. (1965) *Presencia de América Latina* (Mural 20 x 6m).
Concepción, Chile, Casa del Arte José Clemente Orozco, Universidad de Concepción.

ISBN 978-987-8363-18-9
© Facultad de Filosofía y Letras (UBA)

Subsecretaría de Publicaciones
Puan 480 - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - República Argentina
Tel.: 4432-0606 int. 213 - info.publicaciones@filo.uba.ar
www.filo.uba.ar

Gobernanzas para una política de la solidaridad en América Latina / Graciana Vázquez Villanueva...
[et al.]; compilado por Graciana Vázquez Villanueva. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires:
Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires, 2020.
350 p.; 21 x 14 cm. - (Saberes)

ISBN 978-987-8363-18-9

1. Análisis del Discurso. 2. Lingüística. 3. Actores Sociales. I. Vázquez Villanueva, Graciana, comp.
CDD 401.41

Capítulo 5

Gobernanza y representación del humor político en las redes sociales

Argentina: 2016-2019

Cristian Eduardo Palacios

Parques de diversiones o antesalas del horror

En la segunda temporada de *Westworld* —serie creada por Jonathan Nolan y Lisa Joy para el Canal HBO, en 2016-2018— el segundo capítulo echa luz sobre las razones que subyacen a la creación del parque temático que da nombre a la serie televisiva. Como se sabe, esta es una *remake* serializada de la película de ciencia ficción que realizó Michael Crichton en 1973 —*Westworld. Almas de metal*, con su secuela *Mundo futuro* de 1976— que reactualiza la *fábula* del original en, por lo menos, tres aspectos: en primer lugar, la serie se toma mucho más tiempo en indagar la naturaleza misma del parque que en desarrollar el conflicto que daba pie a la película. En aquella, como en la más tardía *Jurassic Park* (escrita también por Michael Crichton y dirigida por Steven Spielberg, en 1993) se trataba, principalmente, del clásico *locus* terrorífico del parque de diversiones que se torna aterrador como consecuencia de la —también clásica— rebelión del objeto que deviene en sujeto, que mira en lugar de ser mirado: robots, dinosaurios o juguetes, como en la muy reciente *Toy Story 4* (Palacios, 2019).

En segundo lugar, por la presencia casi ineludible del problema de la inteligencia artificial, o más precisamente, de la conciencia artificial, dado que en casi todos los abordajes televisivos, cinematográficos o literarios sobre el tema se parte de la idea de que ya existe alguna clase de inteligencia artificial que por uno u otro motivo adquiere conciencia de sí misma (como ocurre en la saga *Terminator*, *I.A.*, *Her*, *Ex Machina*, *Avengers: Age of Ultron* o en los capítulos *White Christmas*, *USS Callister* y *Black Museum* de *Black Mirror*). Es de destacar, sin embargo, que mientras *I.A.* o *Ex Machina* plantean el asunto desde el punto de vista del cuerpo robótico, *Terminator*, *Her* o *Avengers: Age of Ultron* se aventuran a pensar la idea de una conciencia en red, es decir, desafectada de cualquier entorno corporal.

Y este es el tercer aspecto en el que la *remake* difiere de la película original. Porque si en la primera temporada había una obsesión con la cuestión del cuerpo, su destrucción o su construcción, su uso o recomposición —la imagen del Hombre de Vitruvio, de Leonardo da Vinci, corona la presentación de cada episodio (Vila y Vilar, 2017)—; en la segunda temporada, ya se insinúa que esos cuerpos se encuentran a su vez conectados a través de una red *peer-to-peer* (P2P)¹ y, lo que es más importante, que los anfitriones-robots, con sus narrativas “preseteadas”, dispuestas a repetir en *loop* ese íntimo instante que define para siempre su forma de ser, no son sino las constantes de un gigantesco experimento en el que las variables son justamente los humanos-visitantes. Y eso es precisamente lo que, en la serie, le sugiere el joven William al multimillonario y futuro inversor del parque James Delos:

1 Red *peer-to-peer* (P2P): red entre pares.

La mitad de tu presupuesto de marketing se gasta en intentar descubrir lo que quiere la gente. Porque ellos no lo saben. Pero aquí, son libres. Nadie los observa. Nadie los juzga [...] Este es el único sitio del mundo donde puedes ver a la gente como realmente es. Y si no ves el negocio en eso, entonces no eres el hombre de negocio que pensaba que eras. (Nolan y Joy, 2018)

Westworld se insinúa entonces como una de las más acabadas metáforas sobre las redes sociales de las que disponemos en la actualidad. Parques de diversiones que acaban transformándose en antecámaras del horror, lugares de esparcimiento en donde se nos escanea, se nos estudia, se nos vigila y donde, cada tanto, por mucho que les pese a los nuevos dioses del mundo virtual, el tiempo se sale de quicio y todo acaba saliendo mal (algo similar ocurre en el segundo capítulo de la quinta temporada de *Black Mirror*). De lo que se trata, en el fondo, es de la interacción entre los individuos, las corporaciones, los programas y las narrativas que estos vehiculizan.

Qué hacer con todo eso que siguen haciendo de uno

Hoy, 10 de diciembre de 2019, la pregunta sigue siendo cómo hacer algo con todo esto que vienen haciendo de uno. Cómo contrarrestar la formación de subjetividades neoliberales que naturalizan la injusticia radical del mundo en el que vivimos, eso que Mark Fisher llamó *realismo capitalista* es decir, la convicción generalizada de que el capitalismo es lo único real (Fisher, 2016). Cómo sobrevivir en esta red de redes que constituye en la actualidad todo lo que es el mundo. Escribo esto desde un rincón del conurbano bonaerense el día en que Mauricio Macri deja la presidencia

(porque la democracia se ha impuesto, pese a todo) luego de haber protagonizado uno de los gobiernos más desastrosos en todo concepto, de la historia democrática argentina, con un 35% de pobreza, la tasa de inflación más alta de los últimos 28 años, una devaluación del peso del 700% y lo que es más grave, con un caudal de votos más que considerable, ya que ganaron, por cuarta vez consecutiva, en el distrito de la ciudad de Buenos Aires, con números que solo parece posible explicar apelando a la noción clásica de ideología como “falsa conciencia”. Con el macrismo, además, experimentamos la irrupción del tipo de *totalitarismo invertido* del que nos habla Sheldon Wolin (2008), cuyo color local es además una clase de totalitarismo cínico, en los términos en que los describe Marx (1867), en *El Capital*, cuando nos recuerda que el capitalista, por definición, ríe. Es decir que al descalabro general hubo que superponerle la íntima convicción de que además se estaban burlando de nosotros.

Es en este contexto en el que toma forma la noción de *gobernanza*, entendida aquí como la capacidad y acto de tomar decisiones colectivas en un territorio o comunidad, que puede abarcar desde una familia hasta el planeta entero, y desde las políticas públicas a la empresa, el asociativismo o la gestión de redes virtuales. *Gobernanza* pone el foco en los numerosos factores de poder que inciden en las relaciones Estado-Sociedad a partir de las transformaciones sociales que se han producido en el plano global en las últimas décadas. La acción gubernamental es entendida entonces como gestión de redes (en sentido amplio) integradas por una multiplicidad de actores, tanto públicos como privados, que interactúan de forma compleja en el espacio social.

El ascenso del término *gobernanza* coincide punto por punto con el ascenso del poder financiero global, cuyo más fiel promotor en nuestro país ha sido el gobierno de Mauricio Macri, e implica ante todo la efectiva constatación

de que, en efecto, vivimos en sociedades hiperconectadas de cuyas múltiples tramas somos forzados a participar compulsivamente. Uno de los tantos síntomas de esta condición lo constituye el hecho de que en el seno de la vida cotidiana se utiliza el término ‘red social’ para referirse de modo casi exclusivo a las redes cibernéticas de gestión privada por cuyo uso los individuos pagamos con información que volcamos de forma involuntaria en el ciberespacio (tal y como en el caso de *Westworld*). En la actualidad, cada uno es su propio multimedio, lo cual implica la obligatoriedad de producir contenidos particulares y ponerlos a circular adaptándonos a las restricciones, formatos y posibilidades de cada red social específica. Leemos y producimos en las redes, al tiempo que somos leídos y producidos por ellas. Porque además, dichas redes constituyen modos de subjetivación disociados. Actuamos y nos constituimos de modo diferente frente a cada una de las redes sociales intersubjetivas de las que somos compelidos a formar parte.

Es en este marco donde ingresa el humor. Como se sabe, los discursos irrisorios (es decir, todos aquellos discursos que ejercen alguna clase de desvío respecto de lo que se considera serio en un determinado contexto social) juegan en el día a día de nuestra convivencia en las redes (en todas las redes sociales, pero principalmente en las que aquí hemos llamado *redes cibernéticas de gestión privada*) un papel fundamental. Después de todo, el humor (y no lo cómico) sigue siendo el arma más poderosa que tenemos (la única, según Freud, que además no compromete nuestra salud anímica) para paliar los efectos de una realidad insana. El humor es nuestra herramienta más efectiva de desubjetivación en un contexto en el que somos literalmente bombardeados por las más diversas formas de subjetivación. Pero también lo cómico, entendido aquí como un desvío de una clase diferente a la del humor, resulta fundamental

a la hora de constituir comunidades discursivas. Lo cómico está en la base, por ejemplo, de la gran mayoría de los discursos identitarios (Palacios, 2017).

En las páginas que siguen buscaremos trazar algunas líneas de investigación que nos permitan entender el funcionamiento de las operaciones cómicas y humorísticas en las redes. El estudio de los discursos irrisorios nos parece fundamental a la hora de analizar los modos de subjetivación hipermediáticos que impiden o autorizan la conformación de comunidades discursivas dentro y fuera del ciberespacio. En este sentido analizaremos tanto la proliferación de discursos irrisorios deliberadamente producidos como tales (memes, chistes, parodias, etcétera) como la propia actitud humorística (cínica, irónica, jocosa, lúdica) de la que suelen imbuirse los hablantes a la hora de interactuar con otros hablantes en Internet.

La cuestión sigue siendo, después de todo, como evitar que hagan de uno aquello que precisamente quieren hacer.

Dime qué memes y te diré quién eres

Se suele señalar que, en la actualidad, el sistema de medios masivos que dominó la comunicación global durante gran parte del siglo XX debe interactuar con los numerosos sistemas hipermediáticos conformado por las redes sociales de medios con base en la telefonía móvil e Internet. Las propiedades más relevantes de este nuevo ecosistema discursivo lo constituyen la emergencia de enunciadores hipermediáticos y la multiplicación de direcciones comunicacionales. Con la aparición de las redes sociales de medios cualquier individuo o colectivo que abre una cuenta (perfil de usuario) puede constituirse en un medio de comunicación, es decir, que puede ubicarse en una instancia de producción.

Esta proliferación, que fue saludada en sus albores como una herramienta que democratizaba el acceso a los espacios de enunciación, fue evidenciándose cada vez más como la antesala del horror que representa hoy en día, donde asistimos impávidos al espectáculo de corporaciones multimillonarias que tuercen las decisiones de los ciudadanos apelando principalmente a su sistema de afectividades: el enojo, la ira, la indignación y también, claro está, lo cómico².

En el nuevo sistema comunicacional, como hemos señalado antes, cada uno es su propio multimedia. Es bastante común que un ciudadano promedio con acceso a Internet tenga al menos dos o más cuentas de redes sociales, a menudo muchas más, en las que vuelca los contenidos que él mismo genera.³ Estos contenidos compiten con aquellos producidos por las grandes empresas de medios en un nivel de aparente igualdad. Cada vez menos aparente, en verdad, dado que asistimos a un creciente proceso de regulación e institucionalización de Internet donde la ilusión democrática va dejando lugar a lo evidente: en las *redes cibernéticas de gestión privada* los espacios de difusión se pagan. Con todo, sigue siendo verdad que la nube puede aún albergar canales de comunicación que no tienen cabida en el sistema de medios analógico. Así, por ejemplo, en el período analizado, la persecución a los medios opositores que se efectivizó en el despido de periodistas, la cancelación de la pauta oficial y el encarcelamiento de los dueños de dichos

2 Los casos más resonantes los constituyen el Live EU, las elecciones de EE.UU. de 2016 y la victoria de Bolsonaro en Brasil en 2018, pero existen pruebas fehacientes de que la empresa Cambridge Analytica incidió incluso en la campaña presidencial de 2015 en nuestro país.

3 En 2016, según el sitio GlobalWebIndex, el promedio de redes sociales utilizado por cada usuario era de 5,54 y el promedio de cuentas (se puede tener más de una cuenta en una misma red) era de 7. En línea: <<https://www.globalwebindex.com/>>; <<https://blog.globalwebindex.com/chart-of-the-day/internet-users-have-average-of-5-54-social-media-accounts/>>; ><https://blog.globalwebindex.com/chart-of-the-day/internet-users-have-average-of-7-social-accounts/>>.

medios tuvo como correlato el surgimiento de sitios web financiados por el aporte voluntario de los usuarios, con posibilidades enunciativas que escapan a los sistemas tradicionales (es el caso de El Destape Web, la radio Futurock y el diario Tiempo Argentino).

Durante el siglo XX, en el apogeo de los medios masivos de comunicación, existía una notable asimetría entre la instancia de producción y la de reconocimiento. Es decir, los medios estaban por un lado y el público, por el otro. Predominaba la dirección comunicacional descendente (desde las instituciones mediáticas hacia los receptores). En el sistema hipermediático se suman otras dos direcciones: la ascendente (desde los individuos y colectivos mediatizados hacia los medios masivos) y la horizontal (comunicación entre pares).

Esta última resulta, en particular, relevante en la creación y difusión de memes, imágenes de circulación anónima y contenido predominantemente irrisorio basada, sobre todo, en la reapropiación de materiales preexistentes. Los más rudimentarios toman la forma de una viñeta de texto superpuesto (rara vez admiten globos de diálogo) sobre una imagen de procedencia reconocida: los *Simpson*, el *Show del Chavo*, fotogramas de películas, series e incluso obras de arte. Algunos memes canalizan gestos estandarizados en los rostros de celebridades. Otros se estructuran con base en un sistema de pregunta-respuesta. Muchos usan plantillas cuyo reconocimiento como material memético pasa a formar parte del mecanismo irrisorio mismo. Es el caso de los memes del rapero Aubrey Drake Graham (Figuras 1, 2 y 3).



Figura 1. Meme del rapero Aubrey Drake (2016).



Figura 2. Meme del rapero Aubrey Drake (2016).



Figura 3. Meme sobre el debate presidencial argentino (2019).

Como se ve, gran parte de la comicidad de la Figura 3, creada a partir del debate presidencial del 20 de octubre de 2019, descansa en el reconocimiento de la imagen memética previa (la del rapero), sobre la cual se ha montado la cabeza del Presidente. Este tipo de montaje de rusticidad evidente es otra de las marcas propias del meme.

Así, tanto por su modo de circulación como por su carácter anónimo y predominantemente social, el meme replica modos de comportamiento por lo común atribuidos al chiste. De hecho, para el campo del humorismo, el sistema de medios masivos se ha nutrido tradicionalmente de chistes forjados de manera social y colectiva en el seno de la cultura

oral. Es decir que, en lo que respecta a la cultura cómica, este carácter multidireccional de la comunicación que nos parece propio de la era digital no tiene nada de novedoso. Un chiste es una clase discursiva de circulación multidireccional y autoría colectiva que, como el mito, no admite original. Su rasgo más distintivo es su capacidad de transformación y supervivencia, el hecho de que no parezca estar en ningún lugar. Cada individuo al contar un chiste, ya sea en una ceremonia propia del caso, en un programa de televisión o al pasar —en el marco de cualquier otro discurso de índole diferente—, lo actualiza dotándolo de pequeñas variaciones que al cabo del tiempo se estandarizan. En el transcurso de mis investigaciones sobre la risa observé a menudo como, pese a su carácter aparentemente coyuntural, era posible vislumbrar operaciones de lo risible que parecían sobrevivir por el espacio de siglos e incluso de milenios. Necesitamos hacer un Doctorado en Literatura Clásica para reírnos con Aristófanes, pero la forma en que construye sus bromas, sus insultos o los mecanismos de cada *gag*, son básicamente los mismos que utilizamos hoy en día.

Además de su carácter icónico, la otra diferencia sustancial entre los memes y los chistes es la instantaneidad con que los primeros salen a la luz desde el momento en que se produce el acontecimiento que los determina. Salvando esta distancia, más cuantitativa que cualitativa, unos como otros comparten rasgos de la cultura oral, anárquica y subterránea en la cual desde siempre han circulado rumores, mitos, noticias falsas y calumnias. Estos rasgos hacen que unos y otros sean tributarios de los deseos, terrores, fantasías colectivas y miedos de una sociedad en un momento determinado. Y aunque no podemos determinar a ciencia cierta qué clase de relación individual establecen ambos con el inconsciente, dado que excede a nuestro campo de análisis, sí podemos describir a nivel social unas relaciones

muy profundas con el *interdiscurso*, entendido aquí como... “el exterior específico de un proceso discursivo dado [...] es decir, los procesos que intervienen en la constitución y organización de este último” (Pêcheux, 1978: 251)⁴. Los chistes y los memes nos dicen quiénes somos o por lo menos quiénes creemos ser (como sociedad, claro está, pero también como integrantes individuales de esa sociedad).

Este carácter anárquico y salvaje constituye también su mayor virtud dado que *cualquier uso político de un meme puede rápidamente devenir en su contrario*. Es el caso, por ejemplo, de la llamada “Campaña Bu” (Figura 4), alentada desde las filas del macrismo para burlarse de las prevenciones de quienes, desde el bando contrario, alertábamos sobre las posibles consecuencias de un gobierno neoliberal, que fue el más previsible de la historia política argentina hasta ahora. En la circulación del meme, sin embargo, las posibilidades metameméticas facilitan su reapropiación por el bando contrario (Figuras 5 y 6). Aplica aquí lo que hemos señalado varias veces respecto de los discursos irrisorios (Palacios, 2018), el hecho de que si bien todo discurso se presenta de una u otra manera como transformación de un discurso previo, la característica principal de los discursos irrisorios es el énfasis que ponen en hacer explícita dicha transferencia. Este énfasis, en el caso de los memes, resulta de vital importancia para entender su elemento cómico y evoca un tipo de destinatario capaz de comprender la referencia. En este caso, el efecto cómico resulta inentendible para quienes no estén advertidos sobre la existencia de la Campaña Bu (Figura 6).

4 Desde las primeras formulaciones de la Escuela Francesa de Análisis del Discurso de 1969, se supuso la existencia de un dominio de lo “ya dicho”, pero sería todavía analizable y aprehensible (aunque Pêcheux plantea la idea de una exterioridad al discurso que es sin embargo constitutiva de este) (Glozman y Monteiro, 2010). El *interdiscurso*, por lo tanto, no puede lisa y llanamente asimilarse al intertexto como en Maingueneau (2008): “el *interdiscurso* es al discurso lo que el intertexto es al texto” (Charaudeau y Maingueneau, 2005: 63).



Figura 4. Meme de la Campaña Bu (2015).



Figura 5. Meme sobre la Campaña Bu (2017).



Figura 6. Meme "Lo llamaban 'Campaña Bu!'" (2018).

Aplica también aquí lo que se verifica en otras clases de discursos irrisorios, principalmente cómicos: se da un efecto de reconocimiento que instaura una complicidad entre autor y lector. Este efecto de reconocimiento conlleva un doble resultado: el de inclusión del lector que pasa a formar parte del universo cultural del productor y se hace así "cómplice"; y el de exclusión de quienes no poseen el conocimiento previo necesario. Ahora bien, aun en este segundo caso, para todo lector no familiarizado con el código, el efecto de reconocimiento subsiste. El lector de un

meme puede reponer el presupuesto ideológico que desconoce a partir del meme mismo, dado que reconoce, en principio, que es un meme y que debe haber algo allí de lo que se puede uno reír.

Memes, chistes, parodias y un largo, largo etcétera

La pregunta que subyace entonces es si las *redes cibernéticas de gestión privada* constituyen un nuevo medio por el que se difunden contenidos similares a los que se producen en otros medios o si, por el contrario, existe un humor propio de ellas. En principio deberíamos diferenciar entre dos casos: los medios propios de Internet y las cuentas que remiten a un medio preexistente. Entre los del primer caso encontramos las páginas de Facebook: Eameo,⁵ el colectivo Alegría,⁶ Acción Noética,⁷ Gatos en el Espacio,⁸ El Viejo Garca,⁹ etcétera. Todas estas páginas tienen sus cuentas correspondientes en Twitter, Youtube e Instagram. Entre las cuentas del segundo caso, en el marco de los discursos irrisorios, podemos mencionar las *fanpages* de Barcelona,¹⁰ Cualca,¹¹ Sobredosis de TV,¹² los humoristas gráficos Tute¹³ o Alberto Montt,¹⁴ los canales de Youtube de Capusotto,¹⁵

5 Eameo: <<https://www.facebook.com/eh.ameoo/>>

6 Alegría: <<https://www.facebook.com/alegriapolitica/>>

7 Acción Noética: <<https://www.facebook.com/Acci%C3%B3n-No%C3%A9tica-1669728399747813/>>

8 Gatos en el Espacio: <<https://www.facebook.com/Gatosenelespacio/>>

9 El Viejo Garca: <<https://www.facebook.com/elviejogarca/>>

10 Barcelona: <<https://www.facebook.com/RevistaBarcelona/>>

11 Cualca: <<https://www.facebook.com/cualca.ddd/>>

12 Sobredosis de TV: <<https://www.facebook.com/c5nsobredosisdetv/>>

13 Tute: <<https://www.facebook.com/Tute.dibujante/>>

14 Alberto Montt: <<https://www.facebook.com/dosisdiarias/>>

15 Capusotto: <<https://www.youtube.com/user/petercapusottotv>>

Malena Pichot¹⁶ u otros humoristas reconocidos que utilizan las plataformas virtuales para crear contenidos. Finalmente podemos mencionar aquellos contenidos específicamente producidos para las redes sociales que por su formato solo pueden circular por un medio digital. Por ejemplo, el GIF es un tipo de texto a medio camino entre la animación y el fotograma que no es admisible en ningún medio analógico. Roles similares cumplen los *stickers* o emojis, por lo general de carácter lúdico, que pueden intervenir en una conversación privada o en los comentarios de los usuarios de una página de Facebook o de un canal de Youtube.

En el período que nos ocupa ha sido particularmente relevante el rol de Eameo. Se trata de una página de Facebook que luego adquirió participación en Twitter, Youtube e Instagram, caracterizada por sus fotomontajes cómicos — todos de carácter anónimo y exclusivamente icónico— con ausencia casi total de texto lingüístico que los clarifique. Eameo apela a extremar el carácter interpretativo de sus usuarios a punto tal que en numerosas ocasiones el lector debe recurrir a los comentarios para entender de qué se está hablando. Es, por otra parte, un sitio de rabiosa actualidad. Los memes son elaborados y difundidos casi al mismo tiempo que ocurren los acontecimientos que les dan origen (Figuras 7 y 8).

16 Malena Pichot: <<https://www.youtube.com/user/malepichot>>



Figura 7. Meme sobre Vidal y Cambios (2019).



Figura 8. Meme de Bolsonaro (2019).

Sin embargo, la operación política por excelencia de lo irrisorio en las redes sociales lo constituye el mecanismo por el cual textos, videos e imágenes puestos a circular por Internet son reapropiados por los usuarios con fines humorísticos. El humor y lo cómico no solo son modos de decir —o de dibujar o de actuar— sino también aparatos de lectura de la realidad. Particularmente significativas resultan aquellas reapropiaciones que ejercen nula transformación sobre un texto originalmente concebido como serio, como en el caso de la Figura 9, donde la única transformación perceptible es el cambio de contexto.



Figura 9. Macri en Davos (2016).

Este tipo de operaciones ha generado páginas específicas, como por ejemplo, Proyecto Cartele¹⁷ o La Gente anda Diciendo,¹⁸ aunque en estos últimos casos el contenido político es mínimo (Figura 10).

17 Proyecto Cartele: <<https://www.facebook.com/groups/proyectocartele/>>

18 La Gente Anda Diciendo: <<https://www.facebook.com/LaGenteAndaDiciendo/>>



Figura 10. No me baño ni por vos.

Las redes y los cuerpos

El surgimiento de formas de *gobernanza* requiere condiciones estructurales e institucionales mínimas que las hagan viables. Esas condiciones para la *gobernanza* suelen sintetizarse en la noción de ‘capital social’, formulada en el clásico trabajo de Putnam, es decir, el conjunto formado por la confianza social, las normas y las redes que las personas pueden constituir para resolver los problemas comunes (Putnam, 1993). Es en la constitución, aceptación y difusión de dichas normas, redes y sistemas de creencias que los discursos irrisorios juegan un rol primordial. Se impone, sin embargo, una vez más, diferenciar entre lo cómico y lo humorístico, diferenciación que ha estado en la base de la gran mayoría de mis trabajos sobre los fenómenos que atañen a la risa. Los modos cómico y humorístico del discurso son fundamentalmente diferentes en su manera de relacionarse tanto con las condiciones sociales de producción y reconocimiento; como en la posición que ocupa en ellos el sujeto de enunciación o en el alcance “político” de sus mecanismos irrisorios.

La diferenciación entre cómico y humorístico, sin embargo, debe ponerse en relación con un movimiento dialéctico por el cual un texto producido como humorístico alcanza a ser leído como cómico y viceversa. La indecibilidad radical que el humorista plantea a sus lectores puede tranquilamente ser neutralizada por una lectura que reduzca la significación de lo absoluto ridículo asimilándola a cualquier voluntad política o subversiva. Más allá del modo que se le imprima *en producción* a un discurso irrisorio, sobre todo si este modo es humorístico, existe una fatal tendencia, por la dinámica propia del proceso discursivo, a atribuir a un texto humorístico, una intención, cualquiera sea. A reponer con un sentido específico el sinsentido del que el humor por lo común hace gala.

Para concluir, me gustaría señalar que casi no existe comentario o participación en las redes que no esté imbuido de alguna clase de distanciamiento irónico, cínico, cómico o —también, aunque en menor medida— humorístico. Este distanciamiento, aunque mínimo, ha asegurado nuestra supervivencia en el período de gobierno que hoy termina, cuyo signo político han sido las redes y los cuerpos. Las redes, porque no hubo hasta la fecha ningún otro mandato que haya intentado (y en cierta forma logrado) tergiversar algunas de las normas básicas de convivencia social que los argentinos habíamos conseguido perpetuar en el tiempo. Hacia el final del segundo gobierno de Cristina Fernández de Kirchner la gran mayoría de los ciudadanos creían que el Estado debía intervenir en la economía (aún aquellos que votaron a Macri), que los juicios de lesa humanidad debían continuar, que la educación debía ser gratuita, que reprimir era inadmisibles, que ningún pibe nacía “chorro”. Las redes sociales (y también los medios tradicionales, claro) se pusieron al servicio, con una pauta inusitada hasta ese momento, de trastocar esos valores, para convencer al ciudadano promedio de que existía una crisis y unas condiciones económicas adversas, allí donde no las había. Casi lo lograron. Pero el 11 de agosto de 2019, la estrategia se cayó a pedazos. Y entraron en escena los cuerpos. Los cuerpos que hasta entonces habían sido casi exclusivamente los de la militancia opositora que ganó una y otra vez la calle para ofrecer alguna clase de resistencia al saqueo, los cuerpos desaparecidos y asesinados de Rafael Nahuel y Santiago Maldonado, los cuerpos de las mujeres en su lucha por la Ley de la Interrupción Legal del Embarazo, los cuerpos de los docentes que volaron por los aires. Hasta tal punto fue evidente que los cuerpos habían ganado la partida, que el macrismo se vio obligado a ocupar la calle y llamó

a movilizar a sus propias bases. Los cuerpos que entonces ocuparon las plazas del “Sí se puede” (como llamó a su campaña desesperada para torcer el resultado de la elección), esos cuerpos, eran muy distintos a los primeros, ante todo, porque resultaba a todas luces evidente, que eran cuerpos desacostumbrados a movilizarse.

Casualmente o no, ese nuevo flujo de cuerpos que completa (no contradice) la estrategia del poder financiero global para seguir constituyendo subjetividades dóciles ha llegado al terreno de la política en el mismo momento en que las multitudes irrumpieron en escena en Ecuador, Chile, Bolivia y Colombia. Hay una imagen, particularmente movilizadora al respecto. En ella vemos a un manifestante chileno sobre el fondo de un afiche de *The Joker*, la película de Todd Phillips que se centra en la historia del supervillano de *Batman* (Figura 11). El *Joker* de Todd Phillips, en la película, avanza sobre un detalle que hasta ahora se nos había escapado. En una Ciudad Gótica sumida en la pobreza, los Wayne son millonarios. Esta contradicción de base se esfumaba porque en comparación con *Superman*, el otro superhéroe por antonomasia (cuyo supervillano es, no casualmente, un multimillonario), *Batman* se nos aparecía como un proletario, dispuesto a hacer el trabajo sucio. Y es verdad que el filme se cuida de colocar a Bruce Wayne en este lugar y al revés, nos presenta un *Batman* tan dañado como su enemigo. Aquí *Batman* es incapaz de reír. Su padre, en cambio, representa al hombre rico incapaz de empatizar con el otro, con los que fueron apartados del sistema por hombres como él.

Y es aquí donde se hace evidente la enorme capacidad mitopoyética (como decía Eco) de los superhéroes (con sus correspondientes supervillanos). Porque *The Joker* es una película de tremenda actualidad, donde se hace evidente el enfrentamiento cada vez más ostentoso entre ricos y

pobres, aquello que Marx llamó “la lucha de clases”. Pero atención, porque ese enfrentamiento en la actualidad adquiere una forma muy particular, puesto que las clases dominantes se han encargado de dinamitar de raíz cualquier liderazgo que pudiera articular la lucha, creando así un polvorín en el que cualquier chispazo puede hacer saltarlo todo por los aires: esto es Chile y sobre todo Bolivia. Pero también es Brasil, es Inglaterra, España y los EE.UU., donde gobierna, qué duda cabe, un *clown* nefasto. Podría haber sido Argentina (lo fue durante cuatro largos años).

Lucha de clases y rencor de clase sin conciencia de clase, ya lo dijo Mark Fisher, es una combinación letal. Finalmente, *The Joker* es una película sobre el humor, sobre la capacidad destructiva de la risa, que amenaza con llevarse puesta la cultura, toda vez que esta se le enfrenta de igual a igual. La tarjeta con la que el personaje Arthur Fleck pretende paliar los efectos de la risa que se apodera de su cuerpo, una risa que le impide hablar, se va mostrando menos y menos efectiva a medida que avanza la película. No hay discurso que pueda oponerse a la energía destructora del humor (no de lo cómico, representado por Robert De Niro, en su papel de Murray Franklin).

Frente a una realidad insana, en un mundo en donde nada está preparado para la felicidad, el humor sigue siendo, efectivamente, el arma más poderosa que tenemos.



Figura 11. Manifestante chileno (2019).

Bibliografía

- Charaudeau, P. y Maingueneau, D. (2005). *Diccionario de Análisis del Discurso*. Buenos Aires, Amorrortu.
- Fisher, M. (2016). *Realismo capitalista ¿No hay alternativa?* Buenos Aires, Caja Negra.
- Glozman, M. y Monteiro, A. (2010). Lecturas de nunca acabar: Consideraciones sobre la noción de 'interdiscurso' en la obra de Michel Pêcheux. En *Cadernos de Letras da UFF – Dossiê: Letras, linguística e suas interfaces*, núm. 40, pp. 75-96. En línea: <<http://www.cadernosdeletras.uff.br/joomla/images/stories/edicoes/40/artigo3.pdf>> (consulta: 16-11-2019).
- Nolan, J. y Joy, L. (2018). *Westworld*. Segunda Temporada (Serie de televisión). California: HBO.
- Marx, K. (1867). Proceso de trabajo y proceso de valorización. En *El Capital*, libro 1, cap. 5, pp. 234-237.
- Palacios, C. (2017). El papel de lo irrisorio en la constitución de las identidades nacionales. En Flores, A. (comp.), *El rumor del humor: Innovación, rupturas y transformaciones en la cultura humorística argentina*, pp. 14-37. Córdoba: Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba. En línea: <https://ffyh.unc.edu.ar/boletin/ediciones_anteriores/archivos/imagenes/e-books/EBOOK_HUMOR.pdf> (consulta: 14-11-2019).
- (2018). Una ceremonia secreta. La transposición paródica como procedimiento humorístico en la obra de Fontanarrosa. En *CuCo, Cuadernos de Comic*, núm. 11, pp. 81-101. En línea: <<http://cuadernosdecomic.com/docs/revista11/05%20Una%20ceremonia%20secreta.pdf>> (consulta: 12-11-2019).
- (2019). *Toy Story 4*: El discreto encanto de la mercancía. En *Luthor*, vol. 9, núm. 41, pp. 72-81. En línea: <<http://www.revistaluthor.com.ar/spip.php?article221>> (consulta: 8-11-2019).
- Pêcheux, M. (1978). *Hacia el análisis automático del discurso*. Madrid, Gredos.
- Putnam, R. (1993). The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. En *The American Prospect*, vol. 4, núm. 13, pp. 35-42.
- Vila, E. y Vilar, M. (2017). Reglas para el parque no humano. Parques temáticos y mundos ficcionales en *Westworld*. En *Luthor*, vol 7, núm. 31. En línea: <<http://www.revistaluthor.com.ar/spip.php?article160>> (consulta: 23-11-2019).
- Wolin, S. (2008). *Democracia S.A. La democracia dirigida y el fantasma del totalitarismo invertido*. Madrid, Katz.