

Acercamientos

epistemológicos, históricos
y metodológicos a la cultura digital

Blanca Estela Chávez Blanco

Janny Amaya Trujillo

Coordinadoras



Chávez Blanco, Blanca Estela, coordinador
Acercamientos epistemológicos, históricos y metodológicos a la cultura digital / Blanca Estela Chávez Blanco y otros seis-- 1 edición-- Medellín: UPB y Universidad de Guadalajara, 2022 -- 159 páginas. ISBN: 978-628-500-072-0

1. Estudios culturales y sobre medios 2. Filosofía: epistemología y teoría del conocimiento 3. Influencia de la ciencia y la tecnología sobre la sociedad

CO-MdUPB / spa / RDA / SCDD 21 /

© Janny Amaya Trujillo - © Blanca Estela Chávez Blanco - © María Elena Giraldo Ramírez -
© Rodrigo González Reyes - © Ana Valeria Rodríguez Barrientos -
© Luis Ignacio Tellez Sainz - © David Ramírez Plascencia
© Universidad de Guadalajara
© Editorial Universidad Pontificia Bolivariana
Vigilada Mineducación

Acercamientos epistemológicos, históricos y metodológicos a la cultura digital

ISBN: 978-628-500-072-0

DOI: <http://doi.org/10.18566/978-628-500-072-0>

Primera edición, 2022

Escuela de Educación.

CIDI. Grupo: Educación en Ambientes Virtuales. Proyecto: Usos y apropiación de TIC en las prácticas investigativas cualitativas y en los procesos de formación investigativa en educación superior. Radicado: 048B-02/1316

Universidad Pontificia Bolivariana

Gran Canciller UPB y Obispo de Medellín: Mons. Ricardo Tobón Restrepo

Rector General: Pbro. Magíster Julio Jairo Ceballos Sepúlveda

Vicerrector Académico: Álvaro Gómez Fernández

Coordinadora (e) Editorial: Maricela Gómez Vargas

Coordinación de Producción: Ana Milena Gómez Correa

Diseño y diagramación: Editorial UPB

Corrección de Estilo: Juan David Villa

Universidad de Guadalajara

Rector General: Ricardo Villanueva Lomelí

Vicerrector Ejecutivo: Héctor Raúl Solís Gadea

Secretario General: Guillermo Arturo Gómez Mata

Rector interino: Jorge Alberto Balpuesta Pérez

Directora académica: María del Carmen Valenzuela Gómez

Directora Administrativa: María del Consuelo Delgado González

Director de Tecnologías: Gladstone Oliva Iñiguez

Coordinadora de Recursos Informativos: Angelina Vallín Gallegos

Jefa del Instituto de Gestión del Conocimiento y del Aprendizaje

en Ambientes Virtuales: Blanca Estela Chávez Blanco

Dirección Editorial:

Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 2022

Correo electrónico: editorial@upb.edu.co

www.upb.edu.co

Telefax: (57)(4) 354 4565

A.A. 56006 - Medellín - Colombia

Radicado: 2231-29-09-22

Prohibida la reproducción total o parcial, en cualquier medio o para cualquier propósito, sin la autorización escrita de la Editorial Universidad Pontificia Bolivariana y la Universidad de Guadalajara.

Capítulo V

Lo cómico y lo hostil: el humor en Twitter como proceso de comunicación

Luis Ignacio Tellez Sainz

Twitter es una red sociodigital que se configura como espacio donde las conversaciones sobre asuntos públicos y las políticas de un gobierno suelen polarizarse, es decir, se genera divergencia de posturas respecto a un mismo asunto público. Esta polarización sucede alrededor de uno o varios elementos incorporados desde la realidad social al entorno virtual. Debido a la posibilidad de múltiples respuestas y posturas a propósito de estos elementos, se observan tensiones durante las comunicaciones entre usuarios y en los procesos de producción de sentido.

En estas tensiones se posibilitan y aparecen procesos paradójicos de episodios reales/irreales entre usuarios, los cuales pueden ser significados e interpretados como humorísticos. En este sentido, la conversación y las discusiones en Twitter (como en otros fenómenos sociales) dan espacio a que aquellos generen tuits con intenciones cómicas para dialogar sobre

asuntos públicos o problemas sociales; sin embargo, hay aspectos más profundos relacionados con el humor y su empleo, debido a que es un proceso comunicacional dinámico y contextual, y no un elemento aislado.

Este capítulo tiene como objetivo presentar elementos que sirvan para avanzar hacia el estudio del humor en redes sociodigitales a partir de sus componentes paradójicos. Se argumenta que en Twitter el humor permite observar la articulación de posturas políticas respecto a asuntos públicos (en un contexto que tiende a la polarización) y que el humor incorpora una hostilidad inicial que posibilita escaladas a distintas formas de violencias en las interacciones. Desde la cultura digital, esto muestra una transformación en las tensiones de producción de sentido sobre la comunicación política, la legitimación de lo cómico y lo hostil, y una incipiente articulación del humor y la violencia.

Apunte sobre el humor como proceso comunicacional paradójico

Para comenzar, es necesario dar cuenta de una búsqueda de la risa y lo humorístico en Twitter, una plataforma con alta concentración de comunicación política y contraposición de opiniones, para establecer una definición que ayude a operacionalizar el humor dentro de la cultura digital. Esta búsqueda por lo humorístico pone a la risa como el componente central en determinados procesos sociales relacionados con internet; se trata de un gestor social que enmarca o suprime una forma de distracción especial de los sujetos y los hechos, lo risible entre lo humano y lo mecánico (Bergson, 2019), de la flexibilidad y vitalidad humana frente a la rigidez y mecanización de lo virtual (los usuarios y las plataformas digitales).

Pensar el humor habilita un abanico de procesos que relacionamos con lo risible y lo cómico; de igual forma, podemos pensarlo como la sátira, la ironía, la burla y el sarcasmo. No son relaciones incorrectas, pero requieren contextualizar lo que pensamos como humor, lo que observamos al respecto y las explicaciones que queremos aportar en el estudio de procesos sociales enmarcados en la cultura digital.

Una de las conversaciones que dejan ubicar el humor dentro de tres dimensiones (la persona, el contenido humorístico y el contexto donde sucede) para su estudio ocurre entre los comediantes Jerry Seinfeld y John Oliver, como parte del programa *Comedians in cars getting coffee*. Ambos platican sobre qué pasa con los chistes y qué piensan sus esposas al respecto:

Jerry Seinfeld (JS): ¿Y qué hay de los chistes sobre tu esposa? ¿Qué opina ella? ¿Entiende que son pensamientos y palabras sin sentido? Mi esposa tardó... llevamos dieciséis años casados y al fin entiende que nada de lo que digo es en serio. Nosotros [los comediantes] vamos a juntar palabras cualesquiera. Estaba hablando con Julia Louis-Dreyfus, me dijo: “Decías que nunca te casarías”. Dije: “Sigo pensando lo mismo”. Ni siquiera tiene sentido.

John Oliver (JO): Así que... Pero, obviamente, eso es gracioso. ¿[Tu esposa] te hace pagar por ese comentario?

JS: No, ahora lo entiende.

JO: Ahora lo sabe.

JS: ¡No sé lo que digo!

JO: ¡Claro! **Es una secuencia de palabras que sabes produce risas al final.**

JS: Eso es. Así es.

JO: Tú las dices y ya.

JS: Eso es. Acabas de describir mi cerebro entero (Jensen, 2016 [traducción propia, negritas propias]).

El humor se ha estudiado con tanto interés y durante tanto tiempo que conocemos varios datos sobre cómo funciona lo cómico (Shifman y Blondheim, 2010, p. 1349). Comprender el humor, lo gracioso, lo cómico y “lo que nos hace reír” (Espinoza, 2010, párr. 2) parece comenzar con el énfasis en la risa, ubicada desde siempre en un “cruce de coordenadas entre la razón y la moral” (Barba, 2017, p. 10).

Podemos remitirnos a los hipotéticos estudios de la risa tan lejos como podamos pensar a la humanidad misma capaz de reír; por ejemplo, lo que reflexiona Barba (2017) sobre la implicación de reírse: “La primera vez que en la prehistoria dos personas señalaron a una tercera que se acababa de tropezar en el camino y se rieron de ella porque les parecía idiota,

conformando así la primera comunidad” (p. 10). La risa es el punto final del humor como proceso y, simultáneamente, el punto de partida para su estudio.

Los estudios del humor, desde diferentes disciplinas, han respondido preguntas sobre la percepción del mismo (Wyer y Collins, 1992), las condiciones para que suceda (Mcgraw *et al.*, 2014), el uso que se le da (Hanley, 2009) y los procesos de su producción (Kozbelt y Nishioka, 2010). Sin embargo, para comprender el humor con funciones sociales (como las interacciones en Twitter), no importa conocer el origen o por qué sucede, sino conocer cómo se comporta dentro de interacciones sociales (Tellez Sainz, 2020); esto es, el humor como parte de los procesos comunicacionales.

Este fenómeno tiene expresiones específicas que también han sido estudiadas: una de ellas es el humor político. El impacto político de las expresiones informales, para Samuel Schmidt (1992, 1996), son relevantes, dado que el humor político es una forma de expresión de resistencia pasiva, aunque podría argumentarse que se mueve en toda la escala de lo pasivo/activo. El humor, al tratarse de política, adquiere una motivación derivada de la frustración social por una falta de influencia en la toma de decisiones. En este sentido, el chiste va en contra de la imagen que los políticos desean transmitir: cuando un político intenta presentarse como superhombre, el humor lo muestra como ser de carne y hueso (Schmidt, 1996).

Respecto a este humor relacionado con lo político, una mirada clásica para su estudio que permite comprenderlo es la propuesta de Freud (que le otorga una cualidad liberadora y de sublimación); aquí el humor (configurado en sus elementos de la comicidad y el ingenio) le da un triunfo al *yo* que desarma los ataques, sufrimiento o señalamientos del exterior (Ruiz, 2014). Por ejemplo, cuando entre dos personas se señala con humor a una como culpable de una situación problemática. No obstante, esto se vuelve confuso para estudiar en las dinámicas sociales donde son múltiples las cadenas de personas señalando y comunicando sobre los actores y acciones políticas.

Con el paso del tiempo se han incorporado más revisiones sobre el estudio del humor y las teorías que lo toman como su objeto de estudio. El

humor suele ser clasificado en tres metafamilias teóricas, cada una de ellas con una cualidad en lo abstracto: superioridad, liberación e incongruencia. Además, se ubican en diferentes épocas de estudio, desde la antigua Grecia, pasando por estudios de Spencer y Freud, después Kant y Schopenhauer (Shifman y Blondheim, 2010), hasta hoy, cuando encontramos propuestas como las de Dynel (2009), Raskin (1985), Attardo (1991), O'Shannon (2012), entre otros.

En la investigación del humor y sus procesos relacionados, un momento ineludible es la revisión de la organización de sus teorías. Esto sirve para ubicar con mayor claridad el proceso que se quiere investigar, delimitar la definición de humor con la que se trabajará y clarificar las explicaciones que se pueden esperar.

Como se mencionó, se trata de tres metafamilias teóricas: (i) teorías de hostilidad o menosprecio; (ii) teorías de alivio, liberación o sublimación, y (iii) teorías de incongruencia o contraste. Respectivamente, son teorías que consideran que el humor es empleado para (i) hacer sentir menos o humillar a otra persona; (ii) que es un mecanismo para liberar tensión en momentos de crisis o miedo, y (iii) que sucede cuando hay asociaciones que rompen con lo *normal* o lo esperado del mundo (Raskin, 1985).

Más recientemente, Asa Berger (2006) propuso una reclasificación del humor en función de la pregunta “¿por qué ocurre?”: (i) el humor se basa en la superioridad al reírse de aquellos puestos en ridículo; (ii) envuelve agresión escondida; (iii) emplea las incongruencias entre lo que esperamos y lo que obtenemos; y (iv) está relacionado con las complejidades de la comunicación y el uso de encuadres y paradojas autorreflexivas y de contenido.⁹

⁹ Se comprende como *paradoja autorreflexiva* aquella aseveración que se vuelve contradictoria al referirse a sí misma (por ejemplo, mencionar que algo es real e irreal simultáneamente). La paradoja de contenido se ubica en un nivel menor de abstracción: es aquella aseveración contradictoria sobre los elementos internos que la componen (por ejemplo, las asociaciones implícitas que se hacen respecto a estereotipos mencionados de forma explícita en un chiste).

Tabla 1. Principales genealogías del humor

Genealogía del humor	Autores principales	Planteamiento central	Elemento paradójico central observable
Teorías de incongruencia	Kant Schopenhauer Arthur Koestler Paul E. McGhee Jerry Suls John Allen Paulos Karl Gross Douglas Hofstadter Liane Gabora	El humor se basa en <i>incongruencias</i> , en la diferencia entre lo que esperamos y lo que obtenemos.	Intercambio de elementos implícitos y explícitos en el <i>punch line</i> del episodio humorístico (paradoja externa).
Teorías de hostilidad	Platón Aristóteles Thomas Hobbes Henri Bergson Albert Rapp Patricia Keith-Spiegel John Morreall Dolf Zillmann Victor Raskin Lawrence La Fave Hannjost Lixfeld Charles R. Gruner	El humor se basa en el <i>sentido de superioridad</i> , y nos reímos de las personas puestas en ridículo.	Contenido del episodio humorístico que se relaciona con elementos implícitos hostiles (paradoja interna y paradoja de contenido).
Teorías de liberación	Sigmund Freud Gregory Bateson William Fry Harvey Mindess	El humor <i>envuelve agresión enmascarada</i> o escondida.	Establecimiento de <i>frame</i> de juego para disfrazar y ventilar sentimientos (paradoja externa).

Fuente: Tellez Sainz (2020, p. 36).

La **tabla 1** recupera las organizaciones de las teorías del humor, el origen de los principales aportes y el componente paradójico transversal de las metafamilias teóricas vistas como proceso comunicacional.

De la clasificación de Asa Berger (2006) se recupera el planteamiento de que el humor está relacionado con la comunicación como proceso, y, más puntualmente, es un proceso comunicacional complejo que incorpora paradojas en su estructura. William Fry (1987, 2010) identificaba un componente paradójico en la *arquitectura* del humor: esto delimita los fenómenos que se estudian y la forma en que se aproximan metodológicamente.

Lo paradójico, como parte de la vida diaria, existe entre las diferencias de lo vivido y lo soñado; lo que no se sabe que existe y lo que sí; lo que no existe en la realidad y la realidad que se construye. Pensar lo paradójico en relación con los procesos de comunicación humana deja observar los lugares donde se objetivan, por ejemplo, las contradicciones lógicas de dichos o hechos que operan al ser comunicados, ya sea a uno mismo, a otra persona, cara a cara o en un entorno virtual. En el humor esto ocurre de manera general cuando se incorporan elementos contradictorios sobre un mismo aspecto o suceso social, y se construyen visiones asimismo contradictorias que parecen operar simultáneamente (Tellez Sainz, 2020).

Hasta este momento se han mencionado algunas consideraciones sobre el estudio del humor, como las revisiones históricas del objeto de estudio, las metafamilias teóricas que buscan explicarlo, las formas de humor que se articulan con procesos sociales (por ejemplo, el humor político) y la estrecha relación que parece tener con lo paradójico. Para finalizar este apartado y poder avanzar hacia las implicaciones que el humor puede tener con las interacciones y la cultura digital, es necesario delimitar lo que se entiende como comunicación, es decir, la dimensión comunicacional del humor.

Una teoría clásica de los estudios de la comunicación es la teoría de los sistemas interaccionales o teoría de la comunicación humana,¹⁰ desarrollada

¹⁰ En este capítulo no se profundiza sobre los planteamientos teóricos de esta aproximación. Para una revisión más exhaustiva sobre la teoría de los sistemas interaccionales aplicada a Twitter, se puede consultar la tesis de maestría de Tellez Sainz (2020), que da cuenta de los alcances y limitaciones de aplicarla al estudio de un fenómeno relacionado con la cultura digital (la discusión de políticas públicas empleando humor en Twitter). Lo que ocupa a este

por Watzlawick et al. (2014), y cuyo planteamiento permite “comprender que la comunicación no es sólo cuestión de acciones y reacciones; es algo más complejo, y debe pensarse desde un enfoque sistémico, a partir del concepto de intercambio” (Rizo, 2011, p. 5) en las interacciones no lineales.

Desde una postura orientada al estudio de los procesos sociales y la cultura digital, empleando las teorías de sistemas, la comunicación humana se puede observar desde la estructura o la organización de las interacciones, desde las propiedades comunicacionales en los intercambios de mensajes, desde la dinámica en marcha de los sistemas interaccionales interrelacionados y desde los conjuntos de permutaciones en los elementos que constituyen un mensaje comunicado (Tellez Sainz, 2020). En las permutaciones que auspicia la comunicación humana es que se observa el humor, como una reorganización de sus elementos que posibilita paradojas intercambiadas en mensajes y respondidas con formas de risa.

Dos componentes centrales en el estudio de la comunicación humana son los conceptos de *comunicación* y *metacomunicación*, es decir, niveles de relación y contenido en las interacciones (Watzlawick et al., 2014). La comunicación y la metacomunicación son dos niveles simultáneos presentes en los intercambios de mensajes; de manera simplificada, se pueden entender como un nivel comunicado de contenido y un nivel *superior* metacomunicado de relación, lo cual hace referencia a la forma en que se interpreta el contenido según la relación que ocurra en la interacción.

Estos componentes permiten observar en las interacciones de Twitter que se emplean ambos niveles para indicar la interpretación esperada de un mensaje comunicado; las respuestas en las interacciones se pueden dirigir al contenido de un mensaje o, en el nivel de relación, al usuario que lo genera; existe dificultad para dar cuenta de ambos en algunas de las interacciones; y los niveles de comunicación están relacionados con los aspectos digital y análogo (verbal y no verbal, respectivamente), pero pensando en las comunicaciones en internet, esto se aprecia en el uso de elementos distintos al texto convencional, como emojis, GIF, etc.

capítulo es la articulación entre el estudio de interacciones, el humor como proceso que se objetiva y la red sociodigital Twitter como un espacio de estudio de la cultura digital.

Aún es necesario profundizar más en los elementos que articulan el humor como proceso de comunicación; por lo pronto, a partir de los planteamientos de las teorías de sistemas, la arquitectura de humor y el estudio de interacciones en Twitter, el humor se define aquí como un proceso comunicacional que emplea paradojas autorreflexivas y de contenido, dentro de un sistema que se caracteriza por un encuadre de juego, *punch line* y una forma de risa que completa el proceso humorístico (Fry, 1987, 2010; Tellez Sainz, 2020; Watzlawick *et al.*, 2014). Esto permitirá avanzar hacia los aspectos de las interacciones y de Twitter como espacio de discusión sobre políticas de gobierno.

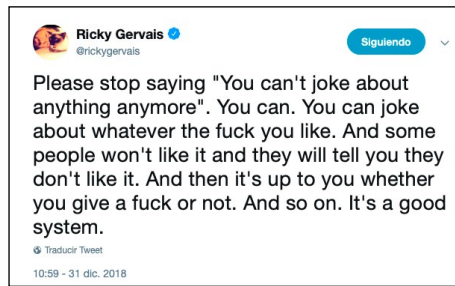
Twitter, además de ser un espacio para la discusión, muestra la propia discusión sobre lo que se considera humorístico o cómico. Si bien aún no se emplean los tuits relacionados con el humor para generar una teoría del humor en dicha red sociodigital, sirven como punto de partida para observar las tensiones que se producen en la plataforma respecto al objeto que ocupa este capítulo (el humor, la forma en que lo emplean ciertos grupos y los procesos socioculturales que vincula). En este sentido, es necesario un apunte a propósito de la cultura digital.

Por una parte, este se puede analizar como el cuerpo de conocimiento acumulado sobre los procesos sociales relacionados con internet; por otro, se piensa en los artefactos y sistemas de significación y comunicación incorporados por grupos de personas que separan sus distintas formas de vida (Gere, 2008). El humor en Twitter se ubica inicialmente como parte de los sistemas de significación y comunicación empleados por determinados usuarios y grupos; sin embargo, se extiende a procesos sociales vinculados con internet de manera más abstracta, como la polarización política discutida en la plataforma. Los siguientes dos tuits muestran otros de los elementos centrales para la discusión sobre el humor en Twitter: los temas que se mencionan y los chistes que esconden discurso de odio.

El primero proviene de la cuenta del comediante británico Ricky Gervais, reconocido por ser un escritor y comediante que emplea el humor negro, la sátira y la ironía en sus rutinas (es constantemente criticado por sus temáticas). Esto se refleja con frecuencia en su cuenta de Twitter (@rickygervais). Este tuit (**figura 1**) ejemplifica su postura respecto al humor

y respecto a aquello de lo que se puede o no hacer chistes: Gervais plantea que se pueden “hacer chistes de lo que quieras; a algunas personas les va a gustar y a otras no y te lo dirán, y depende de quien hace el chiste si les da importancia o no” (2018).

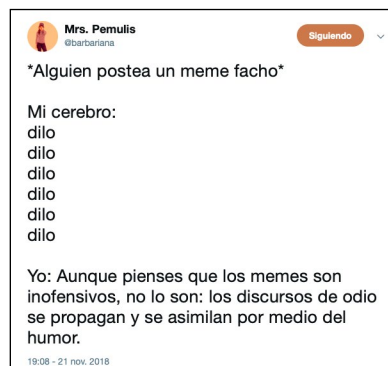
Figura 1. Tuit de Ricky Gervais sobre los chistes.



Fuente: Gervais (2018).

Un segundo tuit que discute sobre el humor es de Mrs. Pemulis (2018), una usuaria que emplea con frecuencia la ironía. En este caso (**figura 2**) hace referencia al papel del humor para la propagación y asimilación de discursos de odio bajo la justificación de que los memes son inofensivos.

Figura 2. Tuit de Mrs. Pemulis sobre los memes como propagadores del discurso de odio.



Fuente: Mrs. Pemulis (2018).

Si bien estos tuits sirven como punto de partida para analizar las formas en que se piensa el humor dentro de la plataforma, no hay que perder de vista que lo que se plantea en este capítulo es el humor como un proceso comunicacional que es parte de las discusiones políticas en Twitter. De suerte que conviene abordar el vínculo entre la política y el uso del humor como contrapeso, incluidos los casos donde la política puede verse como otra forma de humor.¹¹

La relación entre la política y el humor tiene gran tradición en México, y se puede hallar principalmente en ensayos literarios, como el escrito por Juan Villoro con viñetas de Rogelio Naranjo (Naranjo y Villoro 2015), donde describe el nexos entre gobernar y el humor:

Gobernar es una manera de cortejar la eternidad. El humor procura, por el contrario, descubrir la fugacidad de toda grandeza; despoja a los próceres de su disfraz solemne y muestra que, en demasiadas ocasiones, en los actos que se hacen en nombre de la patria, no tienen que ver con el país, sino con los permanentes delirios del poder (p. 12)

Además, es importante mencionar el valor que Ruiz (2014) encuentra respecto al humor en momentos de crisis:

... para entender la presencia del humor en momentos de crisis hay que observar la mecánica que lo mueve: una fuerza esperanzadora que viene a llenar vacíos en todos los órdenes. Cuando un país ultrajado y herido está fragmentado, suelen acogerse en su reconstrucción los símbolos acuñados a lo largo de la historia que le dan identidad y que calan hondo en sus raíces: el territorio, la bandera, el escudo, el himno, la raza... El humor contribuye al fomento de un sentimiento de arraigo y de defensa de lo propio (pp. 130-131).

¹¹ En una sesión del Seminario de Metodologías del programa de maestría en Comunicación (Universidad de Guadalajara), dirigido por la Dra. Sarah Corona Berkin y el Dr. Néstor García Canclini, durante la dinámica de presentación de los participantes y de los proyectos de investigación que desarrollábamos, al mencionar el estudio del papel del humor (negro) y los temas de política dentro de Twitter, obtuve una respuesta de García Canclini que, irónicamente, cuestionó si el humor negro y la política no eran sinónimos. La respuesta es que probablemente sea difícil comprender uno aislado del otro y sea necesario observar varias interacciones para comenzar a distinguir lo político del humor.

Hasta este punto se ha abordado el humor como un suceso que puede ser disputado y (re)definido dentro de la plataforma; además, se ha dado un indicio sobre la vinculación entre el humor y la política. Sin embargo, aún es necesario observar el contexto donde estos procesos suceden: no se trata solo de la plataforma Twitter con las características de su interfaz, sino del proceso comunicacional que se mencionó en un inicio y del énfasis que se les da a las interacciones para lograr analizar y comprender el humor como un proceso sociocultural con doble implicación en la cultura digital.

Interacciones sociales en internet (implicaciones desde la cultura digital)

El estudio de las interacciones en redes sociodigitales, y, de manera general, de las interacciones en entornos virtuales, tiene origen directo en el estudio de la comunicación interpersonal; es decir, sobre las acciones, intercambios de mensajes y procesos comunicacionales de significación y producción de sentido entre personas. El estudio de la comunicación en internet ha pasado por etapas en las cuales se estudian las interrelaciones uno a uno, uno a muchos y muchos a muchos mediante dispositivos tecnológicos (Cáceres Zapatero *et al.*, 2015).

Cappella (2017) habla de cuatro supuestos hipotéticos sobre el pensamiento y entendimiento de la comunicación interpersonal considerando los desarrollos simultáneos del *big data*, las redes sociodigitales, la ciencia social computacional y la convergencia entre los mismos. Los supuestos son (i) existe una recontextualización para plantear objetos de estudio de la comunicación interpersonal en relación con el desarrollo tecnológico; (ii) el acceso a servicios de internet es relevante; (iii) existe un crecimiento de la participación en las redes sociodigitales, y se vuelve un objeto de estudio; y (iv) los tres anteriores son procesos que están interrelacionados.

De manera que es necesario pensar en aproximaciones teórico-metodológicas que consideren los diversos procesos comunicacionales que ocurren simultáneamente. Así, es posible analizar distintas contribuciones al

estudio de internet y la comunicación interpersonal con interés en (i) las estructuras de las redes comunicativas, que amplían o reducen la difusión social; (ii) modelado de efectos de los medios masivos y las conexiones interpersonales; (iii) las campañas de comunicación masiva que buscan equipararse a los mensajes personales; y (iv) la producción de contenidos y su modificación en la comunicación interpersonal y el intercambio de mensajes (Cappella, 2017).

Las interacciones en entornos virtuales han permitido estudiar procesos de socialización, prácticas de consumo y procesos de sociabilidad *online* que amplían los espacios de encuentro (Winocur, 2006); modelos de participación y empoderamiento para la construcción de una ciudadanía digital y sociabilidad virtual (Cáceres Zapatero *et al.*, 2015, 2017); prácticas de activismo digital (Flores-Márquez, 2019); uso de diversas tecnologías por colectivos para la búsqueda de cuerpos de personas desaparecidas (Franco Míguas, 2019); adaptaciones sociales de redes sociodigitales, como Twitter (Tello Cháirez, 2014)...

El estudio de Twitter parte de identificar la plataforma como un espacio para la comunicación mediante mensajes cortos (tuits) de hasta 280 caracteres, con la oportunidad de integrar imágenes, GIF y videos, hasta observar los procesos sociales que vinculan lo que ocurre dentro y fuera de esta plataforma (Java *et al.*, 2007). Twitter había logrado más de 330 millones de usuarios activos hasta el primer cuatrimestre de 2019, de los cuales, 10,2 millones de ellos¹² por mes se registraron en México. Si bien no es la red con más usuarios, resulta relevante por la velocidad con que se discuten diferentes elementos de la realidad social.

Como en muchas de las redes sociodigitales actuales, es posible identificar la presencia del humor relacionado con temas políticos; esto mediante usos y prácticas que podrían relacionarse con el consumo televisivo de programas periodísticos: la conversación migra a la plataforma Twitter

¹² Esto con información recuperada de los estudios publicados sobre el número mensual de usuarios activos mundialmente desde el primer cuatrimestre de 2010 hasta el primer cuatrimestre de 2019 (Clement, 2019) y los países con mayor número de usuarios en Twitter (Clement, 2020).

desde lo que se transmite en televisión (Miranda y Fernández, 2015). Esta migración de espacio es similar a la detectada con el fenómeno del infoentretenimiento, estudiado por Echeverría (2020), donde los conceptos de *ironía* y *sátira* vienen a situarse como componentes del humor presente en productos mediáticos y ejercicios de consumo periodístico, el cual ha sido ampliamente estudiado y, en cierta medida, visto con incredulidad.

La importancia de observar las interacciones de Twitter recae en la premisa relacionada con los usuarios empleando tuits para lograr algo. Se considera que existe una práctica social y tecnológica (Weller *et al.*, 2014), lo que lleva a desarrollar no solo el análisis de contenidos producidos dentro de la plataforma, sino su relación con el contexto y las posibles finalidades observables de las interacciones que se estudian. Las interacciones que ocupan esta investigación tienen que ver con la política en México.

En internet y en las redes sociodigitales, las políticas de visibilidad¹³ forman parte de marcos interpretativos legítimos que la sociedad construye e interpreta de los acontecimientos (Signa_Lab ITESO, 2019). En estos marcos se pueden observar las formas de interpretación sobre acontecimientos que se conforman como asuntos públicos y mecanismos empleados para generar conversaciones.

Específicamente en el contexto mexicano, con Andrés Manuel López Obrador como presidente en el período 2018-2024, parece ser que la discusión pública, las políticas de visibilidad y la manera como se interpretan los problemas sociales o los asuntos públicos se adhieren a una de dos posturas contrarias rígidas (en Twitter esto se objetiva con *hashtags* a favor o en contra de cada tendencia). Ello muestra patrones de comunicación con una característica recurrente de polarización o contraposición, incluyendo las comunicaciones que emplean el humor.

La recurrencia de estas conversaciones, como un conjunto de sistemas aparentemente independientes, permite pensar en patrones que corresponden a las políticas de visibilidad y a la dimensión objetiva de los hechos

¹³ Rossana Reguillo (2007) denomina *políticas de visibilidad* a los dispositivos, lógicas, códigos, reglas que buscan integrar, excluir, calificar y tematizar lo real, produciendo un pacto de verosimilitud.

(Reguillo, 2007) que son referenciados en las interacciones. Asimismo, el uso de mecanismos como el humor deja observar una dimensión o un subsistema de las interacciones, donde se integran marcos interpretativos de diferentes realidades de los usuarios en un contexto específico (el uso de códigos culturales sobre lo risible y lo hostil).

En este apartado se ha desarrollado, desde la dinámica de nombrar el humor como punto de partida, las interacciones en Twitter y las implicaciones que tienen para la investigación de la cultura digital y el humor. Por una parte, se trata de procesos sociales en un entorno virtual que presentan la articulación humor y política (algo similar fuera de la plataforma). Sin embargo, por otro lado, el contexto de polarización característica del gobierno de López Obrador amplía el estudio del humor más allá de la significación y lo articula con la política y los procesos sociales *fuera* de Twitter, donde es posible ver el humor (proceso) que vincula y enfrenta a políticas de visibilidad, simultaneidad de procesos en la plataforma y códigos culturales entre lo risible y lo hostil.

En Twitter, los *hashtags* son una forma de objetivar las tendencias o temas relevantes en el momento, y se considera que los problemas sociales, que se vuelven asuntos públicos (Gusfield, 1989), se relacionan o materializan en alguno o varios. Entonces, un punto de partida para la selección y estudio de las interacciones en la red social son los *hashtags* (aquellos que formaron parte de las tendencias en Twitter sobre determinados asuntos públicos), y una vez identificadas las interacciones, se pueden explorar los elementos constitutivos de lo humorístico para avanzar hacia la reflexión de explicaciones sobre el humor en dicha red.

Lo cómico y lo hostil: la articulación del humor en Twitter

Tellez Sainz (2020) desarrolla un esquema que, a partir de análisis de interacciones que emplean humor sobre asuntos públicos y políticas de López Obrador, ayuda a observar los sistemas interaccionales en distintos nive-

les que ocurren en Twitter.¹⁴ Estos sistemas están presentes en el aspecto humorístico, intercambios de tuits, los *hashtags* y conversaciones sobre asuntos públicos y la propia plataforma de Twitter (Tellez Sainz, 2020).

Para buscar el humor en Twitter se identifica primero la presencia y el desarrollo de episodios humorísticos (Tellez Sainz, 2020). Estos episodios son las interacciones de usuarios que generan contenidos con suficientes elementos o mecanismos cómicos para ser identificados como humorísticos. Al desarrollarse tales episodios mediante el intercambio de mensajes, integran elementos relacionados con asuntos públicos que no formaban parte inicialmente de las interacciones, de suerte que se amplía la cantidad de elementos sobre los que se construye la discusión de cada asunto. Esto puede resultar en consensos/disensos al respecto o únicamente respuestas con alguna expresión de risa.

En lo que se ha mencionado hay dos elementos centrales sobre los que conviene hacer una aclaración. Primero, si bien en los tuits se pueden presentar elementos humorísticos que parecen tener solo la intención de generar comicidad a propósito de asuntos públicos o problemas sociales, no todos se desarrollan en episodios, intercambios de mensajes o interacciones (en este sentido, los tres se refieren al mismo proceso de mensajes encadenados a manera de conversación). Para identificar estos episodios es necesario analizar las respuestas y dar cuenta de los elementos que los articulan como parte de una misma conversación. En Twitter, generalmente están conformados en hilos (*threads*).

En segundo lugar, las conversaciones en Twitter útiles para reflexionar sobre el humor como un proceso comunicacional tienen la característica de adoptar posturas alrededor de elementos en asuntos públicos. Sin embargo, no se discuten los problemas sociales en tales conversaciones y el humor no tiene la intención de establecer posturas (por lo menos no explícitamente). Pero en cuanto al humor como interacciones, los usuarios

¹⁴ Este análisis está dentro de la tesis de maestría en Comunicación desarrollada entre 2018-2020 en la Universidad de Guadalajara. No se profundiza en la problematización o la propuesta metodológica, pero se parte de que el análisis de interacciones permita identificar aspectos del humor que vinculan lo hostil de este (Fry, 1987, 2010) con la justificación de lo cómico, para posibilitar diversas formas de violencia.

de Twitter adoptan posturas entre sí, es decir, durante la conversación, y esto posibilita la identificación de su posicionamiento. En el análisis, el humor y los problemas públicos se problematizan desde las interacciones y los usuarios que las desarrollan.

Esto es relevante, ya que el humor deja hacer inferencias de patrones de comunicación con respecto a la diversidad de temas que se conversan en Twitter y los posicionamientos que los usuarios toman al dialogarlos. Claro que para poder afirmar que existen posturas, compartidas o contrarias, también es necesario analizar otros elementos que están asimismo interrelacionados, como el tipo de interacciones en las que los usuarios suelen participar, las cuentas, lo orgánico de las interacciones, cuál es el objetivo y postura de los *hashtags* que surgen en la plataforma y si las conversaciones los adoptan o intentan tener un efecto opuesto. Es decir, ampliar el estudio de las interacciones más allá de los tuits como corpus de análisis.

Así las cosas, el humor funciona como delimitación del tipo de comunicación que se quiere analizar en una red sociodigital. Articulado con la cultura digital, el humor en Twitter es tanto un proceso social en internet, con sus características propias (lo que respondería a la pregunta “¿qué es humor en Twitter?”), como un componente o mecanismo empleado para la significación y producción de sentido (lo que respondería a la pregunta “¿qué temas se conversan mediante el uso de humor en Twitter?”).

Recordemos las cualidades del humor enunciadas al inicio: sin elegir una metafamilia en específico, obtenemos posibles miradas para estudiar el humor, pero ignorando en cierta medida su relación con los contextos sociales donde sucede, y su desarrollo. Las tres metafamilias responden a preguntas sobre cómo se usa el humor, debido a que se aísla de las interacciones donde ocurre. Un ejemplo de esto son los análisis de memes, que se pueden enfocar en el contenido y no en los procesos de significación relacionados conforme se interactúa con los memes humorísticos.

Una vez posicionados en que el humor de Twitter es un proceso comunicacional que forma parte de los procesos sociales en internet y que funciona como un mecanismo o componente de significación, lo que hace falta es pensar un lugar y un momento desde el cual comenzar a observarlo

para poder identificar aquello que los usuarios definen como humorístico (el indicio que se propone es la risa).

Para finalizar con este apartado, se pone énfasis de nuevo en la risa como punto de partida para identificar y estudiar el humor, así como el aspecto final en un episodio humorístico. El humor se puede volver un espacio de diálogo entre diversos estudios sobre los procesos sociales. Debido a que es un fenómeno “inherentemente misterioso e interesante (...) se estudia en muchas disciplinas académicas (...) las teorías del humor no tienden a respetar los límites disciplinarios” (Veatch, 1998, p. 161).

Andrés Barba (2017) refería en su revisión de anécdotas sobre el humor que la risa se presenta para, metafóricamente, devorar a otro hombre (una risa caníbal), de suerte que aquel resulta en un mecanismo para deshacer los posicionamientos de los otros (individuales o colectivos). Sin embargo, estudiar el humor enfocándose solo en el mensaje, o lo que se considera risible, y no en el desarrollo y lo contextual de la conversación, resultará en abstracciones que dificultarán la generación de principios explicativos sobre el proceso social al reducir lo humorístico a las posibles intenciones que infiere el observador de humor (el problema de los tres ciegos y el elefante).

Bergson (2019) plantea tres observaciones fundamentales para identificar lo cómico. Primero, no existe fuera de lo propiamente humano: la risa que se obtiene sobre objetos, lugares o animales ocurre porque se le encuentra una actitud o expresión humana. Segundo, lo cómico requiere ausencia de sentimiento: una indiferencia momentánea y que se olviden los afectos para poderse reír de alguien o algo, una forma de anestesia. Y tercero, la risa necesita un eco: algo que le permita prolongarse, que la vuelva en una risa de conjunto.

En el segundo aspecto radica su uso para hacer frente o limitar un sentimiento sobre alguna situación que produce una gran afección, ya sea el enojo hacia la incompetencia de las autoridades, el abuso de los políticos o la fragilidad humana en las víctimas de tragedias. Conviene tener en cuenta que esta afección puede ser propia o empática, así como distante; de forma que, la risa ocurre en una anestesia momentánea sobre la empatía de los afectados, se olvida la lástima o empatía, y es aquí donde puede entrar la burla y el ataque, enmascarado en la hostilidad que subyace al humor.

El tercer aspecto plantea que para entender la risa “hay que reubicarla en su entorno natural, es decir, la sociedad; hay que determinar su función útil, que es una función social” (Bergson, 2019, p. 12). Por eso es necesario replantear y observar cómo el desarrollo de las culturas, por ejemplo, la participativa (Jenkins, 2006), genera las condiciones para que diversas risas encuentren ecos que puedan volverse virales, participantes que interactuando producen nuevos conjuntos de reglas sobre lo que es humorístico. Así, por su parte, la cultura digital puede articular una mirada frente a lo humorístico con base en los mecanismos que se empleen en procesos sociales asociados a internet.

Conclusiones

Twitter es un espacio donde las conversaciones se están polarizando alrededor de un elemento incorporado de la realidad social y elementos implícitos que no están referenciados directamente, lo cual resulta en la posibilidad de múltiples respuestas y posturas sobre los componentes de un asunto público. Desde la sistémica, esto se ha asociado a los procesos paralógicos (Hanson, 1995), donde, durante el desarrollo del proceso comunicacional, se pueden construir *realidades* con base en los mismos elementos iniciales, una propiedad necesaria para que algo se identifique como risible o violento, según decida interpretarse.

Al estudiar el humor como un elemento sobre acontecimientos relevantes para la sociedad o asuntos públicos, y realizar revisiones de otros casos sobre su estudio, surgen preguntas como ¿por qué sucede?, ¿para qué se implementa?, ¿qué implicaciones tiene la presencia del humor para las personas directamente relacionadas con sucesos sociales? Como se desarrolló en el apartado anterior, el humor se vuelve un mecanismo que se vale de una capacidad de hostilidad que confeccione los elementos explícitos en la interacción con los elementos implícitos que están relacionados, pero desde una postura de broma o un episodio que *no es real*.

El humor sobre el que se ha escrito en este capítulo es un espacio, un recorte, un fragmento de la realidad que opera como real/irreal, donde

se puede desarrollar lo cómico, lo burlesco, lo violento o lo insensible, a partir de los componentes que se comunican y los marcos interpretativos que la sociedad y los sujetos en interacción emplean para producir sentido (Tellez Sainz, 2020). Es en la propiedad de hostilidad (la cual rompe con lo esperado, lo real) que el humor en Twitter puede moverse hacia lo cómico o lo violento, justificado por la broma o el juego (lo irreal); pero las implicaciones son sumamente relevantes.

Lo que se puede comprender del humor en Twitter es que, como proceso comunicacional, posibilita a los usuarios para llevar a cabo asociaciones entre elementos de la realidad que son referidos en sus tuits y otros elementos anclados, a su vez, en elementos afectivos o emocionales (en estas asociaciones se identifica lo que permite que algo sea risible). En esta posibilidad de risa es que se pueden observar normalizaciones de fenómenos sociales como el racismo, el clasismo, la radicalización y polarización política, la violencia y la hostilidad social. Estos encuentran en el humor condiciones para desarrollarse porque vinculan aspectos concretos de la realidad y aspectos interpretativo-subjetivos en un marco que *permite* se produzca sentido sin tomarse muy en serio (Tellez Sainz, 2020).

Referencias

- Asa Berger, A. (2006). Humor and communication. En *50 ways to understand communication. A guided tour of key ideas and theorists in communication, media and culture* (pp. 313-21). Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Attardo, S. (1991). Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model. *International Journal of Humor Research*, 4(3/4), 293-348. DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.1515/humr.1991.4.3-4.293>
- Barba, A. (2017). *La risa caníbal. Humor, pensamiento cínico y poder*. Editorial Fiordo.
- Bergson, H. (2019). *La risa*. Editorial Lectorum.
- Cáceres Zapatero, M. D., Brändle Seán, G. y Ruiz San Román, J. A. (2015). Hacia la construcción de una ciudadanía digital. Nuevos modelos de participación y empoderamiento a través de Internet. *Prisma Social*, 15, 643-684. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353744533018>

- Cáceres Zapatero, M. D., Brändle Seán, G. y Ruiz San Román, J. A. (2017). Sociabilidad virtual: la interacción social en el ecosistema digital. *Historia y Comunicación Social*, 22(1), 233-247. DOI: <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5209/HICS.55910>
- Cappella, J. N. (2017). Vectors into the future of mass and interpersonal communication research: big data, social media, and computational social science. *Human Communication Research*, 43(4), 545-558. DOI: <https://doi.org/10.1111/hcre.12114>
- Clement, J. (2019). Number of monthly active Twitter users worldwide from 1st quarter 2010 to 1st quarter 2019. *Statista*. <https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/etwitter->
- Clement, J. (2020). Leading countries based on number of Twitter users as of July 2020. *Statista*. <https://www.statista.com/statistics/242606/numberof-active-twitter-users-in-selected-countries/>
- Dynel, M. (2009). Beyond a joke: types of conversational humour. *Language and Linguistics Compass*, 3, 1284-1299. DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1749-818X.2009.00152.x>
- Echeverría, M. (2020). Cuando el humor va en serio. Efectos del humor y la sátira política en actitudes ciudadanas. *Estudos em Comunicação*, 1-19. DOI: <https://doi.org/10.25768/20.04.03.30.01>
- Espinoza, M. (2010). El humor como estrategia feminista en la obra de escritoras contemporáneas de América Latina. *Razón y Palabra*, 15(73). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514908053>
- Flores-Márquez, D. (2019). En mi corazón caben dos países: activismo digital transnacional y subjetividad política en migrantes mexicanos. *Comunicación y Sociedad*, 1-21. DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7260>
- Franco Míguas, D. (2019). Tecnologías de esperanza. Apropiaciones tecnopolíticas para la búsqueda de personas desaparecidas en México. El caso de Las Rastreadoras del Fuerte. *Comunicación y Sociedad*, 1-29. DOI: <https://doi.org/10.32870/CYS.V2019I0.7280>
- Fry, W. F. (1987). Humor and paradox. *American Behavioral Scientist*, 30(3), 42-71. DOI: <https://doi.org/10.1177/000276487030003005>
- Fry, W. F. (2010). *Sweet madness. A study of humor*. Transaction Publishers.
- Gere, C. (2008). *Digital culture*. Reaktion Books.
- Gusfield, J. R. (1989). Constructing the ownership of social problems: fun and profit in the Welfare State. *Social Problems*, 36(5), 431-441. DOI: <https://doi.org/10.2307/3096810>

- Hanley, O. (2009). Humorous communication theory. En S. Littlejohn y K. Foss (Eds.), *Encyclopedia of communication theory* (pp. 480-483). SAGE Publications Inc.
- Hanson, B. (1995). *General systems theory beginning with wholes*. Taylor & Francis.
- Java, A., Song, X., Finin, T. y Tseng, B. (2007). Why we twitter. Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 Workshop on Web Mining and Social Network Analysis. *Association for Computing Machinery*. DOI: <https://doi.org/10.1145/1348549.1348556>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture. Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jensen, D. (2016). *Comedians in cars getting coffee. John Oliver: What kind of human animal would do this?* Embassy Row & Sony Pictures Television.
- Kozbelt, A. y Nishioka, K. (2010). Humor comprehension, humor production, and insight: an exploratory study. *International Journal of Humor Research*, 23(3), 375-401. DOI: <https://doi.org/DOI 10.1515/HUMR.2010.017>
- Mcgraw, A. P., Williams, L. E. y Warren, C. (2014). The rise and fall of humor psychological distance modulates humorous responses to tragedy. *Social Psychological and Personality Science*, 5(5), 566-572. DOI: <https://doi.org/10.1177/1948550613515006>
- Miranda, M. y Fernández, F. (2015). Hablándole a la televisión: análisis de las conexiones discursivas entre Twitter y tres programas de contenido político en televisión abierta. *Revista Comunicación y Sociedad*, 24, 71-94. DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v0i24.2523>
- Mrs. Pemulis [@barbariana]. (2018). *Alguien postea un meme facho*. Mi cerebro: dilo dilo dilo dilo dilo dilo. Yo: Aunque pienses que los memes son [Tuit]. <https://twitter.com/barbariana/status/1065411598569877504>
- Naranjo, R. y Villoro, J. (2015). *Funerales preventivos. Fábulas y retratos*. Editorial Almadía.
- O'Shannon, D. (2012). *What are you laughing at? A comprehensive guide to the comedic event*. Bloomsbury Academic.
- Raskin, V. (1985). *Semantic mechanisms of humor*. D. Reidel Publishing Company.
- Reguillo, R. (2007). Horizontes fragmentados: una cartografía de los miedos contemporáneos y sus pasiones derivadas [PDF]. *Revista Académica de la Federación de Facultades de Comunicación Social. Diálogos de la Comunicación*, 75, 1-10. https://www.academia.edu/25374913/Horizontes_fragmentados_una_cartograf%C3%ADa_de_los_miedos_contempor%C3%A1neos_y_sus_pasiones_derivadas

- Ricky Gervais [@rickygervais]. (2018). Please stop saying “You can’t joke about anything anymore”. You can. You can joke about whatever the fuck you like [Tuit]. <https://twitter.com/rickygervais/status/1079784120945967104>
- Rizo, M. (2011). Reseña de “Teoría de la comunicación humana” de Paul Watzlawick. *Razón y Palabra*, 75(febrero-abril). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199518706028>
- Ruiz, B. (2014). El lado luminoso del humor negro. *Sincronía*, 65, 92-103.
- Schmidt, S. (1992). Humor y política en México. *Revista Mexicana de Sociología*, 54(1), 225-250. DOI: <https://doi.org/10.2307/3540785>
- Schmidt, S. (1996). Política y humor: chistes sobre el presidente mexicano Carlos Salinas de Gortari. *Nueva Antropología*, 15(50), 49-70. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15905004>
- Shifman, L. y Blondheim, M. (2010). The medium is the joke: online humor about and by networked computers. *New Media and Society*, 12(8), 1348-1367. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444810365311>
- Signa_Lab ITESO. (2019). *México 2019: la disputa por la interpretación*. https://signalab.iteso.mx/informes/informe_disputa-polarizacion_01.html
- Tellez Sainz, L. I. (2020). *Comunicación, humor y polarización en Twitter sobre asuntos públicos y políticas de López Obrador* [Tesis de maestría no publicada]. Universidad de Guadalajara.
- Tello Cháirez, J. A. (2014). La adaptación social de Twitter. En *La investigación ante el nuevo marco regulatorio de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México* (pp. 120-130). Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Veatch, T. C. (1998). A theory of humor. *International Journal of Humor Research*, 11(2), 161-215. DOI: <https://doi.org/0933-1719/98/0011-161>
- Watzlawick, P., Bavelas, J. y Jackson, D. (2014). *Pragmatics of Human Communication: a study of interactional patterns, pathologies, and paradoxes*. W. W. Norton.
- Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M. y Puschmann, C. (2014). Twitter and society. En *Choice reviews online*. Peter Lang Publishing. DOI: <https://doi.org/10.5860/choice.52-0916>
- Winocur, R. (2006). Internet en la vida cotidiana de los jóvenes. *Revista mexicana de sociología*, 68(3), 551-580. <http://revistamexicanadesociologia.unam.mx/index.php/rms/article/view/6069>
- Wyer, R. S. y Collins, J. E. (1992). A theory of humor elicitation. *Psychological Review*, 99(4), 663-688. DOI: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.99.4.663>