

## **Sobre las leyendas humorísticas de intencionalidad política**

Miguel Angel Santagada\*

### **RESUMEN**

Se exponen lineamientos de una perspectiva teórica para analizar ciertos rumores originados en la participación de algunos políticos en programas televisivos. La denominación que se propone para esos rumores es leyendas humorísticas de intencionalidad política (LHIP), que derivan de denuncias expuestas fundamentalmente en la prensa televisiva, pero que a veces pueden promover investigaciones judiciales. A modo de ejemplo, se analiza el origen de una de estas leyendas, su apogeo en programas de televisión y el posterior cierre que fue dictado a la causa judicial promovida por la denuncia.

**Palabras clave:** Periodismo televisivo. Denuncias mediáticas, leyendas urbanas.

---

\*Miguel Angel Santagada es Doctor por la Facultad de Ciencias Sociales, UBA. E-mail: msantag@yahoo.com

Gracias a la revisión de posteos con que los lectores “participan” de la compaginación de las noticias en los portales de los diarios, pudimos apreciar que también en nuestra esfera pública donde se realizan intercambios discursivos se verifica la circulación de un tipo de material asimilable a lo que algunos autores denominan “leyendas urbanas”<sup>i</sup>. Tales contribuciones han sido analizadas en general, pero no han merecido una indagación detenida en los análisis de la discusión política. Nuestra opción se orienta al carácter humorístico de estos materiales, que interpretaremos como un testimonio de la deserción de las prácticas racionales en el debate político contemporáneo.

En este trabajo analizamos rápidamente solo un ejemplo, con el que pretendemos ilustrar algunos aspectos de esta cuestión. A esta altura de las indagaciones advertimos que no es factible presentar de un modo sistemático los constructos que llamamos leyendas humorísticas de intencionalidad política (en lo sucesivo LHIP). Estos constructos carecen de una versión “princeps” identificable. En su circulación van modificándose según el criterio informal e inestable de los participantes (casi siempre ocultos tras seudónimos), que agregan diatribas más que evidencias para sostener sus convicciones más firmes.

En principio, nuestro análisis se orienta tras los lineamientos de los estudios sociológicos sobre el rumor y las leyendas urbanas. El propósito es identificar la emergencia y el declive de estos productos de circulación “subterránea”, que a diferencia de las leyendas urbanas, pueden tener un origen específico en campañas de desprestigio lanzadas contra figuras adversarias en el terreno electoral. El interés reside en el hecho de que a pesar de su superficialidad, las LHIP parecen ocupar un puesto preponderante en la agenda de los asuntos públicos.

Hasta décadas recientes, el rumor (la LHIP es una de sus variedades) fue estudiado por la psicología social norteamericana en términos desaprobatorios. Aunque no todos los rumores fueran falsos, se los consideraba un indicador de comportamientos antisociales, sospechosos de histeria, irracionalidad o excesivo prejuicio. Los estudiosos pioneros<sup>ii</sup> consideraron que los mensajes informativos que funcionaban como rumores carecían de base real, pero que eran presentados como

verdaderos para ser difundidos y aceptados en diversos ámbitos sociales. La razón por la que se han asociado los rumores con la falsedad deriva de que las investigaciones más prestigiosas -efectuadas por el ejército norteamericano durante la Segunda Guerra Mundial- pretendían conjurar los efectos negativos de las noticias sobre las tropas y la población. Es innegable el riesgo de que durante conflictos bélicos circulen ciertas noticias, ya sea porque se alude en ellas a datos que el enemigo pueda aprovechar, o porque es indeseable que la propia población se “intoxique” con información maliciosa.

Las primeras definiciones con que los académicos se ocuparon del rumor no han explotado suficientemente sus implicancias teóricas, estéticas y culturales. Peterson y Gist (1951) llaman *rumor* a toda “explicación que no ha sido verificada, que circula de boca en boca y que se refiere a un objeto, un acontecimiento o un asunto de interés público”. Esta definición<sup>iii</sup> encierra cuatro implicaciones que detallamos a continuación:

- El rumor es una *información* que trae alguna novedad acerca de la *actualidad*. Refiere un suceso relevante y ambiguo, abierto a más de una interpretación. Representa determinado grado de **interés público**. Asimismo, las LHIP reflejan las convicciones de ciertos lectores a propósito de la conducta de personajes política o ideológicamente adversarios: no despierta el mismo interés para cualquier nivel de compromiso que los lectores asuman respecto de grupos sociales, funcionarios gubernamentales, expresiones partidarias, etc.
- El rumor pretende ser aceptado como una *explicación*; su objetivo es *convencer*. Para ello se escuda en la aparente legitimidad profesional o “solvencia moral” del que lo repite. Como se trata de compartir una creencia acerca de un hecho cuyos testigos no participan en el intercambio comunicativo, quienes ofician de transmisores del rumor convierten en digno de confianza un mensaje porque antes esos transmisores se confían recíprocamente. Además un rumor se toma inicialmente en serio porque impacta y aterroriza, no porque se puede recurrir de inmediato a evidencias que los confirmen. Las LHIP se pretenden consistentes o ratificadoras de las sospechas previas que comparten quienes las repiten, de ahí su función satisfactoria para grupos específicos de lectores.

- El rumor corre *de boca en boca*. No toda noticia que circula de este modo es un rumor, sino sólo aquellas que surgen de un *proceso de discusión colectiva*. Se constituye a partir de un *suceso ambiguo*, sin explicación definitiva, mediante "la unificación de los recursos intelectuales con que cuenta el grupo para dar una interpretación satisfactoria del acontecimiento"<sup>iv</sup>. Requiere un cierto consenso entre los que lo hacen circular. Aunque casi todas las definiciones hacen de la transmisión de boca en boca el canal privilegiado, hay otros medios de propagación, como los panfletos; y no es infrecuente que también los medios de comunicación social se hagan eco del rumor, contribuyendo a difundirlo. Las LHIP, asimismo, se difunden mediante cualquiera de estos dispositivos.
- El rumor se propone como una información que aún no ha sido verificada. En la vida cotidiana suele no ser necesario verificar las informaciones por la razón de que en principio nos fiamos de fuentes, que, sean o no testigos del acontecimiento, llaman la atención por lo que narran y no por su condición de testigos directos o autoridades irrefutables. En nuestra cultura doméstica es difícil conciliar la información, a veces contradictoria, que proviene de distintas fuentes. En este punto radica precisamente la fuerza de persuasión de los rumores, su contenido es verosímil porque circula a través de personas insospechadas en razón de su filiación partidaria, y en razón de que lo que dicen puede ser amenazante.

Aunque las características enunciadas a propósito de los rumores pueden observarse en los constructos que llamamos LHIP, no permiten dar una definición enteramente satisfactoria de estas "leyendas". Consideramos inadecuada la identificación de las LHIP con denuncias falsas o con meras informaciones, dado que su circulación no se debe a razones epistémicas, puesto que no se persigue con ellas dar a conocer hechos o teorías. Por otro lado, la veracidad no es necesariamente una condición de todas las denuncias. Finalmente, el carácter humorístico y a la vez político de estas leyendas señalan el interés partidario o sectario de quienes las conciben o las hacen circular.

### **La operatoria de las leyendas humorísticas de intencionalidad política**

Las LHIP encubren o sugieren casi siempre una imputación -calumniosa o no- y se presentan como relatos acerca de personajes, conductas, acciones y contubernios políticos. El relato es puesto en circulación con propósitos de generar climas hostiles en derredor de expresiones partidarias, de sectores específicos de la población, o de funcionarios imputados por la denuncia cuya propagación se ve facilitada a causa de ciertas particularidades que Luigi Pirandello hace más de un siglo señaló como fundamentales del humorismo. Tales particularidades no configuran necesariamente un chiste o un constructo cómico, sino más bien una pieza literaria ambigua, informal, persuasiva, que invoca un dejo de indignación y moralismo.

Para ilustrar esta acepción particular de lo humorístico no cómico que atribuimos a estas leyendas es oportuna la referencia a Luigi Pirandello, cuando describe con metáforas tan originales la diferencia entre arte y humor:

“El artista ordinario se fija en el cuerpo solamente; el humorista se fija en el cuerpo y en la sombra, y a veces más en la sombra que en el cuerpo; advierte todas las bromas de esta sombra, cómo a veces se alarga y a veces se acorta, como si quisiera hacerle muecas al cuerpo, que, mientras tanto, no la tiene en cuenta ni se preocupa de ella”.

En tanto constructo limítrofe entre lo literario y lo periodístico, las LHIP soportan rasgos característicos tales como contenido simple y estructura breve no para exponer ideas, sino para cuestionar conductas (reales o presuntas). Detalles circunstanciales que aportarían el efecto de realidad indispensable a la dosis de periodismo de las LHIP suelen obviarse en beneficio de la construcción literaria humorística, cuyos componentes bastan para insinuar la incapacidad moral o intelectual del funcionario, del grupo social o de la expresión partidaria alcanzada por la denuncia. Su plausibilidad, pues, deriva de su condición de pieza humorística, en cuya elaboración, como señala Pirandello: “la reflexión no se esconde, no permanece invisible,(...), sino que se pone delante, como un juez; lo analiza, desapasionándose; descompone su imagen; sin embargo, de este análisis, de esta descomposición, surge o emana otro sentimiento, aquel que podría llamarse, y que yo llamo, el sentimiento de los contrarios”.

Es por esta razón que la LHIP se apoya no en la autoridad que la transmite, ni en evidencias “irrefutables” de carácter probatorio, sino en la táctica posicional de la

contienda política. Esta, así, en el intercambio cotidiano de las redes sociales, o de posteos “espontáneos” de la edición digital de los diarios se reduce a diatribas y más detracciones. Esos factores dejan suponer por qué un mismo relato no ha de convertirse en una LHIP para cualquier lector: se requiere la conjunción de posicionamiento de los lectores respecto de los denunciados y cierto encono inicial para que el envío encuentre a los lectores dispuestos al sentimiento de los contrarios. Gracias al deseo, por ejemplo, de ver descreditado al adversario, un relato que lo expone como corrupto sencillamente llega a ser aceptado como si fuese una información seria y probada. Queda suspendida la exigencia de verosimilitud a cambio del placer intelectual que proporcionan los constructos humorísticos. El sentimiento de los contrarios completa la eficacia persuasiva de la leyenda que se ocupa de la sombra moralmente indigesta del adversario acusado.

### **Las leyendas humorísticas de intencionalidad política como una variante del folklore urbano**

Las concepciones moralistas asociaron los rumores con la falsedad y la irracionalidad. Pero los contextos han cambiado, y las mentalidades del presente no comparten la permanencia de oposiciones rígidas. Al respecto, Lipovetsky ha caracterizado la tendencia hacia un cierto neo-nihilismo, ni ateo ni enteramente desesperanzado, sino humorístico, donde en beneficio de un clima de aparente distensión instalado a partir de lo satírico o lo irónico han cedido las barreras que mantenían alejado lo serio de lo no serio y lo cómico de lo ceremonial. Es así que Lipovetsky observa un “empuje invasor del fenómeno humorístico”. Esta mirada reflexiva sobre los hechos se impone a cualquier intento por mantener separaciones estrictas entre conductas o ideas que se creían irreductiblemente opuestas, o cuya vinculación parecía absurda o irracional<sup>v</sup>. Atendiendo a esta sugerencia, proponemos dar cuenta de esta complejidad con el agregado del carácter humorístico al concepto de rumor, al que precisaremos con las siguientes consideraciones.

### **De las leyendas urbanas a las leyendas humorísticas**

William Lilly, a fines del siglo XIX, caracterizaba al humorista como alguien que nos ofrece “juguetonamente su intuición del mundo y la vida humana”<sup>vi</sup>. Lo que distinguía al humorista y al periodista es el propósito de jugar, de tomar suficiente distancia como para advertir la precariedad de los asuntos que caen bajo la discusión política. De acuerdo con estas ideas, el humorismo sería un agregado que reciben ciertos rumores para convertirlos en LHIP. Con este recargo humorístico se pretenden evitar las restricciones de solemnidad, rigor, seriedad impuestas alguna vez en el ámbito del debate político como si debiera corresponder a la gravedad de los asuntos un estilo protocolar específico. Al igual que las extralimitaciones de los carnavales medievales o los privilegios satíricos del bufón, que no pretenden trastornar un status quo, los que elaboran o difunden las LHIP actualizan la idea de Berger<sup>vii</sup> según la cual el humorismo es un punto de vista que pone de manifiesto las contradicciones y el carácter inevitablemente artificioso (es decir, fingido, no espontáneo) de las relaciones e instituciones sociales. La informalidad y frescura de la prensa televisiva, por ejemplo, facilitan la exposición de casos judiciales densos y controversiales. Al respecto, Romero Reche<sup>viii</sup> apunta que el humorismo es ante todo una actitud de extrañamiento, que lleva a cuestionar lo que se da por sobreentendido, un recurso expositivo por el que se establece cierta distancia compleja respecto del objeto expuesto<sup>ix</sup>. Esta complejidad facilita la **captación de la benevolencia**, es decir un cambio de actitud gracias al cual cobra fuerza persuasiva el mensaje. Por su parte, desde la psicología se han desarrollado algunas teorías acerca de los mecanismos cognitivos por los cuales el humor podría afectar este cambio de actitud. Casi todas estas teorías se ajustan al modelo de persuasión denominado *elaboration likelihood model* (ELM)<sup>x</sup>. De acuerdo con este modelo el procesamiento de las comunicaciones persuasivas (un discurso, o un anuncio publicitario) se produce en dos niveles diferentes, uno central y uno periférico. En el nivel central el individuo procesa y evalúa el mensaje o la información que recibe, para, eventualmente, desarrollar el razonamiento crítico. En el nivel periférico, en cambio, se procesa la información según consideraciones afectivas. Por ejemplo, la confianza, el estado de ánimo del lector o su afinidad con el remitente de un mensaje intervienen en el procesamiento de este nivel. Según la teoría ELM, cuando un mensaje lleva ínsito cierto humorismo,

puede afectar las actitudes en diferentes sentidos. En cada caso, se cree que el procesamiento del mensaje transita más bien por el nivel periférico que por el central. En ese caso se desarrollan las siguientes alternativas:

- el humorismo en un mensaje puede crear sentimientos positivos, logrando que sea menos probable que el lector desacuerde con el argumento presentado.
- la apreciación o el disfrute del humorismo en un mensaje podría hacer menos probable que el lector intente un contraargumento. Consecuentemente, el humor evitaría que el mensaje sea evaluado desfavorablemente.
- el humorismo podría mejorar la imagen de la fuente o el espacio ideológico de donde parte el mensaje, con lo que se lograría que los lectores acepten el contenido recibido por la empatía con quien lo remite.
- Finalmente, el humorismo en un mensaje podría incrementar la confianza del lector en la fuente del mensaje, con lo que mejoran las chances de que los lectores acuerden con el mensaje.

### **El origen de la LHIP: bóvedas multimillonarias y balanzas para pesar billetes.**

Las denuncias por corrupción contra funcionarios del gobierno nacional alcanzan un rango emblemáticamente legendario y humorístico con el caso que tomamos de ejemplo. Se trata de una campaña iniciada en mayo de 2013 en un programa de televisión abierta, donde dos supuestos arrepentidos acusaron a Lázaro Báez de lavado de dinero. Báez es indicado por los medios opositores como “el empresario más favorecido por obras en el sur argentino por la gestión kirchnerista”. El razonamiento con que comienza la LHIP pretende que un empresario “amigo/testaferro” de funcionarios logra ganar licitaciones de obras públicas a cambio de sobornos que proceden de los sobrepagos con que se facturan tales obras. Este dinero obtenido de modo clandestino reingresaría al circuito legal mediante operaciones consentidas por los propios funcionarios que impulsaron la maniobra delictiva. Mientras se ejecutan estas complejas operaciones, es necesario que el dinero permanezca en algún sitio. ¿Dónde más seguro que bajo tierra, en una bóveda subterránea construida en una propiedad rural de la provincia de Santa Cruz? La bóveda, según presumían los denunciados, sería el destino transitorio para una



incalculable cantidad de billetes que procedían de la corrupta administración de fondos públicos<sup>xi</sup>.

Adviértase que no hay precisiones acerca de la cantidad, origen específico, ni comprobantes contables de los que cedieron ese “fabuloso” dinero. Sin embargo, lo que ocupó considerables espacios televisivos, radiales y gráficos no fue la pericia con que quedase establecido el monto de al menos uno de los sobreprecios, por ejemplo. En cambio, la “ruta del dinero K” y su almacenamiento en las entrañas de la Patagonia concitaron toda la atención, especialmente cuando los dos personajes que se habían presentado como testaferros de Báez se desdijeran al día siguiente de las denuncias formuladas, en otro programa de televisión.

Mientras tanto, hoy por hoy (junio de 2015), sigue adelante la causa en que Báez es investigado por lavado de dinero, pues se está a la espera de informes bancarios de Suiza, Uruguay y otros paraísos fiscales. Poco tiempo después de conocida la denuncia de los testaferros arrepentidos, en otra emisión del mismo programa en que se los entrevistó, pudo verse un croquis de la bóveda de la casa de los Kirchner. No se trata de la de Lázaro Báez ubicada en Río Gallegos, sino de una construcción en El Calafate, a unos 300 km al oeste. Pero las LHIP, como los rumores, hacen posible que las distancias se neutralicen y que los hechos descriptos en forma adyacente parezcan vinculados lógicamente y efectivamente. En una presentación circunspecta, el periodista que exhibe unos planos de la segunda bóveda, razona: “Dos metros de alto y más o menos lo mismo de ancho. **Entran 3.000 millones de euros uno arriba del otro**”.

¿Es necesario recordar que se omite toda precisión acerca de los orígenes de fortuna tan sideral? ¿Hay que indicar que se da por descontado que solo se trata de billetes de 500 euros? ¿Qué exista una bóveda en Calafate convalida la existencia de la bóveda de Río Gallegos, y es una prueba de lavado de dinero, de sobreprecios y de desvíos de fondos? Sólo se exhibe un razonamiento impecable, a partir de la hipótesis de que los billetes corresponden inequívocamente a esa denominación porque “son los billetes que pueden conformar grandes cantidades con el menor peso, y ocupando el menor volumen posible”.

Un detalle importante para este análisis se encuentra en una explicación tangencial ofrecida durante la exhibición de los planos. El periodista explicó varias veces que la existencia de la "bóveda de los Kirchner" podría confundirse con un "mito urbano". Esta calificación recuerda las burdas aclaraciones de los *hoax* que circulaban por correo electrónico a comienzos de este siglo. "Este no es un rumor" advertían los mensajes que aconsejaban borrar de inmediato un archivo peligrosísimo que había ingresado inadvertidamente a nuestra computadora. La propia fuente de la LHIP se anticipa y ofrece ante los espectadores la refutación de cualquier duda que pueda plantearse. Por ello, se aclaraba que la bóveda "no es física (significa no tiene rasgos específicos), sino un cuarto con una puerta blindada, cuyo costo asciende a 15000 dólares". ¿De qué otro material podría ser una bóveda que no es física? El lapsus, sin embargo, es enmendado con la aparición de un dato indignante: ¿cuánto podría atesorarse en un sitio al que se accede mediante una puerta tan onerosa?

En apoyo de todas estas afirmaciones, y con la clara intención de construir la LHIP, el portal <http://tn.com.ar/politica/la-boveda-existe-lanata-la-va-mostrar-este-domingo-en-periodismo-para-todos-387830> anunciaba en mayo de 2013, en plena ebullición de la campaña, a cinco meses de las elecciones de medio término:

"Después de revelar la ruta del dinero K, la sociedad de Néstor Kirchner con Lázaro Báez, y de las declaraciones de la ex secretaria del ex presidente que dijo que vio bolsos con dinero en la Casa Rosada, ahora mostrará el corazón de la casa de los Kirchner, en Santa Cruz. **"El domingo vamos a mostrar la bóveda en la casa de Cristina en el Calafate. Tenemos los planos"**, anticipó Lanata en su programa por radio Mitre. "Te vamos a mostrar qué hicieron con la guita. Todo lo que se compraron", dijo. Además, este domingo se conocerá **el testimonio del constructor** de la bóveda, que contará por qué la hizo, y cuáles fueron **las indicaciones** que le dio Néstor, al respecto. **Durante mucho tiempo fue un mito y ahora tiene medidas y ubicación.** El ex vicegobernador santacruceño Eduardo Arnold había hablado de las cajas fuertes, pero no había pruebas hasta ahora. Arnold dejó entrever que habría bóvedas en el mausoleo del ex presidente que construyó Lázaro Báez. El integrante del Consejo de la Magistratura Alejandro Fargosi le pidió anteayer al fiscal Guillermo Marijuán que realice un allanamiento para constatar **si en la casa de la Presidenta**

**hay bóvedas que atesoren dinero ilegal.** La enumeración suple la necesidad de las evidencias, y oculta la retahíla de acusaciones pueriles. Este anuncio podría sorprender por su desparpajo, si gracias al carácter humorístico de la leyenda no nos perdiéramos en la sombra y nos concentráramos en el cuerpo. La confusión entre ambas bóvedas, la referencia a cajas fuertes como apoyo indiscutible de la existencia de dinero mal habido, el pedido de un consejero (que no tiene facultades judiciales), etc., parecen confirmar nuestra idea de que las LHIP son satisfactorias para grupos específicos de lectores, sin tener que recurrir a sutilezas tales como la demostración lógica o la evidencia empírica.

Veamos en detalle el carácter humorístico de este constructo, ya que la saga aún no llegó hasta el punto culminante. El programa anunciado en el comentario transcrito fue emitido el domingo 12 de mayo. En el programa del 19 de mayo se denuncia que la bóveda de Báez había sido desmantelada durante la emisión del programa anterior, en el cual se exhibían evidencias “irrefutables” de la existencia de una bóveda en el Calafate, no en Río Gallegos. El jueves siguiente, 23 de mayo, en un bloque de más de veinte minutos la diputada opositora Elisa Carrió concurrió al programa de televisión por cable *A dos voces*, para exhibir unas fotos de la bóveda donde Lázaro Báez atesoraba “el dinero k”. Un esfuerzo sin precedentes en la historia de la suspensión de la incredulidad debió practicar el telespectador que observó fotos del estado actual de la bóveda (cuyo propietario, Báez, aseguraba que solo era y siempre había sido una bodega) y del estado anterior, antes de que se “anularan impunemente las pruebas del lavado de dinero, cuando allí mismo se podían almacenar considerables sumas”<sup>xii</sup>.

Carrió afirma que la decisión de Báez de mostrar las fotos actuales de su bodega lo auto-incriminan, ya que ella contaba con las fotografías del estado anterior, que permitían cotejar dos estados de la misma construcción: el anterior a la denuncia televisiva, cuando la bóveda atesoraba billetes, y el estado actual, cuando el mismo espacio fue convertido prontamente en vinoteca ante las denuncias formuladas. Lo cierto es que las fotografías del estado anterior fueron tomadas en una fecha no precisada, por personas que no fueron identificadas (por ende sin testigos), y ¡que solo exhiben unos armarios con puertas cerradas de color oscuro, cuyo contenido es

indeterminado! La diputada aporta el remate que a mi juicio da valor humorístico a la leyenda cuando compara la autoincriminación de Báez con la que el diario Clarín produjo al mostrar las fotos del asesinato de Kosteki y Santillán, en 2001. Con estas pruebas tangenciales, la Diputada describió que del lugar que testimonian sus fotografías **se sacaron armas y dinero en valijas**. Mientras continuaba su voz en off, se sucedían una y otra vez las imágenes que permitían comparar el antes y después de la bóveda. Con tono asertivo, concluyó “Lázaro Báez es Cristina Kirchner. El dinero es el fruto de esta asociación ilícita que se llevó del país la década robada”. “Lázaro Báez es testaferro, es un empleado”, y más tarde sentenció: “Cristina Kirchner forma parte de la asociación ilícita”.

### **El debate en la política humorística.**

Bergson, filósofo nacido en 1859, adjudicaba a la inteligencia humana la capacidad de “fabricar espíritus y dioses” (1996: 250), como estrategia antropológica de protección frente a la incertidumbre de la existencia. Maquiavelo, mucho antes que Bergson sostenía que la política es el arte del engaño. Al promediar la segunda década del siglo XXI parece nítido el hilván que vincula a ambos pensadores. Las utopías de transformación profunda que alguna vez movilizaron a los jóvenes y a los trabajadores, hoy se sienten extrañas o inconsistentes. El narcisismo obligó a arriar las banderas solidarias de la organización y de la lucha colectiva. La política se revela inútil frente a las técnicas o al saber especializado. Las ideas profundas y los discursos serios aburren y paralizan.

Mientras tanto, todavía es necesario el engaño, porque hay quienes confían en que su situación favorable no habrá de revertirse si los débiles siguen resistiendo un poco entretenidos y otro poco confundidos. Los dioses fabricados en discursos y debates políticos producen certezas de inspiradas en humoradas legendarias. Del cruce de contrarios que Pirandello adjudicó al humorismo procede la convicción oscura de que estamos protegidos por quienes denuncian incesantemente delitos y corruptelas. Existiría, según esos relatos inapelables, un límite a la ambición inescrupulosa que es la causa imaginaria de todos los males: el político asociado ilícitamente para el desfalco a la República y la podredumbre moral. Por otra parte, en

la dinámica digital de los debates sin argumentos, de las denuncias sin pruebas, de las condenas sin tribunales, vislumbramos el abismo sin necesidad de experimentar la caída. Vemos la sombra, en su mezquina ridiculez y endeblez de principios morales. El cuerpo real aburre o no proporciona la distracción que la gente espera. En otras palabras, el debate mediatizado instala temas ilusorios de discusión como un pasatiempo sin consecuencias más allá del juego intrascendente que promueve. El paso siguiente es la LHIP, representaciones y relatos apoyados en el deseo de inspiración mágica donde los culpables son castigados y la culpa es disuelta en la virtud y la caridad.

---

#### Notas

<sup>i</sup> Puede cotejarse una lista de estudios sobre las leyendas urbanas y los diferentes tipos en Santagada (2007).

<sup>ii</sup> Puede consultarse a Zires (1995)

<sup>iii</sup> Definiciones similares se encuentran en Allport, G.; Postman, L., *op. cit.*, p. 11: "es una proposición específica para creer, que se pasa de persona a persona, por lo general en forma oral, sin medios probatorios seguros para demostrarla". Y en Knapp, R., "A Psychology of Rumor" en *Public Opinion Quarterly*, 8, 1944; p. 27: "declaración destinada a ser creída, que se refiere a la actualidad y se difunde sin verificación oficial".

<sup>iv</sup> *Ibid.*, p. 76.

<sup>v</sup> 1986: 136-137.

<sup>vi</sup> 1895: 3.

<sup>vii</sup> 1997

<sup>viii</sup> 2005

<sup>ix</sup> Mihura (1998: 304-305), asegura: "El humor es verle la trampa a todo, darse cuenta de por dónde cojean las cosas; comprender que todo tiene un revés, que todas las cosas pueden ser de otra manera, sin querer por ello que dejen de ser tal como son, porque esto es pecado y pedantería".

<sup>x</sup> Petty et al, 1986.

<sup>xi</sup> La noticia del archivo de la causa por la bóveda a que alude este caso apareció el 25 de agosto de 2014. La volanta del titular de *Página12* conserva algo del humorismo inicial: "CERRARON LA CAUSA CONTRA BAEZ INICIADA POR UNA DENUNCIA MEDIATICA DE CARRIO". **La bóveda que en realidad era una bodega** (resaltado mío).

<sup>xii</sup> El memorable episodio de esta demostración se encuentra hasta el día de la fecha (agosto de 2014) en [http://tn.com.ar/politica/carrio-%E2%80%99Clazaro-baez-se-autoincrimino-con-las-fotos%E2%80%99D\\_389527](http://tn.com.ar/politica/carrio-%E2%80%99Clazaro-baez-se-autoincrimino-con-las-fotos%E2%80%99D_389527) y ahorra todo comentario.

#### Bibliografía

Allport, G. y Postman L.(1958): *Psicología del rumor*. Buenos Aires, Psique.

Berger, P. L. (1997): *Redeeming Laughter: the Comic Dimension of Human Experience*. Nueva York. Walter de Gruyter & Co,

- Bergson, H. (1996): *Las dos fuentes de la moral y de la religión*. Madrid, Tecnos.
- Knapp, R., (1944): "A Psychology of Rumor". *Public Opinion Quarterly*, 8, p. 27-41.
- Lilly, W. S. (1895): *Four English Humorists of the 19 th Century* , John Murray, Londres.
- Lipovetsky, G. (1986): *La era del vacío: Ensayo sobre el individualismo contemporáneo*, Barcelona, Anagrama.
- Mihura, M. (1989): *Tres sombreros de copa. Maribel y la extraña familia*. Madrid, Castalia,
- Peterson, W. y Gist, N. P. (1951): "Rumour and Public Opinion". *American Journal of Sociology* 57, 159-167.
- Pirandello, L. (1956): "El humorismo", *Obras Escogidas*, t. 1, Madrid, Aguilar, , pp. 893-1077.
- Petty R. E. y J. T. Cacioppo (1981: *Attitudes and Persuasion*. Nueva York, William C. Brown Company, IA.
- Romero Reche, A. (2008): *El humor en la teoría sociológica postmoderna Una perspectiva desde la sociología del conocimiento*. Granada, Editorial de la Universidad de Granada.
- Santagada, M. (2007): "Leyendas mercantiles y sabotaje a las corporaciones".  
[http://repositorio.ciespal.org:8080/bitstream/123456789/818/1/CIESPAL Chasqui Leyendas mercantiles y sabotaje a las corporaciones.pdf](http://repositorio.ciespal.org:8080/bitstream/123456789/818/1/CIESPAL%20Chasqui%20Leyendas%20mercantiles%20y%20sabotaje%20a%20las%20corporaciones.pdf).
- Zires, M. (1995): "La dimensión cultural del rumor".  
[http://148.206.107.15/biblioteca digital /capitulos/29-920kwu.pdf](http://148.206.107.15/biblioteca%20digital/capitulos/29-920kwu.pdf).