

## La labor de imagen política en la entrevista humorística: Andrea Levy y Pablo

Iglesias

Alejandro Romero Nieto

UDIMA

[aromeronieto83@gmail.com](mailto:aromeronieto83@gmail.com)

### Resumen

En este trabajo se presenta un análisis de la labor de imagen que realizan dos políticos españoles en el marco de una entrevista humorística audiovisual. Tomando como base la perspectiva apuntada por Charaudeau (2005), acerca del *ethos*, y el enfoque de Lakoff (2007), concerniente a los marcos cognitivos, y teniendo en cuenta que toda interacción humorística supone un riesgo para la imagen de los participantes, el objetivo de este trabajo ha sido doble: por un lado, comprobar de qué manera el político gestiona el efecto de las burlas hacia su imagen en un contexto que se encuentra en las antípodas de lo político; por otro, descubrir si las posturas ideológicas de los interlocutores juegan algún papel en las labores de imagen. En concreto, se han analizado las entrevistas a dos políticos realizadas en el programa radiofónico de humor *La vida moderna*, emitido por la cadena SER: Pablo Iglesias, líder de Podemos, y Andrea Levy, diputada del PP.

**Palabras clave:** humor, imagen, política, entrevista, Análisis del Discurso.

### Abstract

This paper presents an analysis of the facework developed by two Spanish politicians in the context of a broadcasted humorous interview. Basing on the perspective pointed out by Charaudeau (2005), about the *ethos*, and the approach of Lakoff (2007), concerning the cognitive frames, and taking into account that all humorous interaction conveys a risk for the face of participants, the objective of this work has been twofold: on the one hand, to verify how politicians manages the effect of mockery towards their face in a sphere that is at the antipodes of the political one; on the other, to find out if the ideological positions of speakers play any role in the facework. In particular, we have focused on the interview with two Spanish politicians developed in the humorous radio program *The Modern Life*, broadcasted by SER Network: Pablo Iglesias, leader of Podemos, and Andrea Levy, member of the PP.

**Keywords:** humour, face, politics, interview, Discourse Analysis.

### 1. Introducción

Los primeros trabajos sobre discurso político se remontan a finales de los 80 y continúan en la siguiente década, donde encontramos una amplia bibliografía sobre la descripción de las características del discurso político (Atkinson 1988, Wilson 1990, Connolly 1993). Durante la primera década del siglo XXI, el estudio del discurso político se ha especializado, gracias al aporte de trabajos específicos destinados a analizar determinados aspectos del mismo, como la gestión de la imagen, la cortesía, la ironía o las relaciones de poder (Chilton 2004, Charaudeau 2005, Saftoiu & Popescu 2014). Dentro de la Lingüística española, el discurso político también ha atraído el interés de los analistas, particularmente en el campo del discurso oral, donde contamos con trabajos relevantes



relacionados con aspectos como la prosodia y la gestualidad, la estructura de los debates parlamentarios o la función de aspectos como la cortesía, la deixis o la ironía (Blas-Arroyo 2003, Hidalgo Downing 2009, Alcaide Lara 2011, Cortés Rodríguez 2015).

Con respecto al humor, este también ha sido objeto de análisis por parte de la Lingüística, especialmente en los campos de la Fonología, la Sociolingüística, la Semántica y la Pragmática (Norrick 1993, Attardo 1994, Yus 2003, Ruiz Gurillo 2012, Charaudeau S.D.). No obstante, aunque ambos campos gozan de gran vitalidad como cuestión de estudio de manera individual, son muy escasos los trabajos que se ocupan de analizar del empleo del humor por parte de los políticos, tanto en el ámbito parlamentario como fuera de este (Tsakona 2009, Archakis y Tsakona 2011, Tsakona 2013, Saftoiu y Popescu 2014, Romero Nieto 2017, 2018).

## 2. Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es analizar de qué manera los políticos gestionan los ataques dirigidos hacia su imagen, tanto en la esfera pública como privada, dentro de un entorno como el humorístico, el cual no solo se sitúa en las antípodas de lo político, sino que, además, es formal y funcionalmente imprevisible, de manera que puede llegar a ser incómodo, e incluso hostil, para la imagen del político.

Un segundo objetivo es averiguar hasta qué punto las posiciones ideológicas influyen en la labor de imagen (*facework*) que los políticos realizan en las interacciones que se inscriben en un marco humorístico, a fin de suavizar el ataque que las burlas suponen para sus *ethos*.

## 3. La política y el acto político

Definir el concepto de política supone una tarea ciertamente complicada, debido sin duda a su carácter multidisciplinar. Por ello, la bibliografía no se ha ocupado tanto de caracterizar el concepto de política cuanto, sobre todo, el acto político en sí. En este sentido, es interesante la perspectiva apuntada por Connolly (1993), quien propone una lista de los posibles criterios que ha de poseer un determinado acto para ser considerado político.

Así, un acto es político si cumple las siguientes condiciones:

- a) Emanada de la autoridad de un gobierno elegido legítimamente.
- b) Supone una elección entre dos alternativas posibles.
- c) Atañe a cuestiones relativas a una población y supone consecuencias para esta, o un sector de esta, durante un periodo de tiempo prolongado.
- d) Es llevado a cabo por agentes conscientes de las consecuencias de dicho acto sobre la población.
- e) Se convierte en una cuestión de interés público.
- f) Es objeto de debate en la Cámara de Diputados.

### 3.1 El habla política

Existe consenso en afirmar que, debido a su carácter híbrido, el estilo verbal que emplean los políticos posee un carácter heterogéneo, tanto desde el punto de vista léxico-gramatical como semántico: el hecho de que la política impregne la mayoría de los

aspectos de la vida cotidiana de los ciudadanos supone la creación de un estilo de habla ecléctico, no totalmente técnico, pero tampoco corriente, es decir, “un tipo de registro culto a la vez que coloquial e incluso vulgar” (Fernández Lagunilla 1999: 17, vol. 1). En la misma línea discurren Cruces y Díaz de Rada, quienes apuntan que el habla política posee una “condición parásita”:

[...] encontramos también una presencia constante de formas expresivas tomadas en préstamo de otros campos de acción social, ya se trate del mundo del espectáculo, de la religión, de la fiesta, del humor popular, del canto y la música, de la empresa, de la escuela, de la competición deportiva. (Cruces y Díaz de Rada 1995: 178)

La principal causa de la heterogeneidad del habla política reside en el hecho de que, tal y como apunta Fernández Lagunilla (1999), en la mayoría de los casos el hablante político dirige sus palabras hacia una audiencia genérica, en el sentido de indeterminada: el político, al hablar, busca que su mensaje cale entre el mayor número de personas posible. Como consecuencia, en el registro oral de los políticos es frecuente la presencia de fenómenos y expresiones verbales de muy diversa índole: metáforas, sobre todo, y debido al carácter adversarial de la política, las referentes a contextos en los que tiene lugar una confrontación entre dos fuerzas, como la guerra o el deporte (Lakoff y Johnson 1986; Beard 2000, Cuvardic García 2005); tecnicismos, especialmente los propios de disciplinas como la economía, el derecho, la ciencia o el arte; construcciones de tipo coloquial o vulgar, como aforismos, refranes, frases hechas, tacos (Vilches *et al.* 2007); ironías y sarcasmos (Turner 1999, Laborda 2002); preguntas retóricas, etc. Todo esto nos lleva a concluir que “el lenguaje político no es un lenguaje especial sino un uso especial de la lengua común.” (Fernández Lagunilla 1999: 13, vol. 1).

En este sentido, cobra especial relevancia la postura de Lakoff (2007) acerca de la construcción del discurso político. Este analista considera que los hablantes políticos, si desean imprimir coherencia ideológica a sus discursos, deben inscribirlos dentro de un marco cognitivo determinado. Así, los conservadores construyen sus discursos en torno a la metáfora del “padre estricto”, ligada a las ideas de firmeza, autoridad, castigo, obediencia, etc.; mientras que los progresistas y liberales construyen sus alocuciones en torno a la metáfora del “padre protector”, que guarda relación con conceptos como la cooperación, la solidaridad, la empatía, el diálogo, la negociación, etc.<sup>1</sup>

### 3.2 La imagen política: el *ethos*

Lo primero que hay que tener en cuenta a la hora de abordar el estudio de la imagen política es la doble faceta personal que posee todo político: la pública o profesional, en tanto que cargo institucional; y la privada o individual, en tanto que ciudadano. En este sentido, entra en juego el concepto clásico de *ethos* (lo que proyectamos de nosotros mismos), que, junto con el *logos* (lo que decimos) y el *pathos* (lo que transmiten nuestras palabras) constituyen, según Aristóteles, los tres factores de la comunicación humana.

En línea con Charaudeau (2005), cada una de las dos facetas del político está representada por un *ethos* específico: el *ethos* de credibilidad corresponde con la faceta pública/profesional (político = gestor) y el *ethos* de identificación, con la privada/personal (político = ciudadano). A su vez, cada uno de estos *ethos* está compuesto por otros

(sub)*ethos*, asociados a los distintos comportamientos de cada político en los ámbitos público y privado.

El *ethos* de credibilidad está formado por tres (sub)*ethos*: el *ethos* de virtud, ligado a actitudes como la lealtad y la honestidad; el *ethos* de seriedad, relacionado con el hecho de no actuar frívolamente; y el *ethos* de competencia, que tiene que ver con la aptitud del político para desempeñar su cargo.

Por su parte, el *ethos* de identificación lo conforman seis (sub)*ethos*: los *ethos* de potencia y carácter, que se corresponden con la actitud, tanto física como anímica, con la que se afrontan los eventos de la vida; el *ethos* de inteligencia, que se asocia tanto con el bagaje cultural como con la astucia; el *ethos* de líder, que guarda relación sobre todo con el carisma del político; y los *ethos* de solidaridad y humanidad, vinculados con la capacidad de empatizar y manifestar abiertamente sentimientos, entre ellos el humor. Y es precisamente este fenómeno el cual, debido a los lazos de connivencia que establece entre los interlocutores, se revela como un instrumento de persuasión altamente eficaz dentro de la comunicación política:

Los políticos de las tradiciones culturales europea y americana se comportan de forma humorística porque la política es, sobre todo, el arte de controlar a la gente a través de la persuasión y la participación en vez de la coerción y la fuerza. Y la persuasión y la participación presuponen forzosamente el uso de formas particulares de influencia humorística (Dmitriev 2006: 68).

En línea con esto, es importante apuntar que la dualidad de la imagen política también puede ponerse de manifiesto a través de las diferencias funcionales y estructurales que, a juicio de Lakoff (2007), poseen los discursos construidos en función de cada postura ideológica. Así, siguiendo el enfoque de Lakoff (2007), podemos considerar que los discursos elaborados sobre la figura del “padre estricto” inciden en el *ethos* de competencia, es decir, en la faceta profesional del político, en tanto que cargo público responsable de asuntos que influyen de algún modo en la vida de la ciudadanía; por otro lado, los discursos configurados sobre la idea del “padre protector” ponen el foco en el *ethos* de identificación, es decir, en la faceta personal del político, en tanto que miembro de un colectivo ciudadano afectado por las decisiones políticas.

#### **4. La entrevista política**

La entrevista política es un género híbrido entre lo periodístico y lo político (Lauerbach 2006, Ekström y Patrona 2011) y, por lo tanto, se trata de un evento institucional: va dirigida a una audiencia que no solo es un público más o menos heterogéneo, sino, fundamentalmente, potenciales votantes. En este sentido, posee una finalidad transaccional más que interpersonal: el entrevistado/político busca comunicar temas relativos a su labor como cargo público, es decir, temas profesionales.

La estructura de la entrevista política se basa en el par adyacente pregunta-respuesta apuntado por Atkinson (1984): un hablante/periodista formula preguntas a un destinatario/político, que las responde. Dicha estructura es establecida de antemano en virtud de un acuerdo tácito entre los participantes, por el cual se comprometen a desempeñar unos roles comunicativos específicos, tanto a nivel estructural como funcional: “En la entrevista, el entrevistador y el entrevistado asumen papeles específicos

y se comportan según reglas implícitas, que se supone que ambos conocen y obedecen.” (Ekström 2001: 565). Así, en la entrevista política, es el entrevistador quien posee el poder institucional: mientras que el periodista desempeña un rol activo en virtud del cual puede establecer una determinada agenda (proponer los temas, iniciar y cerrar las interacciones, formular las preguntas, etc.), el entrevistado desempeña un rol pasivo, por el cual debe ceñirse a la agenda propuesta (responder a las preguntas que se le formulan, no cambiar de tema sin motivo, no llevar la iniciativa, etc.)<sup>ii</sup>

Esta estructura específica de los papeles conversacionales posee también consecuencias a nivel funcional. Por un lado, el entrevistador, si no quiere correr el riesgo de quedar deslegitimado en su labor como mediador o conductor, debe mostrar objetividad y neutralidad, en el sentido de que no debe posicionarse o manifestar sesgo ideológico alguno. Del mismo modo, el entrevistado debe justificar sus decisiones políticas y manifestarse como alguien carismático, capacitado y con dotes de liderazgo si desea evitar que su imagen como representante de una fuerza política se vea perjudicada.

#### 4.1 La entrevista política de humor

La entrevista política de humor podría caracterizarse como la entrevista realizada a un representante de una fuerza política dentro de un marco o entorno humorístico<sup>iii</sup>. Por tanto, al igual que ocurre con la entrevista política seria, la entrevista política de humor es un género híbrido, a medio camino entre lo periodístico, lo político y, en este caso, también lo cómico.

La peculiaridad del marco humorístico es que, dentro de él, las normas (sociales, culturales, lingüísticas, etc.) establecidas convencionalmente por los hablantes quedan en suspenso (Raskin 1985, Norrick 1993, Marín Arrese 1998, Charaudeau 2005, Coates 2007). Como consecuencia, dentro del entorno humorístico son posibles comportamientos que, fuera de él, no tendrían cabida: “El humor realiza esto mediante la presentación de escenarios que son absurdos, y, por lo tanto, no serios, pero también, y de alguna manera, pseudoplausibles.” (Chafe 2007: 137-138). Por tanto, este entorno de enunciación específico va a conferirle a la entrevista política unos rasgos propios que se desmarcan sensiblemente de los de la entrevista política inscrita en contextos no humorísticos.

En primer lugar, en la entrevista humorística tiene lugar un proceso de reenmarcado (*reframing*) originado por la sustitución o el solapamiento de dos marcos enunciativos contrapuestos, en la línea apuntada por G. Lakoff (2007):

Todas las palabras se definen en relación a marcos conceptuales. Cuando se oye una palabra, se activa en el cerebro su marco [...]. Cambiar de marco es cambiar el modo [...] de ver el mundo. (G. Lakoff 2007: 4)

En línea con esto, podemos afirmar que, dentro de la entrevista humorística, el marco o entorno serio, asociado a una visión de la vida más formal y profesional, es sustituido por uno humorístico, asociado a una concepción de los hechos más relajada y personal. Como resultado, los papeles conversacionales que deben desempeñar los participantes quedan difuminados: tanto entrevistado como entrevistador pueden hacer preguntas, no responder las que se formulen, cambiar de tema inesperadamente, frivolar sobre ciertos asuntos, contar anécdotas personales, posicionarse políticamente, etc. sin correr el riesgo de que su imagen se vea perjudicada. Dicho de otro modo, en la entrevista de humor los términos

del pacto establecido de antemano entre los participantes no están muy claros, de ahí que exista cierta laxitud tanto en su estructura como en sus contenidos.

En segundo lugar, esta inestabilidad formal y funcional provoca que la entrevista humorística posea un suelo (*footing*) variable, que se manifiesta a través de la mezcla de temas, géneros, alineamientos, etc., contrariamente a lo que ocurre con la entrevista formal, la cual, como se ha mencionado, posee una agenda establecida de antemano. Esta peculiaridad convierte a la entrevista de humor en un (sub)género más imprevisible y menos controlado que la entrevista seria y, en consecuencia, más incómodo para el entrevistado, ya que es posible que en su seno se traten temas peliagudos o arriesgados para su imagen de manera sorpresiva.

Por último, la finalidad de la entrevista política de humor también difiere del de su contraparte seria. Mientras que en la entrevista política de corte serio, como ya se ha mencionado, se busca que el entrevistado, en tanto que representante de una fuerza política, informe sobre su labor profesional a una audiencia interesada en temas políticos, el objetivo de la entrevista de humor, tal y como apuntan Hidalgo Downing e Iglesias Recuero (2006), está estrechamente relacionado con el género televisivo que comúnmente se conoce como infotainment (*infotainment*),<sup>iv</sup> cuya finalidad es informar y entretener a una audiencia amplia y, por lo general, poco o nada interesada en temas políticos: la entrevista humorística forma parte del *show business*. Esta peculiaridad va a provocar que, en la entrevista política de corte humorístico, el entrevistado no solo sea considerado como el representante de una fuerza política, sino también, y por encima de todo, una celebridad:

Los géneros paródicos basados en el humor informativo son principalmente programas de entretenimiento. Están guiados por un propósito de captación, cuyo objetivo es hacer sentir placer al espectador, de modo que se convierta en un fiel seguidor del programa. (Méndez García de Paredes 2014: 72).

Pero la entrevista de humor es también un (sub)género que despierta cierta polémica: se considera que en ella suelen tratarse frívolamente asuntos de interés general, o que afectan a un determinado colectivo hacia el que existe una cierta sensibilidad o empatía social. Una polémica que en realidad tiene que ver con el establecimiento de los límites del humor y que podría resumirse en las siguientes preguntas: ¿podemos reírnos de todo o hay aspectos que no pueden ser objeto de burla? Preguntas cuya respuesta se encuentra, indudablemente, más allá del Análisis del Discurso.

Para terminar, es importante apuntar que, debido a su carácter semidialogado, el humor propio de las entrevistas humorísticas será fundamentalmente de tipo conversacional, en la línea apuntada por Norrick (1993), por lo que en él vamos a encontrar fenómenos como los juegos de palabras, dobles sentidos, cambios de registro, etc.

## 5. Descripción del corpus

Los datos sobre los que se ha efectuado el análisis pertenecen a un corpus de tipo audiovisual; concretamente, dos entrevistas radiofónicas realizadas a sendos políticos españoles: Andrea Levy, diputada del Partido Popular, de ideología

conservadora/democrisiana; y Pablo Iglesias, secretario general de Podemos, de ideología marxista/progresista.

Las entrevistas pertenecen al programa *La vida moderna*, un *talk-show* con público que se graba en directo en los estudios de la Cadena Ser en Madrid<sup>v</sup>, y fueron efectuadas los días 14 de diciembre de 2016 y 18 de enero de 2017, respectivamente. Los entrevistadores son tres humoristas españoles: David Broncano, que a su vez es el director del programa, Ignatius Farray y Quequé. La duración de cada entrevista es de unos 20 minutos, aproximadamente.<sup>vi</sup>

## 6. Discusión

A continuación, se presenta una serie de ejemplos procedentes del corpus elaborado para este trabajo. Al final de cada ejemplo se expondrá un breve comentario con los aspectos más relevantes en relación con la labor de imagen. Los tres primeros pertenecen a Andrea Levy y los tres últimos, a Pablo Iglesias.

- (1) **Broncano:** ¡Un aplauso para Andrea Levy que está con nosotros!  
(Aplausos del público. Andrea Levy entra).  
**Ignatius:** ¡Bieeeeeen!  
(Los tres entrevistadores se ponen de pie).  
**Ignatius:** ¡Muchas gracias!  
**Quequé:** ¡Bravo!  
**Ignatius (Coreando. El público le acompaña):** ¡Fascismo del bueno! ¡Fascismo del bueno!  
**Andrea Levy:** (Saluda a Quequé y a Broncano. Al llegar a Ignatius, se detiene): Yo creo que en la vida hay que hacer amigos. (Ignatius le tiende la mano, pero ella le niega el saludo). Hay que hacer amigos, y empezas mal ¿eh?  
**Ignatius:** ¿Así no?  
**Andrea Levy:** ¡Así no vamos a ser amigos!  
(Finalmente, Andrea Levy opta por saludar a Ignatius).

En este ejemplo, se nos presenta un aspecto muy relevante a lo largo de toda la interacción: Andrea Levy, al reprochar su actitud a Ignatius y negarle inicialmente el saludo, no está aceptando el juego humorístico que los tres humoristas le plantean, o lo acepta solo parcialmente. Esto marca desde el principio las posiciones de los participantes: los tres entrevistadores inscribirán sus intervenciones en un marco humorístico, mientras que la entrevistada optará por un tono serio o no totalmente humorístico. Con ello, lo que logra es reforzar su *ethos* de credibilidad en perjuicio de su *ethos* de identificación pues, como se ha mencionado anteriormente, la aceptación del humor crea lazos de connivencia entre los participantes.

- (2) **Broncano:** ¿Cómo es molar en el PP? Estás ahí abriendo un camino muy difícil.  
**Andrea Levy:** No. Yo no sé si molo o no molo. Yo intento siempre ser yo misma... espontaneidad, naturalidad y cercanía. Son como las... máximas. Y entonces, pues al que le guste como soy pues le... molaré y al que no le guste... pues también me critican mucho...

**Broncano:** ¡Al que no le mole, a UPyD! (Risas del público).

**Andrea Levy:** ¡Exacto! ¡A UPyD, a refundarlo! (Risas del público).

En este ejemplo, como vemos, el entrevistador formula una pregunta con una marcada carga humorística, como se aprecia por el empleo de una palabra de uso informal y la burla, o frivolidad, que hace de la labor política. Sin embargo, la entrevistada no entra del todo en el juego humorístico que se le plantea, pues da una respuesta cuya carga es humorística solo en parte: el cuerpo de la respuesta es serio, pero el cierre es humorístico. Asimismo, es necesario apuntar que, si bien la presencia de la palabra “molar” otorga un efecto humorístico al enunciado, la hablante emplea dicha palabra con un sentido ecoico, es decir, recoge una palabra previamente emitida por su interlocutor, de manera que este enunciado queda inscrito en lo que la bibliografía ha denominado teoría del humor como mención.<sup>vii</sup>

A efectos de *facework*, con su respuesta Andrea Levy refuerza su *ethos* de virtud, al mostrarse como una persona sin dobleces. También, el hecho de no aceptar el marco humorístico supone un refuerzo de su *ethos* de seriedad, como se ha mencionado previamente. Con esta estrategia, su *ethos* de credibilidad queda reforzado: se presenta como una gestora adecuada de los asuntos públicos a nivel nacional.<sup>viii</sup> Aunque esto, a la vez, supone un debilitamiento de su imagen privada, en concreto el *ethos* de humanidad/solidaridad, que como se ha comentado, es el relacionado con la manifestación del humor.

(3) **Broncano:** Ha habido mucha gente en el Partido Popular que dices (gesticula ostensiblemente), ¡joder!, estamos ahí... eh... con el *swag*<sup>ix</sup>...

**Andrea Levy:** Pero... eso...

**Broncano:** ...y de pronto...

**Andrea Levy:** ...o sea, yo creo que en política lo que has de hacer es [ser] responsable, ser uno mismo, y que haya una coherencia entre lo que piensas y lo que dices, eso es lo más... fundamental, o sea, yo no soy un producto de *marketing* que de repente dice, “mira, esto es lo que mola y lo que queda guay”, no, o sea, yo soy así. Entonces... [...] si sigo diciendo lo que pienso y un día no molo, pues, oye, ¿qué le vamos a hacer? Pero seré yo misma.

**Broncano:** No se puede... nadie ha *molao* toda la vida.

**Andrea Levy:** ¡No, hombre, no! Yo aspiro a *molar* una década; luego, ya veremos.

Este ejemplo va en la misma línea que el anterior: el entrevistador formula una pregunta en un formato no serio (uso de tacos, argot juvenil, ridiculización de la labor política...) pero la entrevistada no acepta ese marco comunicativo y opta por responderle con un enunciado serio.

En lo relativo a la labor de imagen, Andrea Levy refuerza de nuevo su *ethos* de virtud: se presenta como una persona coherente y que no se deja influir por las modas. Asimismo, igual que en el caso anterior, la no aceptación del marco humorístico supone un refuerzo en su *ethos* de seriedad. Por tanto, Andrea Levy, a lo largo de su intervención, tiene como objetivo reforzar su imagen pública, asociada al *ethos* de credibilidad, y, por consiguiente, su faceta como gestora eficaz de los asuntos públicos a nivel nacional y, con ello, la de su partido. Y, de nuevo, el *ethos* de identificación queda debilitado.

- (4) **Pablo Iglesias:** (desde la cabina de sonido, tararea la marcha imperial de Star Wars): ta-ta-ta-tatataaaaa... (El público le corea, dando palmas.)  
**Broncano:** ¡Hostia! ¿¡Pero quién ha puesto...!?  
(El público sigue coreando la melodía, dando palmas).  
**Broncano:** ¡La gente se viene arriba, claro! Pero... Un momento, espérate... Pero, está... ¿Está ahí...?  
**Pablo Iglesias** (desde la cabina de sonido): Koke, mi sintonía por favor.  
**Broncano:** ¿Qué...?  
**Ignatius:** ¡Hostia! ¡Esto es un golp...!  
**Pablo Iglesias** (desde la cabina de sonido): Esta noche, en *La Vida Moderna*, el secretario general de Podemos: yo. (Risas).  
**Broncano:** ¡Un aplauso para Pablo Iglesias! (La gente aplaude y grita. Los presentadores se ponen de pie).  
**Ignatius** (coreando): ¡Fascismo del bueno! ¡Fascismo del bueno! (El público corea con Ignatius. Pablo Iglesias sale de la cabina de sonido y se acerca a la mesa. Saluda a Broncano, a Quequé y da un efusivo abrazo a Ignatius).  
**Broncano:** ¡Pablo Iglesias con nosotros! ¡Un aplauso para él!

Como vemos, Pablo Iglesias actúa de manera opuesta a Andrea Levy: acepta desde el principio el ambiente humorístico en el que se inscribe la entrevista (tararea una melodía de la cultura popular, se presenta a sí mismo, etc.) Como resultado, los papeles conversacionales de los interlocutores quedan difuminados: el entrevistado desempeña el papel de presentador y director del programa y los entrevistadores asumen el papel de entrevistados.

Con esta estrategia, lo que logra Pablo Iglesias es un refuerzo de su *ethos* de identificación, en concreto los *ethos* relativos a la manifestación de sentimientos (humanidad/solidaridad) y el carisma (liderazgo), en virtud de los lazos de connivencia que crea el humor. Por el contrario, su *ethos* de credibilidad queda debilitado, al presentarse como alguien frívolo o que se toma las cosas a broma.

- (5) **Broncano:** Estás en Prisa. Estás en... [...] en los *headquarters* de Prisa. Eh... (gesticula). ¿Qué? ¿Cómo te... encuentras? ¿Te han pedido el DNI abajo...? ¿Cómo ha sido la entrada?  
**Pablo Iglesias:** Bien... De momento he *entrao*. La cosa es ver... cómo salgo. (Risas del público).

En este caso, tenemos un par dialogado totalmente humorístico: a una pregunta planteada como una situación exagerada, el entrevistado manifiesta una respuesta también planteada como una situación exagerada. En concreto, los hablantes utilizan sendas hipérbolas, un mecanismo retórico muy habitual dentro de las creaciones humorísticas de los españoles debido a “la propensión a exagerar de que tienen fama todos los pueblos meridionales.” (Beinhauer 1976, 59).

Nuevamente, vemos un refuerzo del *ethos* de identificación por parte del líder de Podemos, en concreto los *ethos* de humanidad y solidaridad: entra al juego humorístico que le plantea su interlocutor, manifestándose como alguien capaz de usar eficazmente el humor si es necesario.

(6) **Broncano:** “Movidita” de Vistalegre.<sup>x</sup> ¿Cómo se plantea...? ¿Habéis *pensao* hacerlo ya en plan *Pressing Catch*? (Risas del público). O sea, poner unos... poner como una jaula de esas de...

**Quequé:** ...*Royal Rumble*. [...]

**Pablo Iglesias:** Vosotros sabéis que nuestro estilo es... venezolano. [...] Por eso que nuestro estilo tiene que ser la telenovela. (Risas).

**Quequé:** ¡Claro!

**Broncano:** ¡Es verdad!

**Pablo Iglesias** (imitando el acento venezolano): “¿Inigo Alberto, ¿cómo pudiste hacerme esto?”

**Broncano:** ¡Hostia! ¡Ojalá! ¡Sería buenísimo!

Nuevamente, Pablo Iglesias acepta el marco humorístico en el que se inscribe la interacción. Tras la situación inverosímil, por hiperbólica, que le plantea Broncano (realizar una asamblea a modo de combate de lucha libre), que pone en ridículo tanto su imagen como la del propio partido, Pablo Iglesias no solo no elude el ataque efectuado por el humorista sobre su *ethos* de credibilidad, sino que entra en el juego que este le plantea, elaborando una intervención de carácter marcadamente burlesco y ofensivo hacia su imagen y la de su partido.<sup>xi</sup> Esta autoburla, que supone la capacidad de reírse de uno mismo, refuerza indudablemente el *ethos* de identificación de Pablo Iglesias.

Asimismo, el enunciado de Iglesias debe interpretarse a la luz de la denominada teoría del humor como fingimiento (Clark y Gerrig, 1984), en virtud de la cual el hablante, a la hora de realizar el humor, asume el papel de un enunciador ajeno, de la misma manera que un actor interpreta un papel.

## 7. Conclusiones

A la luz de los datos, tenemos que concluir que, en la línea de lo apuntado por Lakoff (2007), los posicionamientos ideológicos juegan un papel significativo en la forma en que los políticos elaboran su discurso (*logos*) y, como consecuencia, la imagen (*ethos*) derivada de este. Esto cobra especial relevancia en la entrevista de tono humorístico, donde la imagen del entrevistado está expuesta constantemente a riesgo. Así, cuando los políticos conservadores consideran que la burla planteada por el humor puede perjudicar su imagen de alguna manera, tienden a construir su discurso en torno a conceptos asociados a marcos que refuercen su *ethos* de credibilidad, es decir, su faceta como gestores; contrariamente, los políticos de ideología liberal y progresista, ante la ridiculización planteada por el humor, optan por emplear en sus discursos conceptos asociados a marcos que refuercen su *ethos* de identificación, es decir, su faceta como ciudadanos o compañeros.

Con todo, es necesario un análisis más exhaustivo de la labor de imagen dentro de la entrevista política de humor, a fin de determinar hasta qué punto las diferencias de género, junto con las posiciones ideológicas, juegan un papel más o menos relevante a la hora de elaborar la imagen del hablante a través del discurso.

## Bibliografía:

- Alcaide Lara, Esperanza. 2011. Cuando la oralidad "se despierta": la ironía en el discurso político no parlamentario. En J. J. Bustos Tovar, R. Cano Aguilar, E. Méndez García de Paredes y A. López Serena, eds. *Sintaxis y análisis del discurso hablado en español. Homenaje a Antonio Narbona*. Vol. 1. Sevilla: Universidad de Sevilla, pp. 35-50.
- Archakis, Argiris; Tsakona, Villy. 2011. Informal Talk in Formal Settings: Humorous Narratives in Greek Parliamentary Debates. En V. Tsakona y D. Popa, eds. *Studies in Political Humor: In Between Political Critique and Public Entertainment*. Ámsterdam/Philadelphia: John Benjamins, pp. 61-81.
- Attardo, Salvatore. 1994. *Linguistic Theories of Humor*. Berlín: Mouton de Gruyter.
- Beard, Adrian. 2000. *The Language of Politics*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Beinhauer, Werner. 1973. *El humorismo en el español hablado*. Madrid: Gredos.
- Blas-Arroyo, José Luis. 2003. 'Perdóneme que se lo diga, pero vuelve usted a faltar a la verdad, señor González': Form and Function of Politic Verbal Behaviour in Face-to-Face Spanish political debates. *Discourse & Society* 14 (4): 395-423.
- Charaudeau, Patrick (S. D.): *Humour quand tu nous tiens. Essai de définition et de catégorisation du discours humoristique*. (Inédito)
- Charaudeau, Patrick. 2005. *Le discours politique: les masques du pouvoir*. París: Vuibert.
- Chilton, Paul. 2004. *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. Londres: Routledge.
- Clark, Herbert; Gerrig, Richard. 1984. On the Pretense Theory of Irony. *Journal of Experimental Psychology* 113 (1): 121-126.
- Connolly, William. 1993. *The Terms of Political Discourse*. Princeton: Princeton University Press.
- Cortés Rodríguez, Luis. 2015. Sobre incidencias en los debates en torno al estado de la nación. Cuestiones previas. *Tonos Digital*, 28.
- Cruces, Francisco; Díaz de Rada, Ángel. 1995. Representación simbólica y representación política: el mitin como puesta en escena del vínculo electoral. *Revista de Occidente* 170-171: 163-180
- Cuvardic García, Dorde. 2005. La metáfora en el discurso político. *Reflexiones* 83 (2): 61-72.
- Ekström, Mats; Patrona, Marionna, eds. 2011. *Talking Politics in Broadcast Media*. Ámsterdam: John Benjamins.

- Ekström, Mats. 2001. Politicians Interviewed on Television News. *Discourse & Society* 12 (5): 563-584.
- Fernández Lagunilla, Marina. 1999. *La lengua en la comunicación política. Vols. 1 y 2*. Madrid: Arco/Libros.
- Hidalgo Downing, Raquel; Iglesias Recuero, Silvia. 2006. Humor y cortesía en los medios de comunicación: La entrevista. *Actas del III Coloquio Internacional del programa EDICE*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Hidalgo Downing, Raquel. 2009. Políticos y ciudadanos: análisis conversacional de la entrevista política. *Revista Electrónica de Lingüística Aplicada* 8: 89-101.
- Laborda, Xavier. 2002. Ironía, sarcasmo y cortesía en el agradecimiento político. *Oralia* 5: 315-322.
- Lakoff, George. 2007. *No pienses en un elefante*. Madrid: Complutense.
- Lakoff, George; Johnson, Mark. 1986. *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.
- Méndez García de Paredes, Elena. 2014. La parodia informativa como frivolidad del discurso político. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 59, 61-91.
- Molpeceres, Sara. 2009. Figuras paternas: el líder político como representante moral. Análisis de discursos de José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy. *Oralia* 12, 331-356.
- Norricks, Neal. 1993. *Conversational Joking*. Indiana: Indiana University Press.
- Pardo Abril, Neyla. 2009. Discurso público y la construcción del poder. Axiología en la representación mediática del discurso de Álvaro Uribe Vélez. *Oralia* 12, 121-153.
- Romero Nieto, Alejandro. 2017. La interrupción con valor humorístico como mecanismo de gestión del poder en el discurso parlamentario. *Revista Española de Lingüística* 47 (1), 109-132.
- Romero Nieto, Alejandro. 2018. El humor como instrumento de digresión temática en el debate parlamentario español. *RASAL Lingüística* 2018, 41-65.
- Ruiz Gurillo, Leonor. 2012. *La lingüística del humor en español*. Madrid: Arco/Libros.
- Saftoiu, Razvan; Popescu, Carmen. 2014. Humor as Branding Strategy in Political Discourse. A Case Study from Romania. *Signos* 47 (85): 293-320.
- Sperber, Dan. 1984. Verbal Irony: Pretense or Echoic Mention? *Journal of Experimental Psychology: General* 113, 130-136.

Sperber, Dan; Wilson, Deirdre. 1981. Irony and the Use-Mention Distinction. En P. Cole, ed. *Radical Pragmatics*. Nueva York: Academic Press, pp. 295-318.

Tsakona, Villy. 2009. Humor and Image Politics in Parliamentary Discourse: a Greek Case Study. *Text & Talk* 29 (2): 219-237.

Tsakona, Villy. 2013. Parliamentary Punning: Is the Opposition more Humorous than the Ruling Party? *European Journal of Humour Research* 1 (2): 101-111.

Turner, Bryan. 1999. McCitizens: Risk, Coolness and Irony in Contemporary Politics. En B. Smart, ed. *Resisting McDonaldization*. Londres: Sage, pp. 83-100.

Vilches, Fernando *et al.* 2007. *Manual de retórica parlamentaria de la Asamblea de Madrid*. Madrid: Servicio de publicaciones de la Asamblea de Madrid.

Wilson, John. 1990. *Politically Speaking*. Oxford: Basil Blackwell.

Yus, Francisco. 2003. Humor and the Search for Relevance. *Journal of Pragmatics* 35 (9): 1295-1331.

---

## Notas

<sup>i</sup> Si bien Lakoff se ciñe exclusivamente al campo de la política estadounidense, esta perspectiva también se ha aplicado a los ámbitos de la política española e hispanoamericana, como se expone en Molpeceres (2009) y Pardo Abril (2009).

<sup>ii</sup> Podríamos considerar un tercer participante en la entrevista política: la audiencia, que es la que, actuando como sujeto democrático, en última instancia, deposita su voto en las urnas.

<sup>iii</sup> Concepto que ha recibido muchos nombres en la bibliografía: marco lúdico, marco burlesco, marco humorístico, modo *Non Bona Fide*, sentido de informalidad, etc.

<sup>iv</sup> Un género cuyo nacimiento está ligado a las cadenas de televisión comerciales estadounidenses. Su principal ejemplo es el *talk show*.

<sup>v</sup> Es interesante apuntar que la Cadena Ser pertenece al grupo de comunicación Prisa, de afinidad socialista.

<sup>vi</sup> Se puede acceder a las grabaciones completas de las entrevistas a través del canal de Youtube de *La vida moderna* o en el sitio:  
[https://play.cadenaser.com/programa/la\\_vida\\_moderna/](https://play.cadenaser.com/programa/la_vida_moderna/)

<sup>vii</sup> Para más información sobre la concepción de la ironía y el humor como mención o alusión de elementos discursivos previos, véanse Sperber y Wilson (1981) y Sperber (1984).

<sup>viii</sup> En el momento de la entrevista, Andrea Levy pertenecía al equipo de Mariano Rajoy, presidente del Gobierno.

<sup>ix</sup> Palabra procedente de la jerga juvenil del inglés (*slang*) que hace referencia al estilo y forma de moverse de los intérpretes de hip-hop y rap, caracterizados por llevar ropajes anchos y coloridos, pendientes y tatuajes corporales. Por extensión, se aplica también a sus seguidores.

<sup>x</sup> David Broncano se refiere a la II Asamblea Estatal de Podemos, conocida comúnmente como Vistalegre II por haberse celebrado en el Palacio de Vistalegre de Madrid. Esta reunión fue muy controvertida y supuso

---

un punto de inflexión en el partido, pues su militancia presentaba, en ese momento, dos ramificaciones ideológicas muy marcadas: la de tono moderado, defendida por Íñigo Errejón, y la más radical, defendida por Pablo Iglesias, que fue la que terminó imponiéndose en la votación. Broncano, cuando emplea la palabra “movidita”, hace alusión a esta pugna ideológica entre ambos sectores.

<sup>xi</sup> Es sobradamente conocida la afinidad ideológica entre Podemos y el régimen chavista de Venezuela. De ahí la alusión de Pablo Iglesias a las telenovelas venezolanas.