



LAUGH NOT TO SUFFER: THE CORONAVIRUS PANDEMIC THROUGH THE HUMOR OF MEMES ON WHATSAPP

REÍR PARA NO SUFRIR: LA PANDEMIA DEL CORONAVIRUS A TRAVÉS DEL HUMOR DE LOS MEMES EN EL WHATSAPP

Gunther Balarezo-López^{1,2*}

¹ Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (Facultad de Ciencias de la Salud), Lima, Perú.

² Universidad Ricardo Palma (Maestría en Salud Pública), Lima, Perú.

* Author for correspondence: E-mail: gbalarezo52@gmail.com

“Esa gente que me hace reír hasta que el abdomen me duela... es mi gente favorita”. Anónimo

ABSTRACT

One of the most practical and fastest ways to spread messages with humorous content is through the cell phone with the WhatsApp application. Among the most common messages sent are memes, a sarcastic and ironic form of humor from reality. These messages have gone viral during the coronavirus pandemic as a way to face adversity with humor. In this sense, this work aims to describe the memes about the coronavirus that were spread through the cell phone during the days of social confinement in Peru from March 16th to June 30th, 2020. It was found that people's creative capacity has no limits to express their opinions on the problems that arise. It can be concluded that in the face of the adversity of this disease, one of the ways to deal with it is through humor, to make the problems that arose on a day-to-day basis more bearable.

Keywords: coronavirus - COVID-19 - humor - memes - WhatsApp

RESUMEN

En la actualidad, una de las formas más prácticas y rápidas de difundir mensajes con contenido humorístico, es a través del teléfono celular que cuenta con la aplicación WhatsApp. Entre los mensajes más comunes que se envían están los memes, una forma de humor sarcástico e irónico de la realidad. Estos mensajes se han hecho virales durante la pandemia del coronavirus, como un modo de enfrentar la adversidad con humor. En tal sentido, el objetivo del presente trabajo es describir los memes sobre el coronavirus que se difundieron mediante el teléfono celular durante los días de confinamiento social en el Perú del 16 de marzo al 30 de junio del 2020. Se encontró que la capacidad creativa de las personas no tiene límites para expresar sus opiniones ante los problemas que se presentan. Se puede concluir que, ante la adversidad de esta enfermedad, una de las formas de hacerle frente es mediante el humor, para hacer más llevadero los problemas que se presentaban en el día a día.

Palabras clave: coronavirus - COVID-19 - humor - memes - WhatsApp

INTRODUCCIÓN

Humor

La palabra “humor” proviene del latín *humor*, *-ōris*, que significa ‘humor del cuerpo humano’, donde Hipócrates indica que el cuerpo humano está compuesto por cuatro humores (líquidos): la sangre (sanguíneo), la flema (flemático), la bilis amarilla (bilioso) y la bilis negra o atrabilis (melancólico); el que predomina es el que determina el estado de ánimo de una persona. En el caso de lo humor, este se relaciona principalmente con lo sanguíneo y se caracteriza por enjuiciar o comentar la realidad desde el punto de vista cómico de las cosas, por lo que se considera que el humor busca generar un buen estado de

ánimo (Llera, 2003; López-Salazar, 2017; Gallego-Delgado, 2018a).

Según el *Diccionario de la Lengua Española*, el término “humor” significa “buena disposición para hacer algo” o “jovialidad y agudeza”. Además, existen diferentes combinaciones como “buen humor”, “humor de perros”, “humor negro”, “sentido del humor”, etc. (Gallego-Delgado, 2018b).

Las categorías del humor se clasifican en: (Christian *et al.*, 2004; Gallego-Delgado, 2018b; Celorio-Moreno, 2019; Céspedes, 2020):

- Teoría de la superioridad - la risa es el resultado de la percepción de que otra persona es inferior a uno mismo.
- Teoría de la descarga - el humor es una consecuencia de la descarga

de energía física acumulada; la energía liberada por la risa causa placer.

- Teoría de la incongruencia - el humor se basa en una realidad o pensamiento que es incongruente con lo que se esperaba.

En este sentido, Mark Nichol menciona una clasificación de los tipos de humor donde describe los siguientes (Gallego-Delgado, 2018b):

- Anecdótico: se refiere a historias personales cómicas que pueden ser ciertas o parcialmente ciertas y que, por lo general, se alteran para producir un efecto de sorpresa en el receptor.

- Azul: también llamado “sin color” o “subido de tono” y se basa en la indecencia para producir un efecto cómico. Suele tratar temas del ámbito privado como la sexualidad o los chistes escatológicos.

- Vulgar: es un tipo de humor como el azul. Es por lo general más tosco y se caracteriza por el uso de bromas groseras y situaciones sexuales explícitas.

- Burlón: se caracteriza por personajes que hacen el ridículo, en los que destacan la caricatura o la caracterización exagerada.

- Negro: produce su efecto cómico a través de temas que pueden considerarse tabú, serios o dolorosos, como los desastres naturales, la muerte o las enfermedades.

- Seco: se caracteriza por la manera en que es presentado por el comediante, normalmente de modo impasible e inexpresivo.

- Epigramático: se trata de poemas

breves o dichos presentados de forma ingeniosa y humorística.

- Absurdo o surrealista: son eventos y comportamientos ilógicos que suelen involucrar extrañas incongruencias y situaciones irracionales y absurdas. También se refiere a incidentes o eventos que parecen demasiado ridículos para ser verdad.

- Intelectual: se basa en temas cultos y sofisticados expresados de manera sutil. Normalmente utilizan un vocabulario específico y bastante normativo.

- Hiperbólico: tiende a la exageración en todos sus aspectos, usando una caracterización descomunal y extravagante.

- Irónico: implica incongruencia y discordancia con las normas, en el que el significado es el opuesto o casi opuesto al significado literal.

- Juvenil o infantil: involucra bromas pesadas, burlas poco elaboradas, insultos y otros comportamientos inmaduros.

- Mordaz o sarcástico: es una variación de la ironía que tiene como objetivo la humillación y la provocación del interlocutor. Generalmente se trata de comentarios crueles y ofensivos que menosprecian a una persona directa o indirectamente.

- Paródico: se trata de una imitación cómica que, a menudo intenta ridiculizar a una persona o un grupo de personas. Estas imitaciones no son necesariamente hirientes.

- Satírico: es una burla de las debilidades humanas o aspectos

de la sociedad. Suele enfocarse en figuras públicas e influyentes y políticos.

- Autocrítico: se centra en el mismo autor de la broma, en sus debilidades o desgracias para lograr un efecto cómico.

- Situacional: surge de situaciones cotidianas y es la base de las comedias de situación (sitcoms). Estas emplean elementos del humor absurdo, irónico, paródico y satírico, entre otros.

- Circense: comedia en la cual la violencia fingida y el daño corporal simulado son escenificados para un efecto cómico; también llamado comedia física.

- Monologado: lo define la manera en que el humorista cuenta al público chistes y anécdotas como si los describiera para sí mismo. Un monologuista suele emplear diferentes tipos de humor de los mencionados anteriormente.

De otro lado, el humor se considera reivindicativo, cuestionador y transgresor. Desde una perspectiva social, la risa y el humor suponen un fuerte contrapoder popular que es capaz de poner en tela de juicio y trastornar el orden social (Alarcón-Zelaya, 2017). En esta línea, el historiador peruano Pablo Macera, menciona que el Perú es un pueblo que hace de la broma una forma de rebeldía (del Águila, 2020; Huerta-Mercado, 2020).

Asimismo, el periodista y escritor español Wenceslao Fernández Flórez en un discurso sobre el humor, indica que “es una posición ante la vida”; las personas se manifiestan en

todos los niveles (político, económico, tecnológico, social, ideológico, etc.) y utilizan el humor como una forma de transgredir los poderes; el humor y la risa surgen de la ruptura de la norma social (Sánchez-Álvarez-Insúa, 2007; Ochoa-Feijóo, 2018).

El humor es parte de la vida diaria; no obstante, este estado de ánimo que parece algo sencillo y para pasar el rato, tiene una serie de beneficios sociales y psicológicos; además, desde el punto de vista tecnológico, surge una forma que se encuentra muy relacionado a este fenómeno: los memes (Gallego-Delgado, 2018a).

WhatsApp

En los últimos años se ha producido una revolución tecnológica, lo cual ha generado el desarrollo y la masificación de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), compuestas por teléfonos celulares, internet, tablets, etc. que permiten transmitir datos de manera eficaz y de forma rápida, con el objetivo de formar redes de comunicación (Llinares-Pellicer & Llore-Boronat, 2008; Arab & Díaz, 2015; Puentes *et al.*, 2020).

Dentro de las TIC, el WhatsApp se ha convertido en un ‘boom’. Lanzada en el 2009 como una aplicación de mensajería instantánea, se ha convertido en parte de la vida diaria substituyendo al SMS (Ballesteros-Doncel, 2016). Asimismo, permite estar conectado con personas en diferentes lugares, modificando las relaciones personales y la comunicación tradicional (Gómez & Marta-Lazo, 2015; Sánchez-Díaz de Mera & Lásaro-Cayuso, 2015).

La palabra WhatsApp proviene de las palabras en inglés “what’s up” que significa “¿qué pasa?” y “app”, es la abreviatura para referirse a las aplicaciones. Este término, al traducirse al español, deriva en variantes como whatssup, whatsap, watsap, whazap, wassup, wassap, wazap, guasap (de donde viene la nueva palabra guasapear) (Calero-Vaquera, 2014; Suárez-Lantarón, 2018).

De otro lado, el WhatsApp comparado con el resto de aplicaciones, es considerado la más popular y el de mayor crecimiento. Entre las razones están su bajo costo, la posibilidad de enviar gran cantidad de mensajes sin límite de caracteres, la inmediatez en la respuesta, la capacidad de establecer conversaciones con varias personas y la sensación de privacidad en relación con otras redes sociales (Suárez-Lantarón, 2018).

El propósito de este servicio de mensajería instantánea, es comunicar en tiempo real mensajes (imágenes, audios, videos, enlaces a web, documentos, etc.) con la ventaja de que es una aplicación que se puede instalar en casi todos los “teléfonos inteligentes” dado que conecta a los usuarios por el número y que es un medio de comunicación práctico y económico (Calero-Vaquera, 2014; Gómez del Castillo, 2017).

Memes

La palabra meme se origina en un estudio sobre la cultura y su relación con la biología, enfatizando la importancia de los genes (memes) al momento de construir el pensamiento

e interacción social (Durán-Salinas, 2019). Este término proviene del griego *mimema*, que significa “aquella cosa o algo que es imitado”, pero se acorta al monosílabo del concepto de “gene”. En su libro *The Selfish Gene* (1976), el científico británico Richard Dawkins introduce este término para referirse a la unidad de información cultural que se difunde de una persona a otra y que se transmite de generación en generación (Shifman, 2013; Camas *et al.*, 2018; Medina, 2018; González-Hernández *et al.*, 2019). Para Dawkins, las ideas, los hábitos y las costumbres se transmiten mediante lenguajes, conocimientos, mitos, rituales, etc., que son aprendidos (Arango-Pinto, 2015). El término “meme” se crea a partir de “memoria” y “mímesis” (imitación), para referirse a la información que se asimila y acumula en la memoria y que se replica en el cerebro de una persona a otra, como lo hacen los genes al transferir la herencia biológica de un cuerpo a otro. Ambas formas de transmisión, la cultural y la genética evolucionan: los genes desde su naturaleza misma, independiente de la voluntad de sus transmisores; la cultura, desde el conjunto de las acciones y conductas. Por lo tanto, la evolución no se puede reducir a lo genético, puesto que el ser humano también evoluciona culturalmente (Fuica-González, 2013; Ruiz, 2018).

Una de las características de los memes es su aspecto cómico y/o humorístico y su brevedad. Este humor es un mecanismo social que, como cualquier otro proceso

de comunicación, crea y mantiene vínculos al interior de un grupo social o cultura; según Hall, este proceso es en base a costumbres compartidas (Ballesteros-Doncel, 2016; Alarcón-Zelaya, 2017; Durán-Salinas, 2019). La función comunicativa de un meme es el entretenimiento al provocar la risa fácil o lograr una reflexión seria de un problema actual a través del humor (González-Hernández *et al.*, 2019). Para Vélez-Herrera (2012), un meme es una consecuencia ‘pegajosa’ de algún aspecto de la cultura, que se parodia y repite.

Asimismo, el meme expresa opiniones transgresoras, muchas veces llenas de crítica, rebeldía, tensiones, malestares y conflictos de la vida cotidiana y cumple con la función de expresión y no de generar un diálogo (Izquierdo & Barbeta, 2013; Muñoz-Villar, 2014). Los memes se entienden como un fenómeno de la cultura digital donde los sujetos involucrados interpretan la realidad, creando sus propios significados. (Arango-Pinto, 2014).

Para Chen (2012), debido a la tecnología y la internet, los memes se consideran elementos contagiosos y humorísticos de la cultura digital (frases graciosas, imágenes ridículas con texto, fotografías, videos virales, etc.) que son “creados y compartidos por usuarios que usualmente pertenecen a comunidades online”. Generalmente, el meme combina imágenes y textos humorísticos que causan diferentes reacciones en la comunidad virtual y que se comparten en las redes sociales (Camas *et al.*, 2018).

Un meme es un dibujo con una frase que se genera a raíz de un hecho que llama la atención; es decir, chistes visuales. Sin embargo, son más que eso, ya que están contribuyendo a un discurso público de actualidad y refleja opiniones (Esnal-Gofinondo, 2019). Según Ruiz-Martínez (2018), un ejemplo sencillo de meme sería “*los refranes o los chistes, que se transmiten y perduran a través de generaciones y pueden sufrir actualizaciones o parodias*”

Para otros autores (Shifman, 2013; Carniel *et al.*, 2018) un meme es una elaboración cultural de “chistes o bromas” que se difunde mediante correo electrónico, mensajería instantánea, blogs o redes sociales, basándose en la imitación, comicidad, sátira o ironía.

Existe diferencias entre un fenómeno viral de internet y un meme; los fenómenos virales se encuentran relacionados, mientras que un meme es cuando se reproduce una parodia (Vélez-Herrera, 2012). Habitualmente, un meme que haga reír tiene más posibilidades de ser viral al dejar la moraleja de que la vida es demasiado corta para tomársela en serio, sobre todo si no saldremos vivos de ella; la popularidad de un meme va a depender de su efectividad en producir la risa (Arango-Pinto, 2014; Bauckhage, 2020).

En la elaboración de un meme, son parte importante el sarcasmo, la sátira y la ironía. Según García, el sarcasmo es un enunciado irónico que tiene como finalidad herir a quien se dirige. Quienes comparten estos mensajes están conscientes de que,

no solo afectan la moral de otros, sino que también logran que muchos cambien sus opiniones respecto al personaje o tema objeto de burla. El sarcasmo evoca un desacuerdo o desagrado frente a una situación concreta, generando una especie de crítica indirecta. Mientras que la sátira toma elementos de los discursos ofensivos y cómicos y se caracteriza por un espíritu crítico y de denuncia, orientado hacia la descalificación de una persona o grupo (Caizaluisa-Tapia, 2017).

De otro lado, la ironía es un enunciado burlesco que, casi siempre transmite un significado distinto al que expresa. El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española la define como una figura que expresa lo contrario de lo que se dice y que, además, puede interpretarse como una burla fina o disimulada. En la actualidad, los memes irónicos son los más comunes en las redes sociales. Dado que el propósito fundamental de los memes es hacer reír, los usuarios comúnmente los utilizan para ridiculizar a una determinada persona o burlarse de un hecho actual.

Por ejemplo, en el 2013 el psicólogo Peter McGraw de la Universidad de Colorado Boulder (EEUU) llevó a cabo una investigación sobre el tiempo que debía transcurrir para que una catástrofe fuera objeto de chiste y descubrió que las bromas comenzaban a hacer gracia pasados 15 días y que el momento de mayor popularidad se producía 36 días después (Peláez, 2020).

Asimismo, para José Ramón Ubieto,

profesor de psicología de la Universitat Oberta de Catalunya (España), con la pandemia del coronavirus, la catástrofe no se desató de forma inmediata como ocurrió con otros desastres, dado que cuando surgieron los primeros chistes, a España todavía no había llegado la verdadera tragedia y se pensaba que eso era algo de los chinos (Peláez, 2020; Rubio-Hancock, 2020).

Humor, Memes y Coronavirus

Internet es un terreno que favorece el humor; es decir, las TIC proveen un estilo informal de comunicación donde el humor juega un papel central (Freire, 2016). A través de las bromas, que en un inicio pueden parecer “tonterías”, los memes son como termómetros de opiniones midiendo lo que está de moda y dando mayor importancia a ciertos temas. En este sentido, contribuyen a dar una mayor notoriedad a ciertos temas y provocar debates y colocar en agenda temas que no se abordarían. Por lo tanto, los memes se consideran herramientas para entender diferentes aspectos de la realidad (Freire, 2016). Además, de que los memes son considerados simples imágenes graciosas, también representan una forma de comunicación entre usuarios de la red y son una manera distinta de resaltar mensajes que, con el solo uso del texto no tendrían el mismo alcance (Hernández-Pérez, 2020).

Asimismo, la comprensión de los chistes y la efectividad del humor está en el hecho de que tanto el emisor como el receptor comparten los mismos referentes culturales y lingüísticos o

que estos referentes han sido, de una forma ‘adaptados’ de tal manera que el efecto en los receptores, aunque provengan de culturas diferentes, es el mismo. Por lo tanto, se tiende a buscar referentes compartidos entre el público al que se dirige el chiste para lograr una traducción “universal” (Ochoa-Feijóo, 2018; Esnal-Gofinondo, 2019).

Además, por medio del humor se hace referencia a las representaciones que tienen mayor acogida por parte de la población; debido a que involucra un menor gasto psíquico para su comprensión y fácil asimilación y resulta más aceptable que cuando es contado de manera compleja (Durán-Salinas, 2019).

Este año 2020, los memes se han visto beneficiados por la pandemia del coronavirus, al liberar la imaginación y reproducirse mediante los celulares y las redes sociales. Para el antropólogo Raúl Castro, director de la carrera de Comunicación de la Universidad Científica del Sur (Perú), al estar confinados, muchas personas no están trabajando o estudiando por lo que tienen más tiempo para el ocio, crear mensajes y compartirlos. El objetivo de esta creación no es para uno, sino para compartirlo con los más allegados y posteriormente con un grupo de personas, buscando el reconocimiento y la aprobación social, a pesar de que sus creadores utilizan un ‘nickname’ o apelativo o apodo (Rodríguez, 2020).

Las personas hacen humor con el contenido digital el cual permite confrontar al modelo social existente, lo cual significa una resistencia al

poder. Por ejemplo, en la actual coyuntura del aislamiento social por la pandemia, se hay personas que se resisten a entender que salir es peligroso y desobedecen esta norma, y una forma de hacerlo y no estar de acuerdo es a partir de los memes. Para la psicóloga Andrea Montalvo, el uso del humor en estas circunstancias puede ser un mecanismo de defensa o como proceso para superar una situación difícil: “Puede ser que se esté usando para hacer más ligera esta situación, una forma de canalizar el miedo. Puede, además, servir para ignorar ciertas emociones” (Rodríguez, 2020).

Para José Martínez, psicólogo y codirector del máster en neuromarketing de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) en España, la risa durante esta pandemia se tiende a viralizar para encontrar sintonía con otras personas, algo que también aumenta la autoestima y hace sentir a las personas que saben hacerle frente a los problemas; en este caso, el humor no niega la realidad, si no que ayuda a aceptarla. En este sentido, para Groucho Marx, actor y humorista estadounidense, el humor reduce la angustia (Alcaraz, 2020; Peláez, 2020; Rubio-Hancock, 2020).

Para Inmaculada Corcho, directora del Museo ABC de dibujo y la ilustración de Madrid (España) “A diferencia de otras enfermedades o desastres, en esta ocasión estamos todos afectados y vertemos el humor, la parodia y las risas sobre nosotros mismos, sin estigmatizar a un grupo del que formamos parte. Por otro lado, hemos

sufrido una especie de risa nerviosa colectiva, que activa un mecanismo de defensa ante una situación que no controlamos, que nos asusta y nos desconcierta... La risa, como el llanto o la rabia, son emociones necesarias para mantenernos estables. Cuando más dura es la situación más se activarán estas válvulas de escape” (Peláez, 2020).

De otro lado, los memes provocan “reacciones emocionales complejas” que incluso pueden ser contradictorias. Cuando nos reímos del coronavirus, no solo estamos liberando tensión e intentando relajarnos, dado que muchas personas tienen dificultades para pensar en otras cosas y las bromas son una forma de reprimir el miedo; es como una estrategia para soportar esta incertidumbre y para hacer más familiar lo incierto y lo extraño. Para Agustina Fernández, psicoanalista especialista en adolescentes y miembro de Asociación Americana de Psicología (APA por sus siglas en inglés) “El humor opera con un mecanismo que desmiente un trozo de la realidad, aunque fuese por un rato, y habilita el triunfo del placer. Frente a la angustia que produce la incertidumbre o la inminencia de un peligro, el chiste produce un corte, un soltar esa realidad, un no tomarla tan en serio, que es liberador” (Infobase, 2020).

Sin embargo, puede haber gente a quien le resulte desagradable leer memes sobre la pandemia, sea por su propia sensibilidad, porque les toca de cerca o porque se burlan de una enfermedad grave y mortal, por lo que sería bueno pensar dos veces antes de

bromear o burlarse de esta enfermedad; si algo es considerado gracioso para unos, puede ser rechazado por otros. Además, mediante los memes también se puede difundir información errónea como las teorías de conspiración o las medidas de cuidado que se pueden tomar durante la cuarentena (Infobase, 2020; Rubio-Hancock, 2020). En este sentido, los memes son indiferentes a la veracidad o falsedad de la información que transmiten; solo buscan llegar a un mayor número de usuarios, pero junto con esa frivolidad, también son una forma de exteriorizar abusos y excesos (Ruiz, 2018).

El objetivo del presente trabajo fue describir los memes que se difundieron durante los meses de confinamiento social en el Perú debido a la pandemia del coronavirus.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se tomó en cuenta los memes que tenían relación con dicha enfermedad tanto a nivel nacional como internacional y se incluyeron los memes que se difundieron mediante el teléfono celular del 16 de marzo del 2020 al 30 de junio del 2020. La inclusión de los memes se hizo de los mensajes que fueron enviados a mi celular personal a través de diferentes grupos de WhatsApp y también se solicitó a los miembros de estos grupos que, si recibían memes de otras personas que no fueran del grupo y estos tenían relación con el coronavirus, me los reenviaran. Asimismo, los memes tenían que estar escritos en castellano; no se tomó en cuenta ningún meme escrito en otro

idioma, dado que la idea central se podía perder en la traducción; además, los memes tenían que tener rasgos culturales y lingüísticos similares a nuestro contexto sociocultural para poder ser entendidos.

Se tomaron en cuenta los memes enviados a través de la aplicación WhatsApp, debido a que en el Informe Mobile en España y en el Mundo 2020, menciona que desde el año 2017 existen más celulares que personas en el mundo. En el Perú, según el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL), en el primer trimestre del 2018, había 40 millones de líneas móviles activas en el país (Diario Perú21, 2020). Además, según un informe elaborado por el Instituto Nacional de Estadística (INEI) en base a la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) del cuarto trimestre del 2018, el 82% de la población peruana de 6 años y más años de edad, usa plataformas mediante el teléfono celular (Agencia Peruana de Noticias, 2020).

Asimismo, no se incluyeron en el presente trabajo los memes que hacían referencia específica a determinadas personas, ocupaciones, organizaciones o instituciones locales o a nivel mundial, países, aquellos con palabras malsonantes y/o de contenido sexual, porque se podría interpretar como una forma de agresión o discriminación hacia ellas. Desde el punto de vista ético, se debe indicar que los memes no han tenido ningún tipo de modificación en el texto como corrección ortográfica o cambios

de palabras; se han incluido tal cual fueron recibidos.

RESULTADOS

En estos tiempos de pandemia, la imaginación permite ver con otros ojos la realidad: reír ante las adversidades y la muerte. Algunos aspectos de la enfermedad y del confinamiento social obligatorio, produjeron casos humorísticos como la necesidad de comprar papel higiénico para enfrentar la pandemia; consumir determinados sustancias a manera de prevención para evitar el contagio; las diferentes versiones sobre los orígenes del virus y sus formas de contagio; las declaraciones de las autoridades dando soluciones para hacer frente a la enfermedad; el surgimiento de los nuevos “expertos en epidemiología, salud pública y medicina” brindando recetas y consejos para combatir el coronavirus, etc. A ello se sumó las situaciones y relaciones intrafamiliares que trajo consigo la cuarentena, donde las bromas han sido de todo tipo y calibre.

En este sentido y de acuerdo a los criterios descritos anteriormente, los memes incluidos fueron los siguientes:

“Acaban de anunciar que el aislamiento domiciliario... se extenderá por 7 kilos más”. Anónimo

“A estas alturas de la cuarentena el que no esté comiendo arroz con huevo... será investigado por narcotráfico o lavado de dinero”. Anónimo

“A este paso solo hay dos opciones para Semana Santa... Jesús baja o nosotros subimos”. Anónimo

“Ahora si me entienden porque tomaba... como si el mundo se fuera acabar”. Anónimo

“¿Alguien sabe hacer amarres?... Necesito amarrarme la boca porque estoy comiendo mucho”. Anónimo

“¿Alguien sabe si el 1 de mayo es feriado...para descansar?”. Anónimo

“A lo mejor sí siente algo por mí... pero es asintomático”. Anónimo

“Aumentó el porcentaje de estornudos... según la Universidad de Mass Achuses”. Anónimo

“A veces pienso que yo tengo el COVID-19 porque no puedo respirar, pero después me desabrocho el botón del pantalón... y se me pasa”. Anónimo

“Ayer salí a cantar a mi balcón y los vecinos me tiraron tomates, huevos y papas... hoy salgo de nuevo porque me falta la carne”. Anónimo

“Bebí tanto alcohol en mi vida que cuando toso en vez de contagiar... desinfecto”. Anónimo

“Bienaventurados todos aquellos que andan paseando por las calles... ellos pronto conocerán al Señor”. Anónimo

“Cambio fideos, arroz y azúcar por un loro... necesito hablar con alguien”. Anónimo

“Cómo cambian los tiempos, ahora llegas oliendo a alcohol... y todos te ven con buenos ojos”. Anónimo

“Cómo va la cosa, para diciembre queda prohibida la canción... ‘Ven a mi casa esta navidad’”. Anónimo

“Contra el coronavirus, mastique dos cabezas de ajo; no sirve para nada... pero todos estarán a una distancia segura de usted”. Anónimo

“Cuando esto acabe... me voy a tomar unos días de descanso”. Anónimo

“Cuando todo esto pase, el cuerpo humano va a estar compuesto de 70% de grasa... y 30% de alcohol en gel”. Anónimo

“Cuando todo esto termine... voy a llevar mis manos a alcohólicos anónimos”. Anónimo

“De esto se sale todos juntos... algunos saldrán obesos, otras embarazadas y otros divorciados”. Anónimo

“Después de Doña Cuarentena, van a venir... Inés Tabilidad, Lalo Cura y Cindy Dinero”. Anónimo

“De tanto lavarme las manos... se me han borrado las huellas digitales”. Gunther Balarezo

“Dice Santa Claus que este año cada quien se busque su propio regalo... porque él está en el grupo de riesgo”. Anónimo

“En clases virtuales... ¿Habrá recreo?”. Anónimo

“En la manzana donde vivo hay 25 confirmados... los demás solo tienen primera comunión”. Anónimo

“Estamos en Semana Santa; si usted no sabe resucitar... quédese en casa”. Anónimo

“Estos son los mejores destinos para Semana Santa... Punta Cama, Playa Jardín, Costa del Balcón, Puerto Baños, Gran Sofá y Playa del Garaje”. Anónimo

“Estoy conociendo mejor a esta gente que vive en mi casa, parecen ser amables... dicen ser mi familia”. Anónimo

“Estudien para cuando les digan que son enfermedades respiratorias... no corran a comprar papel higiénico”. Anónimo

“Faltan dos semanas para que nos digan que faltan dos semanas... para decirnos que faltan dos semanas”. Anónimo

“Hombre con papel higiénico busca mujer con alcohol gel... para una cuarentena seria”. Anónimo

“Hoy entraron dos personas con mascarillas a la cafetería y hubo histeria total, luego nos dimos cuenta que era un asalto... y nos tranquilizamos”. Anónimo

“La cura para el COVID-19 es... Nitratodesalir”. Anónimo

“La jente ce azusta por un mez cin claces. En el 2006 estuvimos cin claces... y no nos hafectó en nada”. Anónimo

“La mitad de la población de Buenos Aires está con Virus... un tercio con Soda Stereo y los restantes con los Fabulosos Cadillacs”. Anónimo

“La noticia de cierre de colegios ha matado más padres... que el mismo virus”. Anónimo

“La OMS aconseja ingerir harta salchippa, no cura nada... pero es rica”. Anónimo

“La probabilidad de ver este año a Chayanne es 10%... la probabilidad de ver a José José, Juan Gabriel y Michael Jackson es 90%”. Anónimo

“La vida cambia, ahora no me dejan entrar en casa... si no huelo a alcohol”. Anónimo

“Las máscaras para proteger del coronavirus suben de precio... ahora son mascarillas”. Anónimo

“Las tribus indígenas sacrificaban a sus líderes como ofrenda a los dioses cuando había epidemias...Lo digo por aportar ideas”. Anónimo

“Les manda a decir Santa Claus que ni le escriban cartas, ya que él es hipertenso, diabético, mayor de 70 años... y que no se va arriesgar”. Anónimo

“Lo del cierre de colegios... es con los niños dentro, ¿no?”. Anónimo

“Lo único que he estrenado este año... son solo mascarillas”. Anónimo

“Los mayores de 65 años... solo podrán salir con permiso de sus padres”. Anónimo

“Mañana me toca sacar la basura, ¡Que emoción!... No sé qué ponerme”. Anónimo

“Me está gustando esto de la mascarilla, porque en el supermercado me crucé con dos personas a las que le debía

plata... y no me reconocieron”. Anónimo

“Me han enviado tantos videos del coronavirus, que mi celular ya no timbra... tose”. Anónimo

“Me he hecho un test de coronavirus de los que ha comprado el gobierno... y me sale que estoy embarazada”. Anónimo

“Me siento chibolo otra vez: no tengo plata en la billetera, tengo el pelo largo, no sé qué hacer con mi vida... y tengo prohibido salir”. Anónimo

“Me siento como en navidad: me baño, me arreglo y me perfumo... para irme a sentar a la sala” Anónimo

“Nada como llegar a tu cuarto... después de estar todo el día en la sala”. Anónimo

“Ni en mis sueños más locos... imaginé entrar enmascarado al banco para sacar dinero”. Anónimo

“Ni en persona le entiendo al profesor... menos voy a entenderle por internet”. Anónimo

“No dejen que le tomen la temperatura en la frente en el supermercado, te borra la memoria. Fui por arroz... y volví con dos vinos”. Anónimo

“No sé qué me da más miedo, si tomarme la temperatura... o pesarme”. Anónimo

“No vayas a prender la luz de tu casa... puede ser un foco infeccioso”. Anónimo

“No voy a comprar ninguna Agenda 2021... hasta que no vea primero el tráiler”. Anónimo

“Nunca me imaginé entrando a un banco con la cara tapada, salir con plata... y la policía abriéndome la puerta”. Anónimo

“Nunca pensé que cumpliría prisión domiciliaria... por un crimen que no cometí”. Anónimo

“Nunca pensé que mis manos... iban a consumir más alcohol que mi hígado”. Anónimo

“Para aguantar estas semanas de cuarentena, duerman hasta las 12 pm... y así se ahorran el desayuno”. Anónimo

“Para los que salen de la casa existe una crema para el coronavirus...se llama Cremación”. Anónimo

“Para mi cumpleaños acepto paracetamol, invertectina, zitromicina, y el que me quiera impresionar... que me regale oxígeno”. Anónimo

“Pensé que había engordado, pero me probé la bufanda para el invierno... y me queda perfecta”. Anónimo

“Por motivo del coronavirus, mi ‘cuerpazo de verano’... queda aplazado hasta el 2021”. Anónimo

“Primer año que no viajo a Europa por causa de una pandemia... los años anteriores no fui por falta de dinero”. Anónimo

“Profe, si mi relación a distancia no funcionó... imagínese su clase”. Anónimo

“Propongo una gran marcha... para vencer al coronavirus”. Anónimo

“Quedémonos en casa, solo así vamos a superar el coronavirus... ya luego veremos cómo superamos el alcoholismo”. Anónimo

“Querido Dios, ¿Podrías por favor desinstalar el 2020 y volver a instalarlo?... Tiene un virus”. Anónimo

“Salí de una relación tóxica... para entrar en una pandemia”. Anónimo

“Se busca persona con despensa llena... para relación seria”. Anónimo

“Si el COVID-19 hubiera empezado en Las Vegas, no se hubiese propagado tanto, porque lo que pasa en Las Vegas... se queda en Las Vegas”. Anónimo

“Si la persona que amas tiembla cuando la abrazas, si sientes sus labios ardientes como brazas, si su respiración se agita, si hay en sus ojos un brillo febril... mándala al médico porque tiene el COVID-19”. Anónimo

“Si las clases son virtuales... ¿Es con uniforme o ropa de calle?”. Anónimo

“Si los colegios siguen cerrados por mucho tiempo... los padres encontrarán la vacuna para el coronavirus antes que los científicos”. Anónimo

“Si quieren ahorrarse dinero, tal vez sea buena idea ir diciendo a sus hijos... que Santa no sobrevivió al coronavirus”. Anónimo

“Si te contagias en el bus... el virus es pasajero”. Anónimo

“Si te van a robar... tose”. Anónimo

“Tirado en el sofá en el 2019 es ser vago inútil; tirado en el sofá en el 2020... adulto responsable”. Anónimo

“Todas las clínicas tienen nombres de Santos... pero los precios que cobran son diabólicos”. Anónimo

“Todavía no he decidido dónde pasar Semana Santa... si en el cuarto o en la sala”. Anónimo

“Ya podemos salir libremente porque el coronavirus se suicidó... las noticias dijeron que se había disparado”. Anónimo

DISCUSIÓN

El humor se considera un antídoto contra las epidemias, porque cuestiona de manera sarcástica e irónica la efectividad de las medidas de salubridad e higiene tomadas por las autoridades, el uso de las medicinas y de las relaciones interpersonales (Velázquez-Castro, 2020).

Desde el primer día de cuarentena, el humor de los memes publicados a través del WhatsApp, fueron un recurso para hacer frente y salir adelante de los problemas, temores y pesimismo que se presentaban en los días de malas noticias (Huerta-Mercado, 2020). El humor no cambió

el miedo y la incertidumbre que se tenía con respecto a la pandemia del coronavirus, pero al menos la risa fue una forma práctica y barata de hacer frente a esta enfermedad, al brindar una esperanza para superar esta etapa (Velázquez-Castro, 2020).

Finalmente, la comedia y la sátira pueden prosperar en tiempos complicados. Según la filósofa Alenka Zupančič en su libro *The Odd One In* (traducido como *El Extraño* o *El que Sobra*) la comedia suele pasar

por buenos momentos en épocas de crisis, al ser una forma de resistirnos a vernos solo como víctimas. En este sentido, para Sigmund Freud reír ante lo que más miedo nos da, es eficaz; para el filósofo alemán Friedrich Nietzsche, “El hombre sufre tan terriblemente en el mundo que se ha visto obligado a inventar la risa” y para el escritor norteamericano Mark Twain “La raza humana tiene un arma verdaderamente eficaz: la risa”. (Alcaraz, 2020; Rubio-Hancock, 2020).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Peruana de Noticias (Andina). 2020. *INEI: 82% de peruanos usa internet a través de un celular*. Consultado 18 de agosto del 2020, <<https://andina.pe/agencia/noticia-inei-82-peruanos-usa-internet-a-traves-un-celular-746720.aspx>>
- Alarcón-Zelaya, V. 2017. Humorismo como creación y fortalecimiento de los vínculos en la sociedad red: el caso de los memes sobre filósofos. *Revista de Comunicación*, 16: 122-146.
- Alcaraz, M. 2020. *El humor con defensa: las virtudes de la risa en tiempos de coronavirus*. Consultado 28 de agosto del 2020, <https://www.abc.es/bienestar/psicologia-sexo/psicologia/abci-humor-como-defensa-virtudes-risa-tiempos-coronavirus-202003290432_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com.pe%2Furl%3Fsa%3D>
- Arab, E. & Díaz, A. 2015. Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica de Clínica Las Condes*, 26, 7-13
- Arango-Pinto, L.G. 2014. *Experiencias en el uso de los memes como estrategia didáctica en el aula*. Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación, Buenos Aires, 12-14 de noviembre.
- Arango Pinto, L.G. 2015. Una aproximación a los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible comprensión pedagógica. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 12, 110-132.
- Ballesteros-Doncel, E. 2016. Circulación de memes en WhatsApp: ambivalencias del humor desde la perspectiva de género. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*. 35, 21-45.
- Bauchhage, C. 2020. *Insights into internet memes*. Proceedings Fifth International Association for the Advancement of Artificial Intelligence: Conference on

- Weblogs and Social Media. Bonn, 2011. Consultado el 18 de agosto del 2020, <<https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/view/2757/3304>>
- Caizaluisa-Tapia, E.B. 2017. *Fundamentación científico técnica. Los Memes como Herramienta de Comunicación Alternativa: Análisis Desde la Perspectiva Semiótica* (Título Licenciado), Facultad de Ciencias Humanas y Comunicación, Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, pp. 44-45.
- Calero-Vaquera, M.L. 2014. El discurso del WhatsApp: entre el Messenger y el SMS. *Oralia*, 17, 85-114.
- Camas, L.; Valero, A. & Vendrell, M. 2018. Hackeando memes: cultura democrática, redes sociales y educación. *Espiral. Cuadernos del Profesorado*, 11: 120-129.
- Carniel, F., Ruggi, L. & de Oliveira Ruggi, J. 2018. Género e humor nas redes sociais: a campanha contra Dilma Rousseff no Brasil. *Opinão Pública*, 24: 523-546.
- Celorio-Moreno, G.A. 2019. Los memes y el humor en la política. *Los Memes, un Producto Comunicacional de Visibilización y Construcción de Imaginarios Políticos en el Ecuador. Caso de estudio: Páginas de Facebook Crudo Ecuador y Soy Revolución, Memes sobre la Consulta Popular 2018*. Informe de Investigación, Universidad Simón Bolívar, Quito, pp.12-13.
- Céspedes, M.E. 2020. Los memes de humor político en campaña electoral y su relación con el clima de opinión en Facebook. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 7, 586-605.
- Chen, C. 2012. *The creation and meaning of internet memes in 4chan: popular internet culture in the age of online digital reproduction*. Consultado el 20 de agosto del 2020, <http://www.yale.edu/habitus/habitus_design_6.625_%283%29.pdf>
- Christian, R.; Ramos, J.; Susanibar, C. & Balarezo, G. 2004. Risoterapia: un nuevo campo para los profesionales de la salud. *Revista Sociedad Peruana de Medicina Interna*, 17: 57-64.
- Del Águila, S. 2020. *La comedia callejera*. Diario El Comercial (06 de setiembre del 2020), El Dominical, Lima, 5.
- Diario Perú21. 2020. *Hay más de 40 millones líneas móviles activas en Perú*. Consultado 10 de agosto del 2020, <<https://peru21.pe/peru/osiptel-hay-40-millones-lineas-moviles-activas-peru-408082-noticia/>>
- Durán-Salinas, B.R. 2019. Mimesis e imitación, una teoría del pensamiento en memes. *Redes Sociales, Humor y Comunicación Política Análisis de memes de candidatos presidenciales en la campaña electoral de primera y segunda vueltas en Ecuador del 2017* (Tesis de Maestría). Área de Letras y Estudios Culturales, Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, p.15.
- Esnal-Gofinondo, A. 2019. Marco teórico. *La Traducción del Humor en el Mundo Digital. Una aproximación a los memes de Internet* (Tesis de Grado). Facultad

- de Ciencias Humanas y Sociales, Universidad Pontificia Comillas, Madrid, pp.5-16.
- Freire, F. 2016. Uma breve reflexão sobre memes políticos, humor e conversação cotidiana informal. Em *Debate*, 8: 34-40.
- Fuica-González, C. 2013. El discurso político de resistencia en las redes sociales: el caso de los memes desde una perspectiva crítica y multimodal. *Contextos*, 30, 37-48.
- Gallego-Delgado, J. 2018a. *Introducción. El humor en el aula de español a través de los memes. Un enfoque didáctico* (Maestría), Universidad de Cantabria, España.
- Gallego-Delgado, J. 2018b. *Marco Teórico. El humor en el aula de español a través de los memes. Un enfoque didáctico* (Maestría), Universidad de Cantabria, España.
- Gómez, C.V. & Marta-Lazo, C. 2015. Modelo de integración educocomunicativa de “apps” móviles para la enseñanza y aprendizaje. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 46: 137-153.
- Gómez del Castillo, M.T. 2017. Utilización de WhatsApp para la comunicación en titulados superiores. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 15: 51-65.
- González-Hernández, E.M.; Figueroa-Daza, J.E. & Meyer, J. H. 2019. El meme en internet. Los Memes y la Política. ¿Por qué algunos memes se vuelven virales y otros no? *Revista Científica de Información y Comunicación*, 16: 582-585.
- Hernández-Pérez, J. 2020. *Las peripecias de la imagen: los memes, la digitalización y las portadas. El Giro Visual en Bibliotecología: Intersecciones de la Información, la Imagen y el Conocimiento*, Alfaro-López, H.G. & Pérez-Meléndez, C. (Cords.), Universidad Autónoma de México, Primera Ed. pp.37-50.
- Huerta-Mercado, A. 2020. *Humor en los tiempos del virus*. Diario El Comercio (27 de junio del 2020), Opinión, Lima, 21.
- Infobase. 2020. *El humor en tiempos de coronavirus: ¿está bien compartir memes y hacer chistes?* Consultado el 10 de agosto del 2020, <<https://www.infobae.com/america/tendencias-america/2020/03/19/el-humor-en-tiempos-de-coronavirus-esta-bien-compartir-memes-y-hacer-chistes/>>
- Izquierdo, M.J. & Barbeta, M. 2014. La transcendencia de lo cotidiano: vínculos, chistes y subjetividad. *Política y Sociedad*, 50: 1097-1131.
- Llera, J.A. 2003. Una aproximación interdisciplinar al concepto del humor. *Signa. Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 12: 613-628.
- Llinares-Pellicer, M.C. & Lloret-Boronat, M. 2008. Ciberadicción: los riesgos de internet. *Revista de Análisis Trasaccional y Psicología Humanista*, 59: 267-296.
- López-Salazar, L.T. 2017. *Los “Memes de Internet” Como Estrategia de Comunicación Publicitaria de la Marca Cua - Cua en Facebook* (Tesis

- Licenciatura). Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, 29.
- Medina, F. 2018. Los memes como discurso analizable en el aula. Cuaderno de Pedagogía Universitaria, 15: 12-21.
- Muñoz-Villar, C. 2014. *Tipos de memes. El Meme como Evolución de los Medios de Expresión Social* (Tesis Titulación), Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile, Santiago, p.19.
- Nicoletti, M. & Tarallo, N. 2020. *La Risa, un Arma Cargada de Futuro. Humor para los tiempos difíciles*. Mar y Sol Ed.
- Ochoa-Feijóo, G.E. 2018. Introducción al concepto del humor. *De la Caricatura al Meme: las Nuevas Formas Visuales de Generar Opinión a Través del Humor* (Tesis Licenciatura). Escuela de Comunicación, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, pp.9-12.
- Peláez, R. 2020. ¿El coronavirus ha cambiado los límites del mundo? Consultado 22 de agosto del 2020, <<https://www.xlsemanal.com/conocer/psicologia-conocer/20200508/humor-coronavirus-memes-durante-pandemia-chistes.html>>
- Puentes, Y.; Menéndez, E. & Concepción, Z. 2020. La educación sexual en los adolescentes. Revista CCCSS Contribuciones a las Ciencias Sociales, Consultado 25 de agosto del 2020, <<http://www.eumed.net/rev/cccss/14/sqd.html>>
- Rodríguez, J.D. 2020. *El humor nos salvará*. Diario El Comercio. (8 de abril del 2020). Ciencias, Lima, 2.
- Rubio-Hancock, J. 2020. *Por qué seguimos mandándonos memes y chistes aunque el coronavirus sea un peligro*. Consultado el 25 de agosto del 2020, <https://verne.elpais.com/verne/2020/03/11/articulo/1583915715_267427.html>
- Ruiz, B.E. 2018. Los memes: una respuesta popular y humorística ante la crisis mexicana. Nueva Sociedad, 273: 122-135.
- Ruiz-Martínez, J. M. 2018. Una aproximación retórica a los memes de internet. Revista Signa, 27: 995-1021.
- Sánchez-Álvarez-Insúa, A. 2007. Freud y Bergson. El chiste y la risa y su relación con lo social. ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura, 723: 103-121.
- Sánchez-Díaz de Mera, D. & Lásaro-Cayuso, P. 2015. La adicción al WhatsApp en adolescentes y sus aplicaciones en las habilidades sociales. Tendencias Pedagógicas, 29: 121-134.
- Shifman, L. 2013. Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. Journal of Computer-Mediated Communication, 18: 362-377.
- Suárez-Lantarón, B. 2018. Whatsapp: su uso educativo, ventajas y desventajas. Revista en Investigación en Educación, 16: 121-135.
- Velázquez-Castro, M. 2020. *La risa contra el dolor*. Diario El Comercial (31 de mayo del 2020), El Dominical, Lima, 4.

Vélez-Herrera, J.I. 2012. *Los memes de Internet y su papel en los medios de comunicación mexicanos. La Investigación de la Comunicación y su Incidencia Social. Análisis de la construcción del campo de estudio y la producción de conocimiento. Memorias XXIV Encuentro Nacional de la AMIC.* de la Peña-Astorga, G. & Gervasi, F. (Cord.), Universidad Autónoma de Coahuila y Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Saltillo, pp.113-122.

Received October 21, 2020.

Accepted December 7, 2020.