

# Las voces ciudadanas en la construcción de conversaciones digitales en Iberoamérica durante la pandemia por COVID-19

Editado por:  
Red temática Evaprop  
Programa **CYTED**



<https://www.cytcd.org/evaprop>



**evaprop**

Red de evaluación de procesos  
de gestión pública en pandemia  
y participación ciudadana

# CC.SIBDI.UCR - CIP/4194

<b>Nombres:</b>	Vázquez Espinoza, Ana María, autora.   Castillo Vargas, Andrés, compilador.   Programa CYTED. Red Evaprop, editor.
<b>Título:</b>	Las voces ciudadanas en la construcción de conversaciones digitales en Iberoamérica durante la pandemia por COVID-19 / editado por Red temática Evaprop, Programa CYTED ; compilador Andrés Castillo Vargas ; autorías Ana María Vázquez Espinoza [y otros quince].
<b>Descripción:</b>	1a. edición.   San José, Costa Rica : Universidad de Costa Rica, Vicerrectoría de Investigación, CICOM, 2024.
<b>Identificadores:</b>	ISBN 978-9930-632-10-9 (PDF)
<b>Materias:</b>	ARMARC: Redes sociales en línea – Aspectos sociales – América Latina.   Pandemia de COVID-19, 2020- – Aspectos sociales – América Latina.   Comunicación en salud pública – América Latina.   Contenido generado por los usuarios – Aspectos sociales – América Latina.   LCSH: Medios sociales y sociedad – América Latina.
<b>Clasificación:</b>	CDD 302.320.98 --ed. 23

Este libro no puede ser reproducido total ni parcialmente, por ningún medio, sin contar con la autorización por escrito de editores y autores.

Hecho en San José, Costa Rica por CICOM-UCR.  
Tel. + (506) 2511 6414 / <http://cicom.eccc.ucr.ac.cr> / [cicom.eccc@ucr.ac.cr](mailto:cicom.eccc@ucr.ac.cr)



## Coordinación editorial:

Dr. Andrés Castillo Vargas, miembro nodo Costa Rica Red Evaprop / CYTED

## Consejo académico Red Evaprop / CYTED:

Dra. Ana Almansa Martínez, Universidad de Málaga, España  
Dra. Claudia Pereira Gagliardi, Fundación Oswaldo Cruz, Brasil  
Dra. Daisy Margarit Segura, Universidad de Santiago de Chile, Chile  
Mgter. Lina Lay Mendivil, Universidad Tecnológica de Panamá, Panamá  
Dra. Maria Aparecida Ferrari, Universidade de São Paulo, Brasil

## Consejo científico CICOM:

Dra. Carolina Carazo Barrantes  
M.Sc. Elsy Vargas Villalobos  
M.Sc. Eyleen Alfaro Porras  
Dr. Harold Hütt Herrera  
Dr. Ignacio Siles González  
Dra. Larissa Tristán Jiménez  
Dra. Luisa Ochoa Chaves

## Revisión filológica:

Br. Ruth Ortiz Garita

## Diagramación:

Raquel Morales-Mena

## 1ª edición, noviembre 2024. Derechos reservados:

Red de Evaluación de Procesos de gestión pública en pandemia y Participación ciudadana (Evaprop), Programa Iberoamericano de Ciencia y Tecnología CYTED, Madrid, España  
Centro de Investigación en Comunicación (CICOM), Universidad de Costa Rica  
San José, Costa Rica



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA

VI Vicerrectoría de  
Investigación

CICOM

Centro de  
Investigación en  
Comunicación

# 05

## El humor ciudadano en las redes sociales ante el inicio de la crisis sanitaria por COVID-19: el uso de Facebook en Iberoamérica

Margoth Mena-Young, Universidad de Costa Rica,  
[margoth.mena@ucr.ac.cr](mailto:margoth.mena@ucr.ac.cr)

Rodrigo Muñoz-González, Universidad de Costa Rica,  
[rodrigo.munozgonzalez@ucr.ac.cr](mailto:rodrigo.munozgonzalez@ucr.ac.cr)

Raquel Morales-Mena, Universidad Estatal a Distancia,  
[raquel.moralesm@uned.cr](mailto:raquel.moralesm@uned.cr)

# El humor ciudadano en las redes sociales ante el inicio de la crisis sanitaria por COVID-19: el uso de Facebook en Iberoamérica

## 1. Introducción

El humor está presente a diario como forma de expresión en las plataformas de redes sociales. Anécdotas graciosas, memes, chistes o videos cómicos son productos que las personas usuarias generan, difunden o comentan para compartir experiencias, entretenimiento, denuncias públicas afrontar miedos o incertidumbre, o para conectar con otras personas, donde sus experiencias contribuyen a tejer sentidos de pertenencia, en comunidades que no tienen arraigo territorial.

En la actualidad, el humor se ha reconocido como una estrategia de afrontamiento que proporciona alivio emocional (Sato et al., 2016), que mejora la resiliencia en el manejo de situaciones estresantes (Brudek y Steuden, 2022), y que ofrece un medio de resistencia a las narrativas dominantes de control (Berwick, 2024). Es en este ejercicio del humor digital que la ciudadanía puede usarlo como recurso de crítica social, pero también esa circulación podría contener mensajes desinformativos que sean malinterpretados o que lesionen a otras personas.

Con la llegada de la pandemia por COVID-19 se activaron estudios académicos para saber más sobre los efectos de la crisis en el bienestar psicosocial de las personas, y para describir los contenidos que tanto los gobiernos como la ciudadanía colocaban en distintas plataformas o canales. En ese sentido, sobre la base de que “el miedo al COVID-19 puede reducirse con humor”, Brudek y Steude

(2022) encontraron que esa relación está mediada por la ansiedad generalizada, y que el humor es un factor protector: quienes usan el humor bajan su ansiedad y el miedo al virus y sus implicaciones. Asimismo, en otro estudio sobre humor y comunicación de la ciencia (Mandl et al., 2023), el equipo autor encontró que el humor hace que la información científica sea más cercana y atractiva.

Lo anterior puede ser un buen recurso para proponer apoyos y estrategias de comunicación durante una crisis, pero no implica –por ejemplo– que se provoquen mejoras en la toma de decisiones individuales o colectivas, o que aumente la comprensión de la información política o científica asociada a dicha crisis, vacíos que dejan espacio a nuevas investigaciones al respecto. En el caso de este capítulo, fue de interés abordar el humor en las respuestas ciudadanas ante la llegada del virus SARS-CoV-2 a territorios nacionales de 8 países iberoamericanos, con el fin de identificar las acciones de afrontamiento de la crisis y las declaraciones de resistencia, tanto a la propia crisis como a la gobernanza de ella misma y a la desigualdad social.

El estudio se centra en 2020, cuando los países de esta investigación (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, España, México y Panamá), vivieron la llegada del nuevo virus entre el 26 de febrero y el 9 de marzo de ese año. En un periodo muy corto los gobiernos de la región tuvieron que tomar previsiones y ajustar sus protocolos, con apoyo de la Organización Mundial de la Salud (OMS) que buscaba evidencias e instruía al planeta desde la poca información disponible, y en un momento donde sus ciudadanos consumían diariamente noticias alarmantes provenientes de China y Europa, junto a desinformación desde muy distintas fuentes. Es en ese marco

que llegaron los anuncios oficiales del primer caso detectado de SARS-CoV-2 en cada país, que se informaron mediante conferencias de prensa, boletines digitales y publicaciones en redes sociales. Este capítulo analiza las respuestas humorísticas a ese anuncio.

## 1.1 Humor y memes en pandemia por COVID-19: un breve repaso

Una corriente importante de investigaciones académicas abordó el humor en pandemia por COVID-19, tomando como eje central los memes producidos en redes sociales en el período de cuarentena, que corresponde, principalmente, a la primera mitad del año 2020 (Alkaraki et al., 2024; Balarezo-López, 2020; Cancelas-Ouviña, 2021; Fernández, 2020; Romero y Pierola, 2021; Salgado, 2021; Sola-Morales, 2020). Bageshwar y Zafar (2023) indican que durante estos meses se dio la mayor producción de publicaciones humorísticas en relación con la pandemia (p. 109).

Romero y Piérola (2021) utilizaron los software especializados Brandwatch y Crimson Hexagon para la recopilación de la muestra de memes, pero en otros estudios se optó por recolectarlos directamente desde grupos en redes sociales, participantes específicos y/o mediante familiares, amigos o conocidos (Cancelas-Ouviña, 2021; Balarezo-López, 2020; Fernández, 2020; Salgado, 2021). Cabe mencionar también el uso de motores de búsqueda comunes como Google, donde identificaron memes por medio del ingreso de palabras clave relacionadas a la pandemia, junto a términos como “meme” o “humor” (Cancelas-Ouviña, 2021; Sola-Morales, 2020).

En esa línea, las investigaciones que recolectaron datos directamente de redes sociales muestran

una variedad de plataformas elegidas: Romero y Piérola (2021) recopilaron memes desde la red social Twitter (ahora X); Balarezo-López (2020) y Cancelas-Ouviña (2021) se centraron en los que fueron difundidos vía WhatsApp; y Fernández (2020) en los compartidos en Instagram y Facebook. Los autores Bageshwar y Zafar (2023), quienes trabajaron un metaanálisis del tema, mencionan que la recolección de datos en la mayoría de los casos se dio en Facebook –tal cual se hace el estudio en este capítulo–, seguida de WhatsApp, Twitter e Instagram (p. 100).

Balarezo-López (2020), Fernández-Poncela (2024) y Romero y Piérola (2021) analizaron el humor desde la teoría de la incongruencia, la cual indica que, al encontrarse ante una incongruencia, la risa es una respuesta natural. En complemento, Balarezo-López (2020) y Fernández-Poncela (2024) lo hicieron desde la teoría de la superioridad, que sitúa la burla hacia otros como una posición de poder. Por último, Balarezo-López (2020) también incluyó la teoría de la descarga, donde se menciona que la risa es una forma de descargar la acumulación de energía física.

Varios de los memes analizados en estudios anteriores corresponden a burlas sobre la nueva cotidianidad que la sociedad tuvo que adoptar en los meses de confinamiento (Bageshwar y Zafar, 2023; Cancelas-Ouviña, 2021; Sola-Morales, 2020). Se da a entender que el protagonista de la burla corresponde al espectador y atañe a un sentimiento de identificación del colectivo. En específico, Cancelas-Ouviña (2021) explica que en su muestra –por ejemplo– no se encontraron piezas donde el “humor negro” estuviera dirigido a la muerte y enfermedad de las víctimas, es decir, no presentaron crueldad explícita (pp. 10-11).

En otros casos, el humor está directamente

enfocado en criticar entes gubernamentales, medidas sanitarias y falta de organización, entre otros. Elementos como la ironía, el sarcasmo y la sátira son utilizados como mecanismos para manifestar descontento y/o lucha en contra de un poder mayor (Alkaraki et al., 2024; Cancelas-Ouviña, 2021; Francisco et al., 2023; Sola-Morales, 2020).



*La risa es una forma de descargar  
la acumulación de energía física.*

Como se explica en los trabajos de Alkaraki et al. (2024), Fernández (2020) y Salgado (2021), los memes también han sido utilizados para reforzar formas de pensamiento discriminatorias, como la xenofobia y el racismo –como sucedió con el incremento del rechazo hacia las personas asiáticas debido a la pandemia– o el machismo. El tipo de humor asociado al machismo reforzó estereotipos sobre las mujeres siendo “cuidadoras” durante el confinamiento (Alkaraki et al., 2024). De esta manera, los memes funcionaron también como género discursivo capaz de replicar valores e ideologías hegemónicas.

Cabe destacar que solo uno de los estudios encontrados incluyó el análisis de memes desde temas científicos (Francisco et al., 2023): fue solo un pequeño porcentaje de los memes los que contenían ciencia, y muchos de ellos requerían que el espectador poseyera conocimiento científico previo (p. 14).

Por último, Balarezo-López (2020), Fernández-Poncela (2024) y Olah y Ford (2021), coincidieron en que el uso del humor en el contexto de situaciones de riesgo, como es el caso de

la pandemia por COVID-19, sirve como un mecanismo importante para reducir el miedo y aliviar el estrés.

## 1.2 Humor, tensión social y comunicación digital: aportes teóricos

El sentido del humor es una experiencia social en la cual convergen subjetividades, identidades y estructuras socioculturales (Hakoköngäs, Halmesvaara y Sakki, 2020). En este sentido, por un lado, el humor reproduce las infraestructuras simbólicas de una sociedad, pero, por otro lado, tiene el potencial de transformarlas y de crear espacios para momentos, eventos, y formas de ser emergentes (Penney, 2020). Para el filósofo del lenguaje ruso Mijaíl Bajtín [Bakhtin] (2009), el humor y la comida, como género narrativo, configuran un espacio de negociación y liminalidad al unir lo banal con lo sacro, lo normal con lo extraordinario. En este sentido, el humor se convierte en un modo de enfrentarse a eventos y contextos que son recurrentes o inesperados.

*El sentido del humor es una experiencia social.*

Bajtín (2009) se centra, particularmente, en la práctica del carnaval. Bajo su óptica, esta práctica se refiere a momentos sociales en los cuales se “suspenden” muchas normas debido a un acontecimiento especial; por ejemplo, en términos de historia europeo, el carnaval sucedía antes del inicio de la cuaresma. Lo carnavalesco, por consiguiente, amplía fricciones, pero también impone orden: rompe, por unos momentos, estructuras socioculturales establecidas, pero, al hacer esto, las refuerza. El humor opera, de esta

manera, como una “brújula comunicativa” que permite navegar las complejidades y vicisitudes de la realidad social.

La obra de Bajtín (2009) ha sido clave para comprender el rol del humor como un fenómeno social (Casas-Cortés y Cobarrubias, 2024; Webb, 2005). En este respecto, para Meyer (2000), el humor es socialmente dependiente (p. 316). Dicho de otro modo, lo humorístico se compone de normas discursivas que median lo que se considera gracioso, desde el objeto hasta su recepción. Justamente por esto, Meyer (2000) apunta que todo concepto formulado desde el humor debe de ser medianamente familiar para una audiencia. Este autor sugiere que el humor es uno de los aspectos fundamentales de la comunicación humana, revelando complicidades, omisiones, y énfasis en significados que son importantes para un espacio social. Más adelante, este capítulo se adentrará en las funciones del humor dentro del proceso de comunicación social.

Ahora bien, desde un punto de vista político, el humor plantea relaciones complejas con el poder (Tsakona y Popa, 2011, p. 2). Para Das y Graefer (2017), lo humorístico acarrea instancias sociales que fácilmente pueden ofender a las personas. Si bien, en muchas ocasiones, diferentes agentes sociales pueden buscar este efecto, estas autoras sugieren que las audiencias contemporáneas realizan negociaciones a la hora de interpretar contenidos semánticos para comprender distintos tipos de humor desde contextos particulares (Das y Graefer, 2017, p. 63). Para el caso de las reacciones ciudadanas ante el aviso del primer caso de COVID-19 en sus territorios nacionales, este aviso resulta de suma importancia, ya que da atisbos para entender las razones que llevan a una persona a ironizar o a burlarse de una posible pandemia. Con el humor, entonces,

se pueden afrontar situaciones sociales a través de negociaciones afectivas y simbólicas.

Sin embargo, Piérola (2020) afirma que el humor no es solamente un mecanismo para navegar lo extraño o lo innovador. En su discusión sobre la producción y difusión de memes en espacio digitales, este autor contempla la posibilidad de que estos sean un mecanismo para normalizar la incertidumbre propia de la época actual. Al ser producidos y reproducidos por gran variedad de usuarios (Shifman, 2007), los memes permiten trazar la condición del humor en las sociedades contemporáneas, siendo un bricolaje entre formas ya definidas y diversas posiciones ideológicas e identitarias (Shifman, 2013). El humor restringe y emancipa, crítica y castiga al mismo tiempo.

El presente capítulo se centra en las reacciones ciudadanas en Facebook que se dieron en publicaciones oficiales sobre el primer caso. Esto obliga a desempacar las redes sociales como un foro público donde hay un ensamblaje complejo de herramientas tecnológicas y prácticas sociales (Matassi, Mitchelstein y Boczkowski, 2022). La comprensión de Facebook como un sitio de escucha social ha pasado por momentos de optimismo, especialmente en los primeros años de funcionamiento de la plataforma, hasta llegar a actitudes escépticas sobre su rol en la esfera pública (Losifidis y Nicoli, 2020). Definitivamente, resulta innegable que las personas usuarias tienen la posibilidad de expresar sus opiniones en esta red social. En términos de comunicación gubernamental, se convierte en una herramienta de diálogo e información (Kreiss y McGregor, 2019). No obstante, la aparición de prácticas de desinformación y el funcionamiento de bots y algoritmos han puesto en jaque el papel de Facebook como un recurso comunicativo libre y transparente (Pang et al., 2021).

*El humor restringe y emancipa, crítica y castiga al mismo tiempo.*

A pesar de esto, las redes sociales pueden brindar registros relevantes sobre la respuesta de la población acerca de distintos temas (Fenoll, Gonçalves y Bene, 2024). Al respecto, estos comentarios revelan la presencia de estructuras del sentir. Las estructuras del sentir es un concepto ideado por el crítico cultural galés Raymond Williams (1977) para entender las formas en que “sentires sociales” se materializan en productos culturales (p. 134). En otras palabras, una estructura del sentir es un modo socialmente compartido de experimentar la sociedad en un contexto dado. Por ejemplo, la nostalgia es una estructura del sentir que se articula a partir del desencanto por el presente experimentado por ciertas poblaciones (Muñoz-González, en prensa).

En este estudio se considera que los comentarios dejados por las diferentes personas usuarias de 8 países iberoamericanos permiten detectar estructuras del sentir que estaban presentes al momento de anunciarse el primer caso de COVID-19 en territorios nacionales. Así, es posible identificar cómo el virus se insertó en contextos locales a partir de características que dieron pie a una pandemia global. Para ello, se procedió a ejecutar un análisis cuantitativo y cualitativo de estas reacciones ciudadanas.

## 2. Ruta metodológica

Se presenta un estudio mixto de tipo exploratorio que tiene como eje analizar el uso del humor en situaciones de crisis en las redes sociales, y que recopiló 52 comentarios humorísticos publicados en la red social Facebook en 8 países iberoamericanos, los cuales se dieron como respuesta al anuncio oficial de la detección en 2020 del primer caso por SARS-CoV-2 en suelo nacional, por parte de los gobiernos de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, España, México y Panamá. Es importante destacar que los comentarios se transcribieron tal cual fueron escritos por la ciudadanía.

El objetivo principal del estudio fue identificar los miedos y preocupaciones que la llegada del SARS-CoV-2 provocó en la ciudadanía y que esta expresó mediante respuestas humorísticas al comunicado oficial en una red social, para así provocar la reflexión sobre la escucha social que deberían implementar los gobiernos y entes tomadores de decisiones dentro de sus esfuerzos de comunicación digital, con mayor ahínco en momentos de crisis. Las características del contenido humorístico y los objetos de ese humor –como forma de expresión de gobernabilidad o falta de ella– son clave en la escucha social en redes sociales para considerar estrategias desde la comunicación política, de riesgo y de crisis.

Para seleccionar el cuerpo de datos se tomaron los primeros 50 comentarios ciudadanos que reaccionaron a las 8 publicaciones oficiales del ente rector en salud de los países mencionados; estos comentarios tenían que ser escritos en el día en que la publicación fue realizada (ver Tabla 1). Para el caso de España y Panamá, se tomó la totalidad de los comentarios, que fueron 40 y 20 respectivamente. A partir de los 360 comentarios obtenidos, se seleccionaron aquellos que contenían humor en su texto, en emojis, o que incluyeron memes. Los 52 comentarios con humor significaron el 14,5% del total de comentarios.

Tabla 1. *Distribución de publicaciones humorísticas ante primer caso por COVID-19*

País	Fecha de primer caso	Hora de publicación	Total de comentarios recopilados	Comentarios humorísticos	%
Argentina	3/3/2020	14:18 horas	50	9	18
Brasil	26/2/2020	12:17 horas	50	5	10
Chile	3/3/2020	13:43 horas	50	15	30
Colombia	6/3/2020	14:45 horas	50	7	14
Costa Rica	6/3/2020	16:08 horas	50	5	10
España	31/1/2020	16:26 horas	40	3	7,5
México	28/2/2020	20:48 horas	50	5	10
Panamá	9/3/2020	21:03 horas	20	3	15

Fuente: elaboración propia, 2024.

Como se observa en la tabla anterior, la respuesta ciudadana en el momento de inicio de la crisis sanitaria tuvo porcentajes bajos asociados al humor (en su mayoría oscilan entre el 7,5% al 18%), a excepción del caso chileno, cuya población vivía las secuelas del estallido social, compuesto por manifestaciones y disturbios acontecidos aproximadamente entre octubre de 2019 y marzo de 2020.

Tomando como base la teoría sobre humor de Meyer (2000), Fernández (2013) y Shifman (2007; 2013), junto a la coyuntura de la pandemia por COVID-19 y a los propios comentarios recopilados, se elaboraron 9 categorías para sistematizar los contenidos temáticos, a saber:

*Tabla 2. Categorías utilizadas para el análisis de contenido de comentarios humorísticos sobre casos COVID-19*

Categoría	Subdivisiones
Tipo de recurso	Texto, meme, emoji, combinaciones
Marco temporal	Pasado, presente, futuro
Ámbito de acción del humor	Global, local
Eje del humor	Político, sanitario, contextual
Fase principal sobre la crisis sanitaria	Contagio, mitigación, otro
Ente receptor del humor	Persona contagiada, autoridades políticas, sistema de salud, medidas adoptadas, carencias sociales, ciudadanía, medios de comunicación, pandemia, sin identificar, otro
Funciones del humor	Identificación, aclaración, cumplimiento, diferenciación, sin identificar
Recursos semánticos	Juego de palabras, equívoco, paradoja, enumeración, prosopopeya, apóstrofe, hipérbole, comparación, ironía, metáfora, eufemismo, absurdo o incongruencia
Sentimiento predominante	Enojo, burla, miedo, indignación, desconfianza, desaprobación, frustración, resignación, indiferencia

Fuente: elaboración propia, 2024.

Para el proceso de concordancia a lo interno del equipo observador, se realizaron codificaciones individuales en una primera etapa y luego se consensuaron las diferencias detectadas hasta lograr un mismo criterio para todas las categorías en los 52 comentarios.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos. Se recuerda que los comentarios originales se van a transcribir tal cual las personas usuarias los colocaron en los perfiles oficiales, con los errores de ortografía y redacción incluidos. Esto con el fin de respetar la intención y tono de las personas usuarias.

### 3. Formatos y ámbito del humor de comentarios ante el primer caso de COVID-19

En los comentarios recopilados de Facebook la ciudadanía prefirió utilizar el texto escrito plano para comunicarse (45 casos). También se observó poca presencia de emojis añadidos al texto (solo 4), un solo meme añadido a un texto, y 2 con imagen únicamente, de tipo meme.

Los emojis, que provinieron de comentarios de México, Brasil, Chile y Costa Rica, se refirieron al contagio y fueron usados para mostrar indignación, burla y desconfianza en autoridades políticas, como en el siguiente comentario costarricense: “*Gracias por su excelente labor y protocolo exitoso 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌*”.

Con respecto al texto con meme añadido, lo produjo una persona usuaria chilena que lo usó para mostrar sarcasmo retomando parte del discurso gubernamental y la robustez del sistema de salud, a la vez que expresaba su escepticismo sobre el aviso del contagio, a partir de su desconfianza en autoridades políticas. El caso es el siguiente:

*Da igual, total tenemos la mejor salud del planeta*



Los memes encontrados también fueron un aporte chileno en la misma línea anterior, para mostrar desconfianza en sus autoridades gubernamentales. Como ejemplo el siguiente meme:



En particular, sobre los memes, Shifman (2013) propone 3 dimensiones de elementos culturales que las personas pueden imitar con ellos (p. 369):

- El contenido: las ideas e ideologías que se transmiten por un texto específico.
- La forma: dimensiones visuales y auditivas percibidas a través de nuestros sentidos.
- La postura: información sobre el posicionamiento de los interlocutores en relación con el texto/mensaje, sus códigos lingüísticos, destinatarios, y otros hablantes potenciales. Al recrear un texto, las personas usuarias pueden decidir imitar una determinada postura que les resulte atractiva, o utilizar una orientación discursiva completamente diferente.

A partir de estas 3 dimensiones, se observa que el primer meme recrea un programa de televisión norteamericano cuya captura en formato de imagen se ha viralizado en redes sociales y que denuncia públicamente y se burla –a partes iguales– de aquello que cree mentira y que se coloca como un intento de estafa o manipulación. En paralelo, el texto escrito ridiculiza argumentos gubernamentales utilizados para tranquilizar a la ciudadanía sobre la crisis sanitaria inminente.

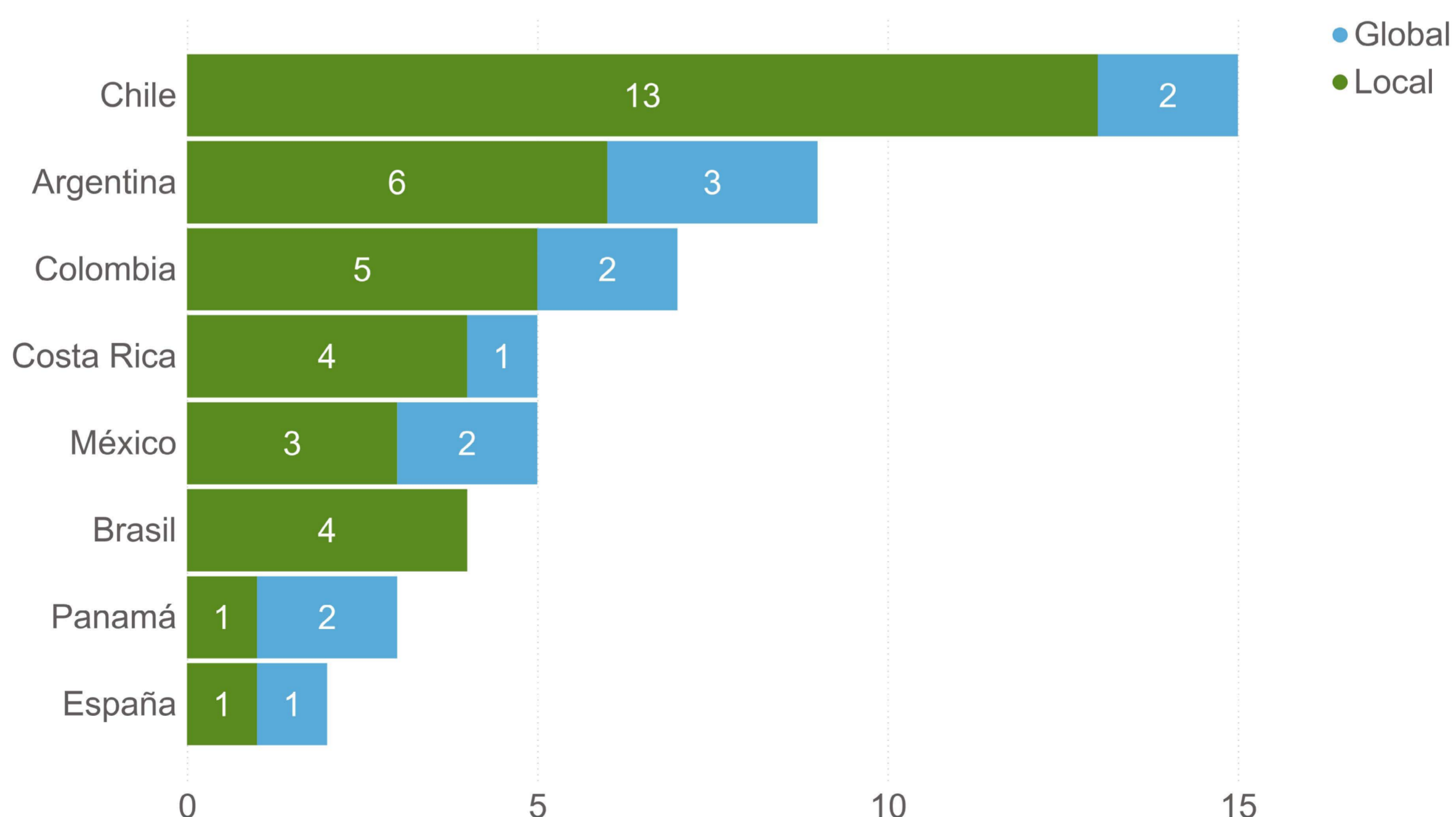
En el caso del segundo ejemplo, es un meme muy popular en Chile que se creó a partir del personaje de “Bombo” Fica, humorista y presentador chileno, y que se utiliza cuando algo crea suspicacia o de lo cual se sospecha de segundas intenciones poco claras. Lo anterior se justifica al entender que Chile venía saliendo de los meses complejos del estallido social con un descontento en auge y polarización a tope, especialmente ligada a las clases políticas.

Llama la atención que en ese primer día de comentarios ante la noticia del arribo del SARS-CoV-2 los memes no hayan tenido más presencia, pero es también producto de la incertidumbre imperante e, incluso, de la hora en que se dio a conocer la noticia del primer caso local en las plataformas.

Con respecto al ámbito de acción en el que se inscribe el humor, 14 comentarios tuvieron un humor con orientación global, más relacionado con lo sanitario y con burla asociada; y 37 tuvieron una orientación local, con solo uno que podía ser de ambos casos. Siguiendo a Shifman (2007), la orientación global se basa en características o categorías que son comunes a las sociedades de todo el mundo, mientras que la orientación local se basa en categorías y patrones culturales locales/nacionales.

En la Figura 1 se puede apreciar cómo lo global y lo local estuvieron distribuidos para cada país estudiado.

Figura 1. *Distribución del ámbito del humor ante primer caso local de COVID-19 por país iberoamericano*



Fuente: elaboración propia, 2024.

Como se observa, Chile, Argentina y Brasil tuvieron una orientación notoria hacia lo local, realizando comentarios en torno a figuras o situaciones específicas que sólo se comprenden

bien conociendo los casos o la cultura local; como ejemplos se pueden extraer los siguientes: “Todos sabíamos que era cuestión de tiempo, menos el ministro” (Argentina); “*Saquen a ese epidemia.cin bata de mañalich que.no sabe ni hablar 🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔* . *Minizterio de zalut.*” (Chile); “*Será que a Dipirona do sus vai dar conta? Kkkk. [¿Será que el dipirona del SUS lo logrará? jajajaja]*”(Brasil).

El comentario argentino hace referencia a declaraciones del 23 enero del 2020 por parte del Ministro de Salud de la Nación en ese momento, Ginés González García, al medio “Radio La Red”, que luego fueron retomadas por el periódico El Cronista, publicando esta línea: “*No hay ninguna posibilidad de que exista Coronavirus en Argentina*”. Lo cierto, como lo demostraría Chequeado en agosto del 2021 tras pedir la grabación original de la entrevista, es que el ministro lo que dijo fue “*No, ahora no tenemos ninguna posibilidad que no sea un caso importado*” (Gardel, 2021). La viralización del fake –antes y después de que el virus llegara a Argentina– fue impresionante, y es lo que detona el comentario registrado.

Con respecto al comentario chileno, hay un ataque directo a Jaime José Mañalich Muxi, médico y político chileno que fue ministro de Salud de Chile entre junio de 2019 y junio de 2020. Apenas comenzando la crisis, este comentario deja ver un resentimiento que es anterior a la COVID-19 y una fuerte politización. Finalmente, Mañalich renunciaría el 13 de junio de 2020, “en un momento marcado por las críticas de la gestión de la pandemia de su ministerio por el supuesto retraso en la adopción de medidas preventivas” (BBC News Mundo, 14 de junio 2020, párr. 5), pero también en medio de críticas a la estrategia de cuarentenas adoptadas en el intervalo en que estuvo a la cabeza del ente rector.

Para el tercer comentario local desde Brasil, el chiste tiene que ver con una percepción regional instaurada: cada vez que alguien va al sistema de salud pública va a ser recetado con analgésicos, de manera independiente a lo que necesite y, en ocasiones, como única receta que se extiende. En muchos países su homólogo sería el acetaminofén, y alude a las carencias de los sistemas de salud. El “kkkk”, extraño para hispanohablantes, es la forma de representar una carcajada digital en Brasil.

En otro orden de ideas, el humor global fue poco. Ejemplos de este tipo se pueden leer en los siguientes 2 insertos: *Apocalipsis zombie*. (España); *Yo ayer comente que el virus nos cojio con los pantalones en la mano y que como era posible que el ministerio de salud solo practico 40 pruebas entes del 8 de marzo* (Panamá).

Entre los comentarios del humor global se repitieron aquellos que manifestaron que el coronavirus entró al país “*como Pedro por su casa*”, con relación a que las medidas no funcionaron para contenerlo. Este mismo sentido tiene el comentario panameño colocado arriba: el virus llegó y encontró a los países latinoamericanos poco preparados a pesar de las noticias que estaban llegando desde Europa desde días atrás. En complemento, el comentario español se puede reconocer mundialmente: es volver realidad la ficción instaurada en la cultura de entretenimiento global donde un virus va aniquilando la humanidad.

*El humor global fue poco.*

#### 4. Fase pandémica que genera el humor y su marco temporal

En 2020, la Organización Panamericana de la Salud (OPS) orientó a los gobiernos para que tuvieran en consideración las fases de preparación, contención, respuesta y mitigación ante el advenimiento de la crisis sanitaria por COVID-19 (OPS, 2020). Estas fases pueden cambiar un poco en los lineamientos publicados en cada país: algunos colocan control, otros supresión, y otros la superación como fase final. España, por ejemplo, colocó la “contención intensificada” en algunos de sus escenarios (Ministerio de Sanidad, 2020); Costa Rica habló de prevención, control y contención en sus primeros lineamientos nacionales (Ministerio de Salud de Costa Rica, 2020); Argentina elaboró un plan que adaptó la iniciativa PRET (*Preparedness and Resilience for Emerging Threats*) bajo las fases de prevención y mitigación, preparación, respuesta y recuperación (Ministerio de Salud de Argentina, 2023); y Colombia, por su parte, trabajó con preparación, contención, contagio comunitario (con mitigación) y transmisión sostenida (Álvarez et al., 2021).

Para el momento de la llegada del coronavirus la fase de preparación ya se había superado e iniciaba la contención, por lo cual resultó de interés en este estudio conocer a cuál fase pandémica se refería el humor encontrado, si a la que “no había resultado” o a la que estaba por implementarse. La contención, siguiendo a Saavedra (2020), tenía que identificar a aquellas personas que presentaban la infección por SARS-CoV-2 importada desde el extranjero y aplicar medidas de aislamiento y control para evitar la transmisión, junto a la promoción de medidas básicas de higiene y el freno de concentraciones (p. 41). Estas medidas incluían también la restricción de ingreso de viajeros y de salidas a lugares

públicos, promoviendo teletrabajo y teleeducación (p. 41).

Como era de esperar, las alusiones al contagio, en la fase de preparación del virus, fueron una mayoría con 28 comentarios; la mitigación obtuvo 13, y 11 comentarios aprovecharon la coyuntura para pronunciarse sobre otras agendas y polarizar/politizar, como es el caso de un comentario desde Colombia: “*Aquí en Colombia hay unos virus peores, uno se llama urivirus y el otro petrovirus... y la gente vive conforme...*”

*Las alusiones al contagio, en la fase de preparación del virus, fueron una mayoría.*

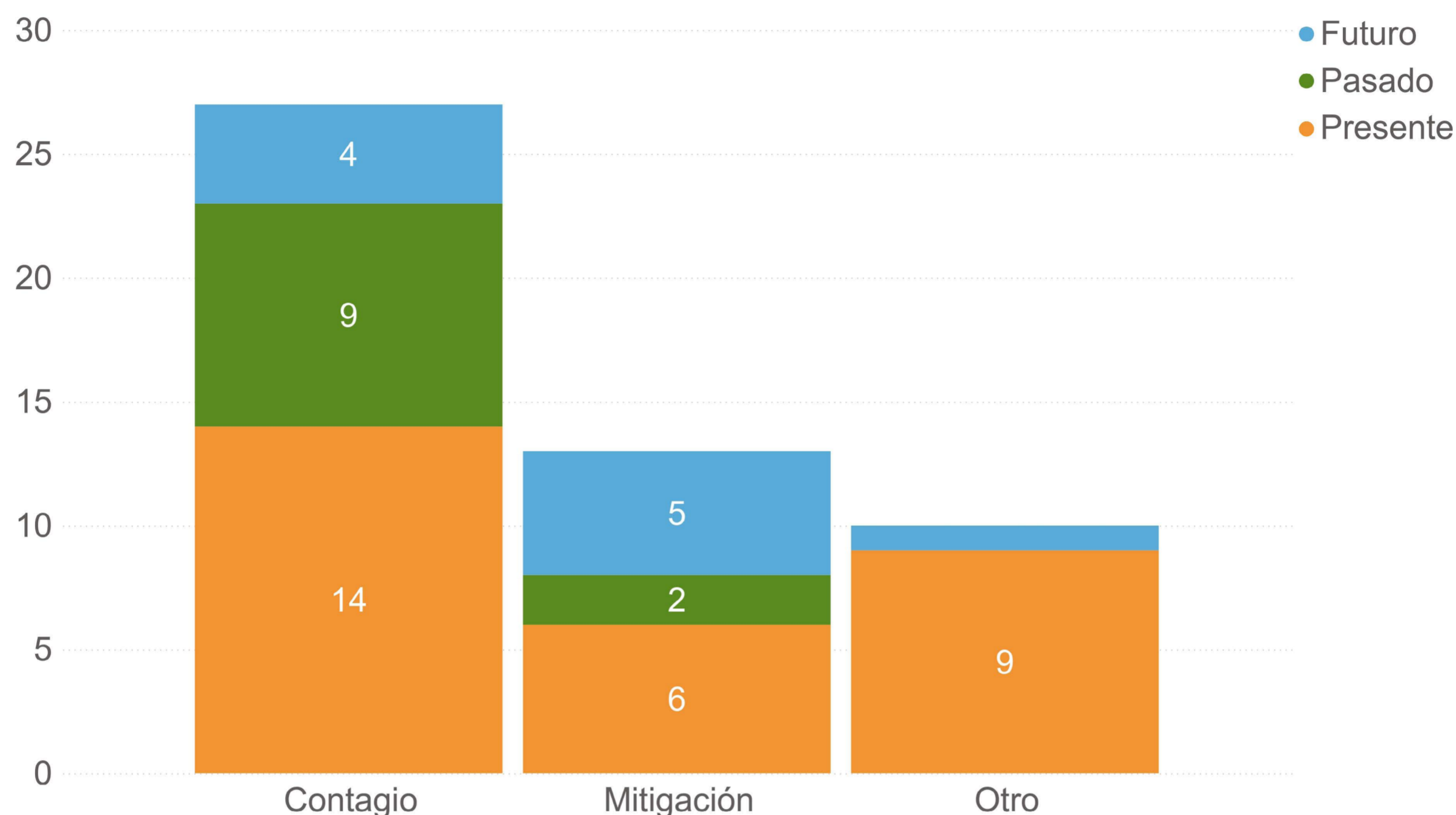
En general, los comentarios sobre el contagio implicaron una crítica a las medidas de prevención, y los que abordaron la mitigación se relacionaron con poca confianza al futuro y burla hacia las autoridades políticas. Se muestra uno de cada uno a continuación: “Panama es un país que salen y entran miles de personas de todo el mundo. Como Pedro X su casa (Panamá)”; “*Que marmota é essa de isolamento domiciliar? [¿Qué tontería es esa de aislamiento domiciliar?]*” (Brasil).

En asociación con lo mencionado, las fases pandémicas tienen relación con el marco temporal de los comentarios. Lo que sucedía en este momento (el contagio local) tuvo mayor presencia con 31 comentarios, mientras que las alusiones a hechos anteriores fueron menos, 11 casos, y las menciones a qué iba a pasar próximamente fueron solo 10 casos.

Como se muestra en la Figura 2, la categoría

“Otros” para los comentarios está casi exclusivamente escrita en presente. Un ejemplo es el comentario de “*Puros payasos*” que escribió una persona usuaria panameña refiriéndose a sus autoridades de gobierno, o el de “*Cuantos microbiologos dios mío!!!!*” desde España, burlándose de sus conciudadanos.

Figura 2. Distribución de la fase pandémica por marco temporal



Fuente: elaboración propia, 2024.

Pensar en el futuro es un aspecto importante en la comunicación de crisis: poder desfuturizar los escenarios conlleva un mejor manejo de la incertidumbre por parte de la población, especialmente en momentos en que la vida humana tiene peligro. En el caso del humor, este se vio a futuro como arma en contra de la clase política: “*Ojala se propague primero por la moneda*”, escribieron desde Chile.

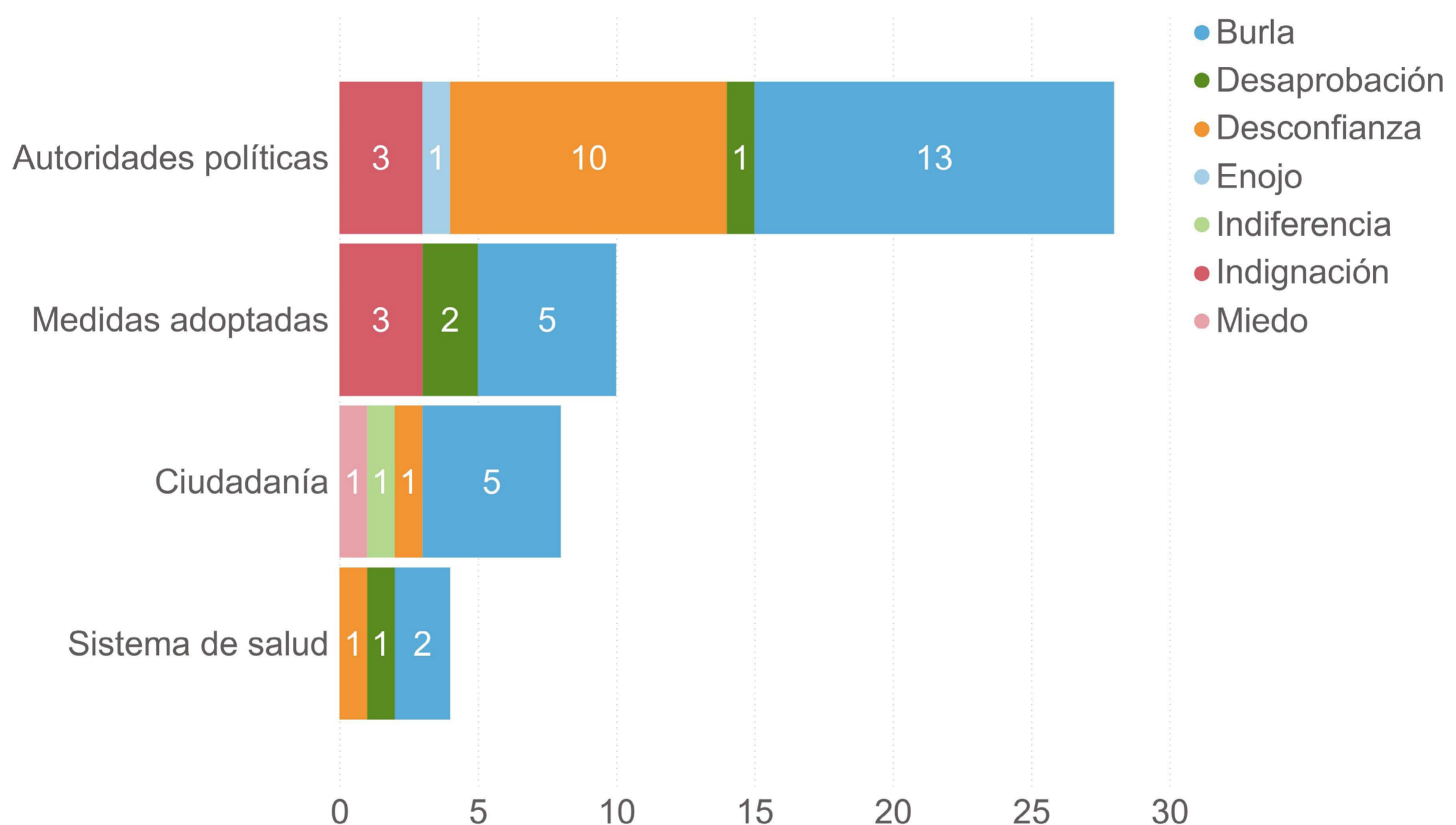
Las personas en redes sociales estaban más propensas a diseccionar el cómo y por qué tenían el virus tocando a sus puertas (contagio junto al presente), que pensar en lo que estaba por venir (mitigación junto al futuro).

## 5. Los entes y sistemas receptores del humor

Tanto el sector político como el sanitario fueron objeto del humor de personas usuarias de Facebook en los comentarios recopilados. El sector sanitario obtuvo 24 y el político 22, mientras que 6 comentarios no se refirieron explícitamente a ninguno, como uno desde Brasil que colocó: “*Jesus! 🤖*”; o en Chile que escribieron: “*Cagamos cabros fue un gusto.*”

Las alusiones a sectores sanitarios y políticos se distribuyeron de manera uniforme entre las fases pandémicas de contagio y mitigación, pero al analizar los entes que fueron objeto de ese humor se evidencia una presencia mayoritaria de autoridades políticas como centro de los comentarios humorísticos, con 28 anotaciones, mientras que las medidas adoptadas obtuvieron 10, la propia ciudadanía 8, y los sistemas de salud 4, junto a 2 sin identificar. Gran parte de la suma para autoridades políticas (16 comentarios) tienen relación con la responsabilidad que la ciudadanía les achaca sobre ese caso positivo por SARS-CoV-2 que recién anunciaban, que además tiene un alto componente de burla, como se observa en la Figura 3.

Figura 3. Recepción del humor según el objeto del humor por sentimiento predominante



Fuente: elaboración propia, 2024.

Según Chilton y Shäffner (citados por Cruz y Pacchiarottip, 2013) el discurso político puede estudiarse desde 3 funciones: la coerción y resistencia; la legitimación y deslegitimación; y la representación y tergiversación (p. 129). Para este capítulo, esta clasificación puede guiar también los motivos detrás de los comentarios sobre las autoridades políticas que –en no pocos casos– estuvieron politizados, como también lo estuvo la gestión durante toda la crisis por COVID-19. Rodríguez y Carbonetti (2021) lo llamaron “la politización de la incertidumbre”; Padilla (2020) habló de “la politización del coronavirus”; Pazos (2021) le llamó “la politización de las vacunas”; y Hellmann y Homedes (2024) declararon sesgos político-ideológicos en estudios científicos relacionados. La OMS, por su parte, mediante declaraciones de su director Tedros Adhanom Ghebreyesus, lo había advertido en octubre del 2020, diciendo que la politización “ha llevado a la confusión, al irrespeto de la ciencia, y ha empeorado la pandemia” (Voz de América, 2020).

Para el caso de estas interacciones en redes sociales, se observa el deseo de deslegitimar las declaraciones y acciones de las autoridades políticas desde distintos actos del habla, como “insultar, culpar, acusar, reprochar” (Cruz y Pacchiarottip, 2013), y desde la visibilización de las diferencias. La Figura 3 muestra esa predominancia de burla y desconfianza que se manifiesta en el humor, junto a una evidencia de indignación, en un tercer puesto más lejano. Unos ejemplos de este mecanismo de burla son: “*No era que estaba muy lejos y no iba a llegar? Genios del voto...*” (Argentina); “*Con sus mañaneras es la información que cura!*” (México) [Se refiere a las conferencias de prensa matutinas del presidente Andrés Manuel López Obrador].

Otro aspecto fue la intención de desviar la conversación hacia otros temas, que es parte de la tergiversación de la que habla la tercera función aplicada a un comentario politizado. El siguiente ejemplo lo ilustra: “*Cortinas de humo por las acusaciones contra duque y uribe? No lo sé rick*” (Colombia).

*Se observa el deseo de deslegitimar las declaraciones y acciones de las autoridades políticas.*

Tanto las autoridades políticas como las medidas sanitarias (tomadas por aquellas) estuvieron en tela de juicio desde el inicio de la crisis pandémica. Aunque varios gobiernos mostraban las decisiones como “técnicas” y visibilizaban la evidencia científica que la respaldaba (incluyendo las recomendaciones de la OMS), los sentimientos que el humor estudiado expone son negativos: la herramienta es la burla como mecanismo para mostrar el descontento y la desconfianza.

## 6. Funciones del humor en los comentarios analizados

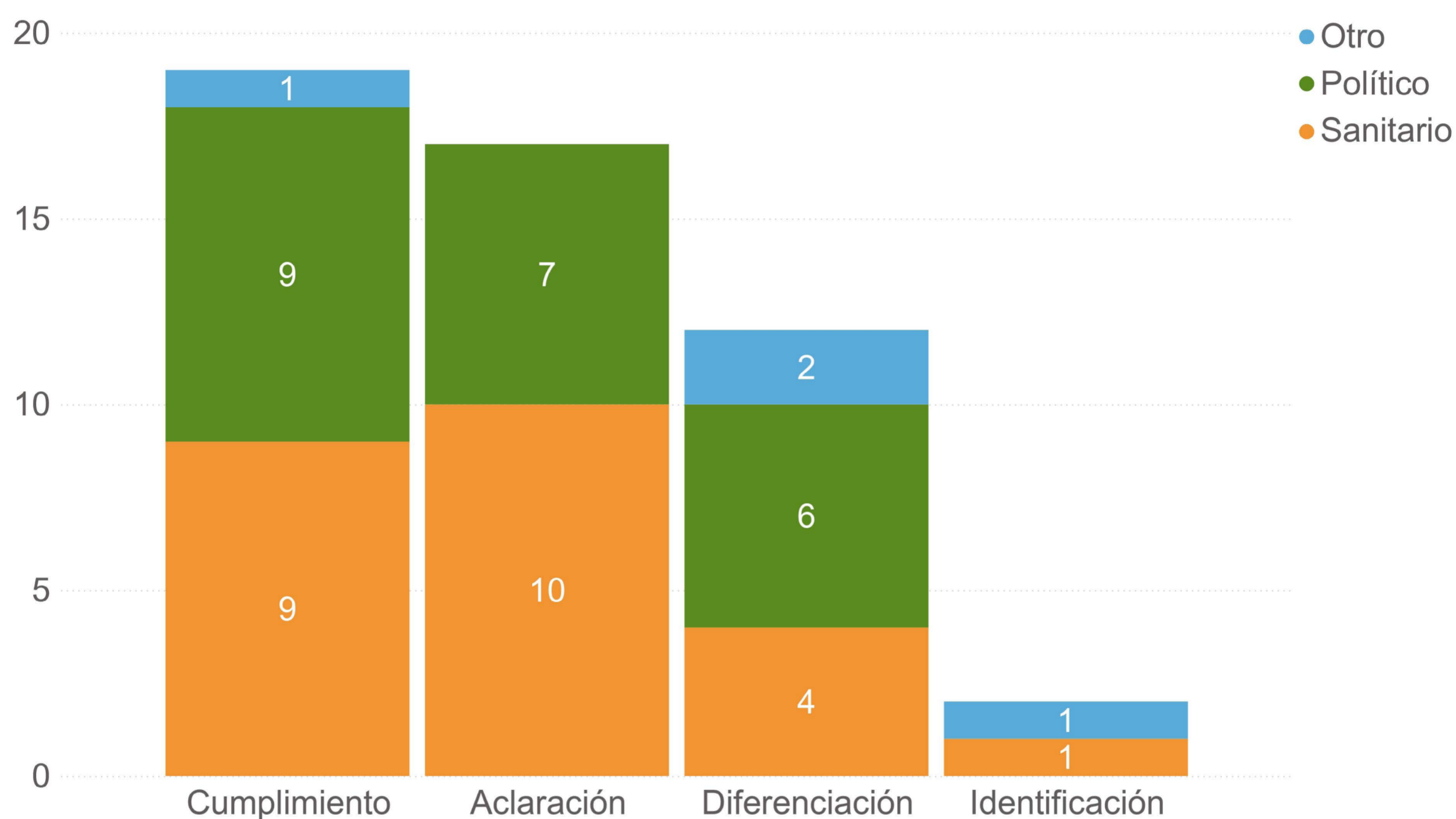
El humor, principalmente, fue utilizado por la ciudadanía como un resorte experiencial para comprender la incertidumbre y poco conocimiento que se tenía sobre la pandemia –tanto por parte de las autoridades como por las personas. En este sentido, es posible detectar una relación entre el tono discursivo de los comentarios analizados y el contenido de las publicaciones como tal; dicho de otro modo, el humor se articula como una reacción ante el anuncio de la llegada de una entidad extraña a territorio nacional. Lo anterior se puede ilustrar con la respuesta de una persona usuaria en Argentina, quien observa: “*Podrían aislar al infectado a la casa rosada o al congreso como les sea mas cómodo! Asi entre todos lo cuidan!!!*”.

Como ya se ha venido anotando en este capítulo, el humor es una práctica social: produce, reproduce y se instala en contextos marcados por fricciones políticas y por andamiajes ideológicos. Así, siguiendo a Meyer (2000), es posible detectar cuatro funciones del humor en los comentarios de la ciudadanía. Algo crucial que se debe subrayar sobre este punto es que, en muchos casos, se consideró que varios comentarios tenían más de una función; sin embargo, se decidió analizar la más prominente o catalogarlos en las categorías pertinentes. La Figura 4 da cuenta de la distribución dentro de la muestra.

La primera función se refiere a una identificación. Para Meyer (2000), esta función permite hacer burla o referirse irónicamente hacia uno mismo; es decir, conlleva un humor autorreferencial (p. 318). En la muestra analizada, esta categoría tuvo una muy poca frecuencia: solamente dos comentarios. En ambos casos, se utiliza el meme tomado de la serie televisiva *Pawn*

*Stars* o *El precio de la historia* (2009), en el cual se afirma: “no lo sé Rick, parece falso”. En estos dos comentarios, el sentido es ambiguo en tanto no se aclara si se está haciendo referencia a la pandemia o a las medidas asumidas por las autoridades. El uso de esta función y su baja frecuencia parecen partir del hecho de la naturaleza de la situación; en otras palabras, y como se verá más adelante, el humor empleado tiende a responder a distintas dimensiones políticas.

Figura 4. Funciones del humor por eje del humor analizado



Fuente: elaboración propia, 2024.

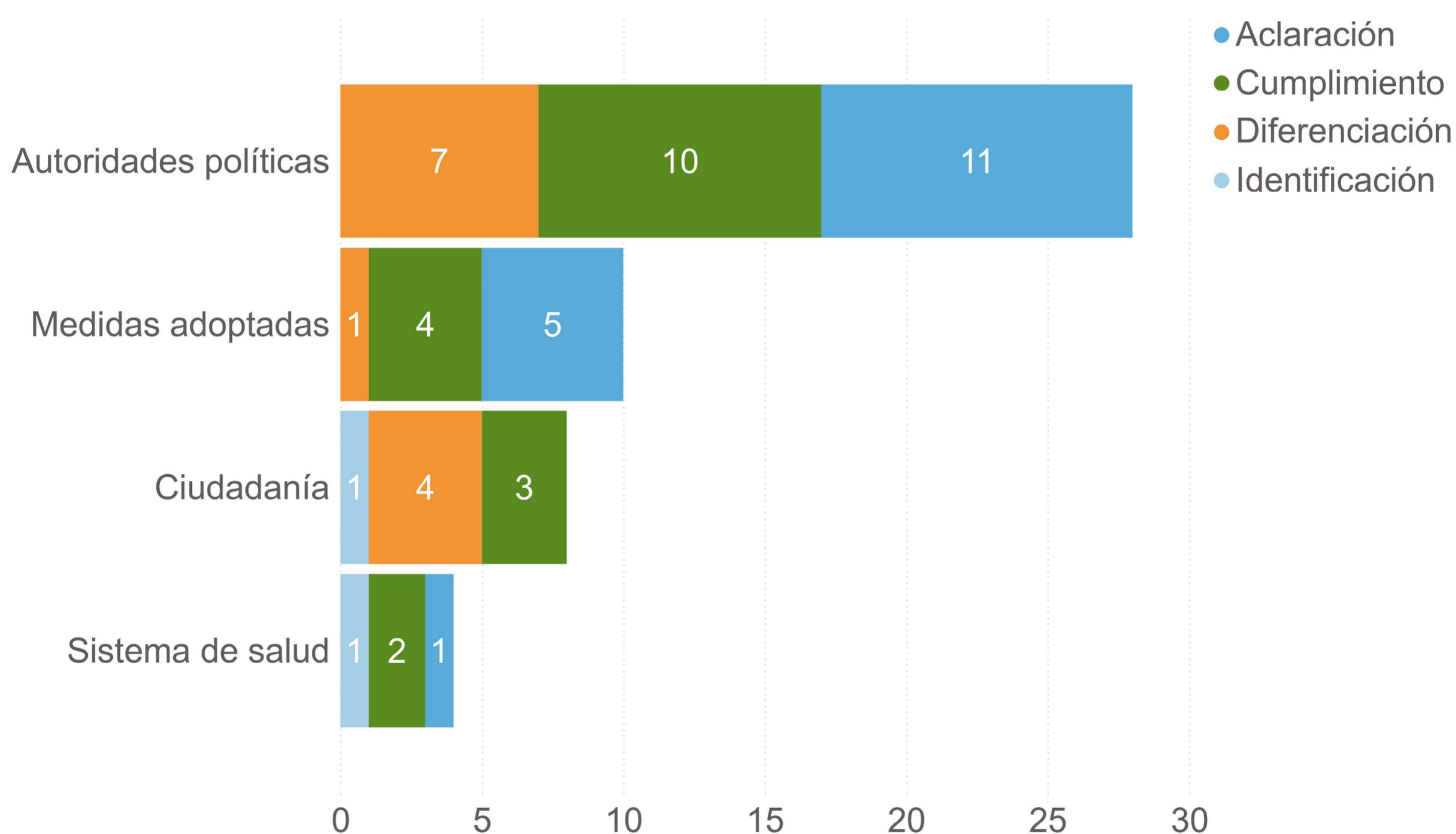
Meyer (2000) sugiere que el humor puede tener una función de aclaración (pp. 319-320). Esta categoría se utiliza para hacer referencia a algún tipo de información o para aclarar el significado de alguna acción. En este caso, esta función fue la segunda con más frecuencia dentro de la muestra. En la mayoría de las ocasiones, los comentarios se involucran con detalles de las medidas tomadas por los diferentes gobiernos. De forma que el humor tiende hacia lo sanitario y lo político. Lo anterior se puede apreciar en un comentario de una persona usuaria de Colombia, quien hace mofa de posibles restricciones de movilidad en el espacio urbano: “Pico y placa para el coronavirus según la talla del zapato: 34 y 35 lunes 36 martes 37 miercoles 38 jueves 39 viernes, 40 en adelante fin de semana.”

Este comentario permite observar cómo, al analizar humor en sus diferentes géneros y formatos, es difícil postular una demarcación clara. Los comentarios analizados tienen énfasis en sus temáticas y funciones; no obstante, muchas veces también buscan aludir a otros elementos del contexto nacional o de la emergencia sanitaria. Esto se repite al explorar la función de *cumplimiento*. Para Meyer (2000), esta función conlleva un humor sobre acciones, inacciones, u omisiones, con un grado de familiaridad (p. 321); en otras palabras, se sanciona alguna norma social desde la ironía o la burla. En el contexto de la pandemia, esta función del humor permite

a las personas navegar la nueva “normalidad” que se estaba instaurando y, al mismo tiempo, criticar a las autoridades. Lo anterior se puede apreciar en el comentario de una persona usuaria de Costa Rica, quien liga la gestión de la pandemia con la entonces presidencia de Carlos Alvarado Quesada: *“Si el personal del Ministerio de Salud es como el de Casa Presidencial nos llevo puta.”*

En los comentarios analizados, como ya se ha observado, hay un alto componente de crítica política. La gran parte de los comentarios se dirigen a las autoridades políticas. En este sentido, todas estas reacciones en un espacio digital permiten detectar conflictos sociopolíticos propios de cada sentido. Esto se puede entender a través de la Figura 5, que detalla la relación entre el ente receptor del humor y sus funciones.

Figura 5. Distribución del objeto receptor del humor por tipo de funciones humorísticas



Fuente: elaboración propia, 2024.

Lo anterior permite comprender el rol de la última función del humor: diferenciación. Meyer (2000) es claro al enfatizar que esta función implica una separación entre un “nosotros” y un “ellos” (pp. 322-323); es decir, se crea una otredad que se humoriza. Por ejemplo, a partir del anuncio del primer caso en Argentina, una persona usuaria procede a burlarse de las otras personas que comentan en la misma publicación: *“Cuantos expertos comentando. Por gente como uds el shampoo trae instrucciones!!!!”*

A nivel general, el foco de la diferenciación converge entre las personas usuarias de la plataforma o en las autoridades. Esto permite comprender uno de los hallazgos principales de la presente investigación: el humor empleado para sobrellevar el anuncio del primer caso trasciende la

pandemia como tal. Si bien, como ya se ha explorado, gran parte del humor se desarrolla a partir del contexto de la COVID-19, este también parte de circunstancias particulares en cada país. La presencia de conflictos ideológicos y el apoyo o rechazo a gobiernos marca en gran parte los tonos humorísticos empleados en los comentarios.

Sumado a lo anterior, este estudio también ayuda a comprender que, si bien las clasificaciones y tipologías de Meyer (2000) y otras discusiones en la literatura (Fernández, 2013; Graefer y Das, 2020) ayudan a ubicar algunos énfasis semánticos en el humor, este se encuentra ligado fuertemente al contexto. Asimismo, resulta difícil realizar una clasificación completa del uso del humor, dado su tendencia a utilizar recursos ambiguos y contradictorios. Al respecto, el análisis invita a definir el humor como una expresión popular compleja y ambivalente en la cual convergen recursos simbólicos, afectivos, y materiales.

## 7. Recursos semánticos y emociones en el uso del humor

El humor de los comentarios analizados se desarrolla a partir de una serie de recursos semánticos. Por recursos semánticos se entiende la operacionalización de figuras literarias y retóricas, por ejemplo la metáfora, la prosopopeya, el juego de palabras y otros— con el fin de crear un significado a partir de condiciones contextuales (Booth, 1983; van Dijk, 1998). A ese respecto, hay una relación entre estos recursos y un espectro de emociones que surge de las circunstancias sociales del primer caso de COVID-19. Los comentarios analizados permiten comprender cómo procesos de comunicación social parten de articulaciones afectivo-discursivas (Wetherell, 2012).

La ironía es el recurso más utilizado en la muestra de comentarios. El humor empleado parte de juegos de doble sentido en los cuales, a nivel denotativo, se afirma algo, mientras que, a nivel connotativo, se hace referencia a otro aspecto (Barthes, 1977). Lo anterior está presente en un comentario de una persona usuaria de Colombia, quien critica irónicamente las futuras medidas de las autoridades de salud: *“Ahora piden más plata pa la salud y así ellos robarsela y los demás bien gracias jajajajaja full del ibuprofeno y acetaminofen.”*

El juego entre el nivel denotativo, por ejemplo, las autoridades pedirán dinero, se lo robarán, y, por ende, solo propondrán medicamentos regulares— tiene un correlato en un nivel connotativo en el que justamente se evidencia una desconfianza y desencanto por el gobierno. En términos discursivos, este es el tipo de uso de recursos semánticos más utilizado en la muestra analizada.

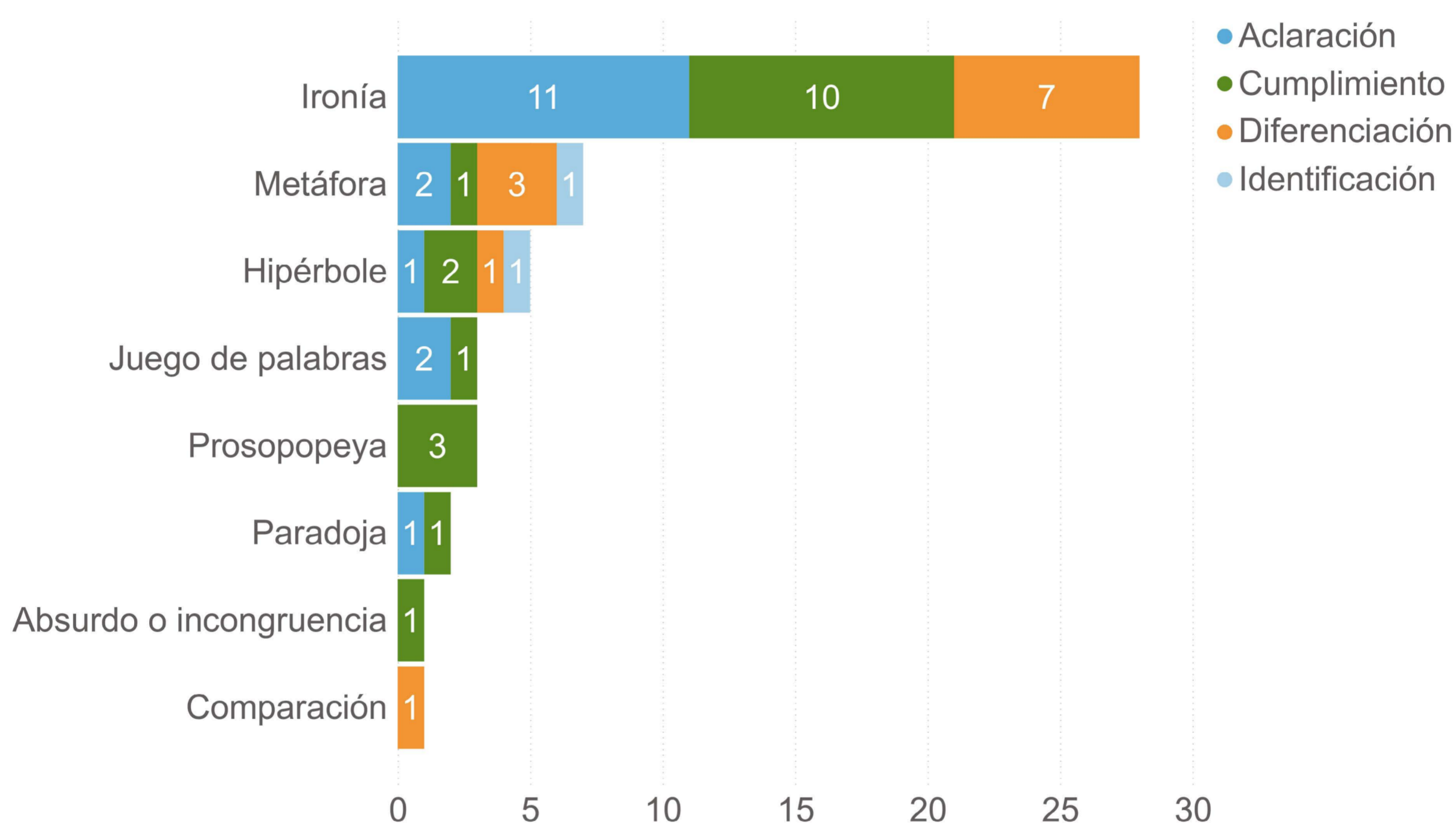
Este juego representa la principal lógica simbólica de los comentarios. Aunque es difícil asociarlo con una identidad regional, sí se debe anotar la alta frecuencia que este recurso semántico tuvo en todos los comentarios. Lo anterior se puede apreciar con una publicación de una persona usuaria de España, quien hace alusión al virus primero como un evento emocionante para después referirse a sus efectos: *“Que viene uuu que viene uuuu, tendríais q haber visto ayer en torreon como lis sacaron a los evacuados.”*

En este caso, se utiliza una frase empleada usualmente en momentos festivos, por ejemplo, “que viene [...] que viene”— para hablar de evacuaciones. Quizás, la incertidumbre y la ansiedad ocasionada por el primer caso generó una situación de incertidumbre e inestabilidad social que podía ser navegada por un humor articulado alrededor de un

juego entre niveles denotativos y connotativos.

Continuando con la tónica de la sección anterior, hay una relación estrecha entre la ironía como recurso semántico y las diferentes funciones del lenguaje, lo cual comprueba su prevalencia entre los comentarios estudiados. La ironía conlleva una *plasticidad semántica* que le permite ser usada en diferentes instancias (Bordwell, 1985). Esto le permite ser utilizada en comentarios que buscan aludir al absurdo, por ejemplo, o en otros que plantean críticas políticas más directas. Asimismo, es un recurso que puede ser adaptado a la cultura popular de muchas regiones y países –incluyendo formas particulares de léxico y expresiones. La siguiente Figura 6 ilustra esta relación con la ironía y otras figuras semánticas:

Figura 6. Recursos semánticos de los comentarios humorísticos según funciones del humor



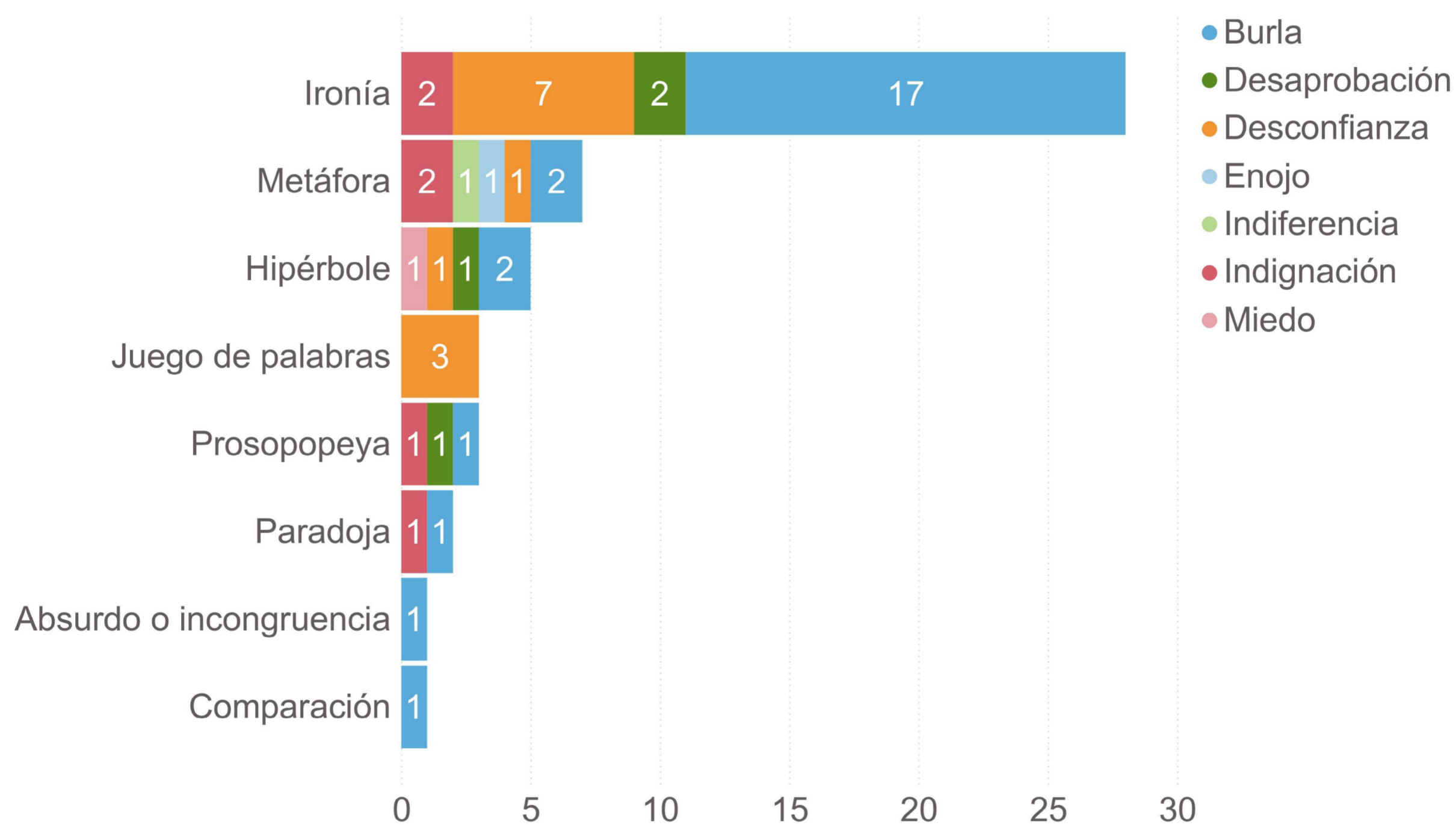
Fuente: elaboración propia, 2024.

Ahora bien, a pesar de la alta frecuencia de la ironía en la muestra utilizada, vale la pena examinar el uso de otros recursos semánticos. La metáfora es una herramienta empleada para hacer asociaciones humorísticas. Justamente, para Lakoff y Johnson (1983), la metáfora es uno de los recursos fundamentales del lenguaje al propiciar entender algún aspecto de la realidad social en términos de otro. De esta manera, lo humorístico se encuentra en lo inusual o en lo irreverente de la asociación planteada entre distintas cosas. En este caso, las metáforas son usadas para comprender la llegada del virus y las implicaciones, en términos de vida cotidiana, para las personas. Esto se puede percibir en el siguiente comentario de una persona usuaria de México, quien busca criticar a las personas que transmiten la enfermedad: *“Pues que pendeja tu amiga, al salir de Italia o china les hacen ellos las pruebas por seguridad. Sería una mamada que se las hicieran al salir y al llegar. Pinche gente que tiene el cerebro de adorno jajajaja”*

La construcción metafórica parte de postular que las personas que han traído el virus al país tienen “cerebro de adorno”. Un recurso que sigue este propósito que tiene una frecuencia relevante en la muestra es la hipérbole. Para Fernández (2013), esta conlleva una “afirmación desmesurada o exageración” (p. 466). Así, distintos comentarios buscan sobredimensionar algún elemento del anuncio del primer caso para generar un efecto cómico. El siguiente comentario de una persona usuaria de Brasil parte de una hipérbole para referirse a las consecuencias de la enfermedad: “*Vai pipocar casos pelo Brasil todo. [Van a explotar casos en todo Brasil]*”

Para resumir, la ironía, la metáfora, y la hipérbole son los recursos semánticos más utilizados; sin embargo, hay una presencia de otros que apuntan a una necesidad de hacerle frente a la pandemia desde el humor. A continuación, la Figura 7 atestigua la relación entre recursos semánticos y las emociones de las publicaciones de la ciudadanía:

Figura 7. Recursos semánticos presentes en los comentarios humorísticos según sentimientos predominantes



Fuente: elaboración propia, 2024.

En términos de emociones, es posible observar la prevalencia de la burla. Para esta investigación, se ha considerado la burla una emoción en tanto que configura una reacción afectiva, marcada por el desprecio y la desaprobación, hacia el anuncio del primer caso de COVID-19 en territorio nacional. Las personas usuarias se burlan de diversos aspectos, regularmente aprovechando la ocasión para criticar abiertamente a las autoridades por sus posturas ideológicas. Es decir, hay un vínculo semántico-afectivo (Wetherell, 2012) que ejecuta la ironía y la burla para discutir posiciones y decisiones políticas. Esto se evidencia en el siguiente comentario realizado por una persona usuaria de Argentina: “*Pero gracias a Dios estamos protegidos porque el aborto será segura, legale, y gratuite. Nada por qué preocuparse gente...*”

La persona usuaria se burla de las posturas progresistas del entonces gobierno del país sudamericano. La utilización de la conjugación común del lenguaje inclusivo le permite a esta persona sugerir que la atención a una agenda progresista ha generado una despreocupación por el ámbito de la salud.

Un factor importante que se debe resaltar es la dimensión política del humor. El vínculo semántico-afectivo anotado anteriormente permite que diversas voces ideológicas ironicen y se burlen de la situación. Los diferentes enunciados encontrados en los comentarios parten de las características contextuales de los países y muestran sociedades con tensiones por resolver.

La burla representa el espectro afectivo-emocional más común de la muestra, a lo largo de todos los países estudiados. De nuevo, hay un patrón que permite ver cómo reacciones burlonas fueron utilizadas para entender una situación de incertidumbre. Este punto permite comprender otro de los principales hallazgos de la presente investigación: espectros afectivo-emocionales específicos están ligados a recursos semánticos particulares. De esta manera, se confirma el rol de la emocionalidad como un elemento clave a la hora de construir discursos sociales. Por consiguiente, es posible teorizar el humor como un ensamblaje cambiante y contingente de reacciones afectivas, historias socioculturales de las emociones, y repertorios semánticos.

## 8. Consideraciones finales

La pandemia ocasionada por la COVID-19 puso al mundo al revés. Fue la primera ocasión en la que la sociedad globalizada tuvo que hacer frente a restricciones de movilidad y a peligros dirigidos a la salud en una escala

masiva. Este capítulo ha analizado los comentarios que la ciudadanía dejó en la red social Facebook al momento en que las autoridades anunciaron el primer caso en 8 países iberoamericanos. Estos comentarios funcionan como una especie de “graffiti social”, registros que indican las maneras en que las poblaciones sintieron, interpretaron y reaccionaron sobre y a partir de la noticia del inicio de la pandemia.

El énfasis en el humor, en tanto dinámica de comunicación social, permite analizar cómo, al convertir una situación de extrema seriedad en algo gracioso, diversas fricciones interpersonales y sociales de larga data se fueron articulando alrededor de la COVID-19 desde el inicio. Para Casas-Cortés y Cobarrubias (2024), la pandemia implicó un “corona-carnaval” en el sentido de que muchas normas sociales se paralizaron y la normalidad común se transformó. Siguiendo la obra de Bajtín (2009), es posible entender toda esta experiencia desde lo carnavalesco, justamente por su liminalidad, pero también por la reproducción de tensiones sociales. El humor y la comicidad se tornan en herramientas utilizadas por la población para navegar y participar en un evento global marcado por el desconocimiento y el descontento.


Los comentarios de las personas usuarias en Facebook permiten detectar la presencia de una estructura del sentir. Como ya se explicó, para Williams (1977), una estructura del sentir acarrea modos colectivos de experimentar una sociedad y una cultura. En este caso, se puede concluir que una estructura del sentir de la incertidumbre organiza las reacciones de la ciudadanía al anunciarse la llegada del virus a territorio nacional. Los comentarios analizados en este capítulo muestran un sentido del humor definido por la resistencia, el escepticismo y la denuncia, y, también, por

la alineación hacia las medidas sanitarias. Sumado a lo anterior, muchos de estos comentarios pueden contener desinformación, siendo este un tema que se sale de los límites del presente trabajo. Hay una intención clara de manejar y gestionar información que puede ser compleja, además de comprender la situación desde lo oficial o lo popular.

Así, esta estructura del sentir de la incertidumbre guía un humor que usa, en la mayoría de ocasiones, la ironía y la metáfora como recursos semánticos, y la burla y desaprobación como emociones. El humor gira alrededor de lo desconocido, de una amenaza “invisible” que se comienza a propagar en la nación. Sobre este punto, resulta crucial subrayar que esta estructura del sentir no es un producto totalmente directo de este anuncio. Como ya se ha anotado, la COVID-19 vino a amplificar muchas ansiedades y conflictos que ya estaban presentes en los países. Por ejemplo, en muchos comentarios hay una presencia palpable de discursos de odio que giran alrededor de la xenofobia, el racismo, el machismo, el clasismo y la aporofobia. Dicho de otro modo, a un ambiente de incertidumbre se le agregó otra capa más de incertidumbre.

En términos del humor como tal, la teoría de la incongruencia (Romero y Piérola, 2021) permite comprender por qué la ciudadanía reaccionó de esta manera. Desde esta perspectiva, la risa es una respuesta natural ante lo incongruente. El accionar de un virus que puede ocasionar la muerte puede ser navegado a través de herramientas cómicas; en otras palabras, el humor permite suspender por unos momentos la gravedad de la situación y brindar algún tipo de confort. Por otro lado, la teoría de la superioridad (Balarezo-López, 2020; Fernández-Poncela, 2024) ayuda a entender el tono negativo hacia las

autoridades. Esta óptica sitúa la burla hacia otros como una posición de poder. Entonces, muchas personas ironizan y se burlan de las autoridades, y de otras personas usuarias, como una manera de negociar relaciones de poder complejas en sus sociedades.



*A un ambiente de incertidumbre se le agregó otra capa más de incertidumbre.*

Analizar humor es involucrarse con muchos mundos sociales. Según Mendiburo y Heintz (2019), el humor puede tener un estilo oscuro (darker), el cual es el que usa el sarcasmo, el cinismo, la sátira, o la ironía. Pero también podría tener un estilo claro (lighter) que se produce y distribuye por diversión y es benévolo; o se hace mediante tonterías o por ingenio. Aunque en este estudio lo predominante fue la presencia del humor del tipo oscuro, se demostró también que hay gamas que oscilan entre esos extremos en un mismo comentario, y que la unión de recursos (texto, emoji, meme) permite dualidades interpretativas que potencian el consumo, pero también las connotaciones. En un contexto de incertidumbre, definitivamente, el sentido del humor establece “vínculos entre ideas o pensamientos que no necesariamente están conectados” (Mendiburo y Heintz, 2019, p. 3). Es decir, permite a las personas entender lo que les rodea, pero a la vez multiplica los significados, la experiencia de consumo y la apropiación.

Este capítulo es una provocación para continuar estudiando el uso del humor en instancias de

emergencia y su relación con comunicaciones oficiales y gubernamentales. Metodológicamente, el análisis del humor es difícil para las personas que lo ejecutan, ya que un texto puede tener varios sentidos. La persona que codifica y analiza, por ende, se ve obligada a darle más énfasis a un aspecto que a otro –o a buscar soluciones analíticas para examinar ambigüedades y ambivalencias. Teniendo esto en mente, el presente trabajo buscó utilizar herramientas cuantitativas y cualitativas para detectar los principales patrones de significado en los comentarios humorísticos.

Para futuras iniciativas, es importante resaltar la necesidad de realizar estudios de audiencia que se centren en un entendimiento etnográfico más reflexivo –por parte de las personas mismas– sobre lo que es humorístico y las razones que hay detrás. Es también necesario explorar el vínculo entre humor e información científica, no solo en su presencia o descripción, sino en cuanto a la validez del humor como transporte narrativo para la comunicación de la ciencia y la salud en las plataformas digitales.

Invertir en la escucha social y en comprender los miedos, dudas y descontentos de la población es un proceso continuo y requisito indispensable para proponer y ejecutar estrategias de comunicación oportunas, relevantes y exitosas. En cada fase de una crisis sanitaria, vincular el humor con los mensajes públicos podría apoyar la comprensión de medidas, de las causas y consecuencias de la crisis -como parte de la gestión del riesgo-, y, finalmente, reconocer la presencia de este mecanismo como parte del ejercicio de ciberciudadanía que la población implementa y que le hace partícipe de foros públicos sobre problemáticas y fenómenos que inciden en su cotidianidad.

## Referencias

- Alkaraki, S., Alias, N. y Maros, M. (2024). Exploring the impact of social media humor related to the COVID-19 pandemic: a systematic literature review on themes, coping mechanisms, critiques and linguistic devices. *Cogent Arts & Humanities*, 11(1), 1-21. <https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2322227>
- Álvarez A.J., Roa, A.M. y Ramírez, E. (2021). Gestión centralizada de camas de Unidad de Cuidado Intensivo e Intermedio por el Centro Regulador de Urgencias y Emergencias de Bogotá ante el COVID-19. *Revista Gerencia y Políticas de Salud*, 20, 1-16. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.rgps20.gccu>
- Bageshwar, B. y Zafar, S. (2023). Beyond laughter and smiles: analytical paradigms in social media COVID-19 humour studies. *The European Journal of Humour Research*, 11(1), 95-116. <https://doi.org/10.7592/EJHR.2023.11.1.757>
- Bakhtin, M. M. (2009). *Rabelais and His World*. Indiana University Press.
- Balarezo-López, G. (2020). Reír para no sufrir: la pandemia del Coronavirus a través del humor de los memes en el WhatsApp. *PAIDEIA XXI*, 14(1), 555-572. <http://revistas.urp.edu.pe/index.php/Paideia>
- Barthes, R. (1977). *Elements of Semiology*. Hill & Wang.
- BBC News Mundo (2020, 14 de junio). Coronavirus en Chile: qué hay detrás de la renuncia del ministro de Salud Jaime Mañalich. *BBC*. <https://bbc.in/4ci0ucR>
- Berwick, C. (2024). Social media performance in school: Youth practice of humor and resistance through TikTok trends. *E-Learning and Digital Media*, 0(0) (preprint). <https://doi.org/10.1177/20427530241241766>
- Booth, W. C. (1983). *The Rhetoric of Fiction*. The University of Chicago Press.
- Bordwell, D. (1985). *Narration in the Fiction Film*. The University of Wisconsin Press.
- Brudek, P.J. y Steuden, S. (2022). Humor and fear of COVID-19 in Polish adults: the mediating role of generalized anxiety. *Humor*, 35, 683-702. <https://doi.org/10.1515/humor-2022-0014>
- Cancelas-Ouviña, L. (2021). Humor in Times of COVID-19 in Spain: Viewing Coronavirus Through Memes Disseminated via WhatsApp. *Frontiers in Psychology*, 12(611788). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.611788>
- Casas-Cortés, M. y Cobarrubias, S. (2024). ¿A corona-carnival? A carnivalesque interpretation of (im) mobilities under COVID-19 lockdowns. *Politics*, 44(2), 284-301. <https://doi.org/10.1177/02633957231165220>
- Cruz, G. y Pacchiarottip, S. (2013). La interpretación de un discurso presidencial de Laura Chinchilla Miranda: una lectura lingüístico-discursiva. *Filología y Lingüística*, 39(2), 125-142. <https://doi.org/10.15517/rfl.v39i2.15080>
- Das, R. y Graefer, A. (2017). *Provocative Screens: Offended Audiences in Britain and Germany*. Palgrave Macmillan.
- Fenoll, V., Gonçalves, I. y Bene, M. (2024). Divisive Issues, Polarization, and Users' Reactions on Facebook: Comparing Campaigning in Latin America. *Politics and Governance*, 12, 1-16. <https://doi.org/10.17645/pag.7957>

- Fernández, G. (2020). *La risa en la pandemia: tipos de humor en los memes sobre la COVID-19, en El Salvador, Nicaragua y Costa Rica* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Costa Rica]. <https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/24540>
- Fernández, J.D. (2013). El valor del humor para una comunicación eficaz. *Revista Miscelánea Comillas*, 71(139), 459-482. <https://revistas.comillas.edu/index.php/miscelaneacomillas/article/view/2265>
- Fernández-Poncela, A. (2024). Humor en tiempos difíciles: teorías, funciones, memes y pandemia. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 23(45), 1-27. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9612630>
- Francisco, W., Albuquerque, T., Santos, B, y Lima, R. (2023). Science by means of memes? Meanings of Covid-19 in Brazil based on Instagram posts. *Journal of Science Communication JCOM*, 22(04), A03. <https://doi.org/10.22323/2.22040203>
- Gardel, L. (2021, 17 de agosto) Es engañoso que Ginés González García dijo que no había posibilidad de que exista el coronavirus en la Argentina. *Chequeado*, Argentina. Verificaciones Facebook. <https://bit.ly/4cs64cO>
- Graefer, A. y Das, R. (2020). Towards a contextual approach: Audiences, television and 'offensive' humour. *European Journal of Cultural Studies*, 23(2), 149-164. <https://doi.org/10.1177/1367549417742014>
- Hakoköngäs, E., Halmesvaara, O. y Sakki, I. (2020). Persuasion through bitter humor: Multimodal discourse analysis of rhetoric in internet memes of two far-right groups in Finland. *Social Media+ Society*, 6(2), 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305120921575>
- Hellmann, F. y Homedes, N. (2024). Un ensayo clínico no ético y la politización de la pandemia de COVID-19 en Brasil: El caso de Prevent Senior. *Developing world bioethics*, 24(2), 115-128. <https://doi.org/10.1111/dewb.12370>
- Losifidis, P., y Nicoli, N. (2020). The battle to end fake news: A qualitative content analysis of Facebook announcements on how it combats disinformation. *International Communication Gazette*, 82(1), 60-81. <https://doi.org/10.1177/1748048519880729>
- Kreiss, D., y McGregor, S. C. (2019). The "arbiters of what our voters see": Facebook and Google's struggle with policy, process, and enforcement around political advertising. *Political Communication*, 36(4), 499-522. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1619639>
- Lakoff, G. y Johnson, M. (2003). *Metaphors We Live By*. The University of Chicago Press.
- Mandl, T., Jaki, S., Mitera, H., y Schmidt, F. (2023). Interdisciplinary Analysis of Science Communication on Social Media during the COVID-19 Crisis. *Knowledge*, 3(1), 97-112; <https://doi.org/10.3390/knowledge3010008>
- Matassi, M., Mitchelstein, E. y Boczkowski, P. (2022). Social media repertoires: Social structure and platform use. *The Information Society*, 38(2), 133-146. <https://doi.org/10.1080/01972243.2022.2028208>
- Mendiburo-Seguel, A., y Heintz, S. (2020). Comic styles and their relation to the sense of humor, humor appreciation, acceptability of prejudice, humorous self-image and happiness. *Humor: International Journal of Humor Research*, 33(3), 381-403. <https://doi.org/10.1515/humor-2018-0151>

- Meyer, J.C. (2000) Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication. *Communication Theory*, 10(3), 310-331. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2000.tb00194.x>
- Ministerio de Salud de Argentina (2023). *Plan de preparación y respuesta para eventos de salud pública de importancia nacional o internacional con potencial epidémico y/o pandémico*. Gobierno de Argentina. [https://bancos.salud.gob.ar/sites/default/files/2023-12/2023-12\\_pp2.pdf](https://bancos.salud.gob.ar/sites/default/files/2023-12/2023-12_pp2.pdf)
- Ministerio de Salud de Costa Rica (2020). *LS-VS-001. Lineamientos técnicos para la prevención y contención de brotes de COVID-19 en los establecimientos de salud públicos y privados*. Gobierno de Costa Rica. <https://bit.ly/46JAAh8>
- Ministerio de Sanidad (2020, 13 de julio). *Plan de respuesta temprana en un escenario de control de la pandemia por COVID-19*. Gobierno de España. <https://www.sanidad.gob.es/gabinetePrensa/notaPrensa/pdf/13.07130720131534059.pdf>
- Muñoz-González, R. (en prensa). *Young People, Media, and Nostalgia: An Ethnography of How Youth Imagine Their Lives*. Routledge.
- Padilla, M.A. (2020, 30 de junio). La politización del coronavirus. *América Latina en Movimiento*. <https://www.alainet.org/es/articulo/207560>
- Pazos, L. (2021). Politización de las vacunas. *El Financiero México*. <https://bit.ly/3YHxOHk>
- Pang, P. C. I., Cai, Q., Jiang, W. y Chan, K. S. (2021). Engagement of government social media on Facebook during the COVID-19 pandemic in Macao. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(7), 1-19. <https://doi.org/10.3390/ijerph18073508>
- Penney, J. (2020). 'It's so hard not to be funny in this situation': Memes and humor in US youth online political expression. *Television & New Media*, 21(8), 791-806. <https://doi.org/10.1177/1527476419886068>
- Piérola, C. (2020). La vida es un riesgo carnal: los memes como una forma de interpretación de la realidad, opuesta a la de los medios convencionales. *Journal de Comunicación Social*, 7(7), 105-148. <https://doi.org/10.35319/jcomsoc.201871189>
- Olah, A. y Ford, E. (2021). Humor styles predict emotional and behavioral responses to COVID-19. *HUMOR*, 34(2), 177-199. <https://doi.org/10.1515/humor-2021-0009>
- OPS - Organización Panamericana de la Salud (202). Marco de referencia de la red integrada de servicios de salud para la respuesta a la pandemia de COVID-19. <https://bit.ly/3ywbTrV>
- Rodríguez, M.L. y Carbonetti, A. (2021). La politización de la incertidumbre durante el Covid19: Cuarentena y crisis sociopolítica en la Argentina. *Journal of Iberoamerican Population Studies*, 39(3), 207-224. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8051067.pdf>
- Romero, F. y Piérola, C. (2021). Humor, memes y riesgo, comunicaciones en respuesta a la producción del riesgo. *XIV Jornadas de Sociología*, Buenos Aires, Argentina. <https://www.aacademica.org/000-074/73>
- Saavedra, C. H. (2020). Consenso colombiano de atención, diagnóstico y manejo de la infección por SARS-COV-2/COVID-19 en establecimientos de atención de la salud. Recomendaciones basadas en consenso de expertos e informadas en la evidencia. *Infectio*, 24(3), 50-60. <https://doi.org/10.22354/in.v24i3.889>

- Salgado, E. (2021). Memes y procesos de semiosis de la pandemia en México. *Comunicación y Sociedad*, 1-22. <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.7906>
- Sato, M., Ramos, A.S., Silva, C.C., Gameiro, G.R., y Scatena, C.M. (2016). Payasos: una revisión sobre el uso de esa máscara en el ambiente hospitalario. *Interface*, 20(56), 123-134. <https://doi.org/10.1590/1807-57622015.0178>
- Shifman, L. (2007). Humor in the Age of Digital Reproduction: Continuity and Change in Internet-Based Comic Texts. *International Journal of Communication*, 1(1), 187-209. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/11>
- Shifman, L. (2013) Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(3), 362-377. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>
- Sola-Morales, S. (2020). Humor en tiempos de pandemia. Análisis de memes digitales sobre la COVID-19. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, 25(49), 33-58. <https://doi.org/10.1387/zer.21817>
- Tsakona V. y Popa, D. E. (2011). Humour in politics and the politics of humour: An introduction. In V. Tsakona y D. E. Popa (Eds.), *Studies in Political Humor: In between Political Critique and Public Entertainment*, 1-30. John Benjamins.
- van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. Sage.
- Voz de América (2020, 26 de octubre). Director de la OMS advierte contra “politización” de la pandemia de COVID-19. *Voz de América*. <https://bit.ly/46lfwHI>
- Webb, D. (2005). Bakhtin at the seaside: Utopia, modernity and the carnivalesque. *Theory, Culture & Society*, 22(3), 121-138. <https://doi.org/10.1177/0263276405053724>
- Wetherell, M. (2012). *Affect and Emotion: A New Social Science Understanding*. Sage.
- Williams, R. (1977). *Marxism and Literature*. Oxford University Press.

- **Margoth Mena-Young:** Costa Rica, Doctora en Comunicación. Labora para la Universidad de Costa Rica (UCR) como profesora catedrática e investiga en el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM/UCR). Investiga en las áreas de comunicación en CTI y salud, comunicación estratégica, y comunicación del riesgo. Es coordinadora general de la Red Evaprop del Programa CYTED. ORCID: 0000-0002-9495-9081; [margoth.mena@ucr.ac.cr](mailto:margoth.mena@ucr.ac.cr)
- **Matilde Maddaleno Herrera:** Chile, Universidad de Santiago de Chile, Jefa del Programa Centro de Salud Pública. Sus líneas de investigación son: inequidades y COVID 19; vacunas COVID 19 en Chile; impacto de la COVID en los programas poblacionales; impulsores de las inequidades cohesión social y participación; y vida e inequidades, salud mental y adolescentes. ORCID: 0000-0001-8725-4086; [matilde.maddaleno@usach.cl](mailto:matilde.maddaleno@usach.cl)
- **Raquel Morales Mena:** Costa Rica, Estudiante de Ingeniería Informática en la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica y estudiante de Diseño y Desarrollo de Videojuegos de la Universidad Internacional de La Rioja de España. Le interesan las áreas del conocimiento relacionadas con tecnologías creativas dedicadas a la producción de entretenimiento, como la industria de los videojuegos y la animación digital. ORCID: 0009-0003-6481-1064; [raquel.moralesm@uned.cr](mailto:raquel.moralesm@uned.cr)
- **Rodrigo Muñoz-González:** Costa Rica, Profesor e investigador en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica. Obtuvo su doctorado en The London School of Economics and Political Science (LSE), Reino Unido. Sus áreas de investigación son los estudios culturales, la sociología de la comunicación y los estudios de audiencias. Es el autor de *Young People, Media and Nostalgia* (Routledge). ORCID: 0009-0003-7253-1599; [rodrigo.munozgonzalez@ucr.ac.cr](mailto:rodrigo.munozgonzalez@ucr.ac.cr)
- **Steven Andrey Campos-Rodríguez:** Costa Rica, Estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC) y asistente de investigación en el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM), ambos de la Universidad de Costa Rica. Sus áreas de interés incluyen la comunicación estratégica y sociedad, la comunicación de la ciencia y los nuevos medios. ORCID: 0009-0004-9153-6309; [steven.camposrodriguez@ucr.ac.cr](mailto:steven.camposrodriguez@ucr.ac.cr)