

Ana María Fernández Poncela

Pandemia De memes

Crónica social humorística



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

PANDEMIA DE MEMES
CRÓNICA SOCIAL HUMORÍSTICA



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Rector general, José Antonio de los Reyes Heredia
Secretaria general, Norma Rondero López

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-XOCHIMILCO

Rector de Unidad, Francisco Javier Soria López
Secretaria de Unidad, Angélica Buendía Espinosa

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

Directora, Esthela Irene Sotelo Núñez
Secretaria académica, Pilar Berrios Navarro
Jefe de la Sección de Publicaciones, Miguel Ángel Hinojosa Carranza

CONSEJO EDITORIAL

Claudia del Carmen Díaz Pérez / José Fernández García
Araceli Mondragón González / Mario Rufer / Alejandra Toscana Aparicio
Asesores, René David Benítez Rivera / Manuel Triano Enríquez

COMITÉ EDITORIAL

Ruth Ríos Estrada (presidenta)
Aleida Azamar Alonso / Sofía de la Mora Campos
Diana Grisel Fuentes de Fuentes / Dulce Asela Martínez Noriega
Armando Ortiz Tepale / Ana Beatriz Pérez Díaz
Araceli Soní Soto / Hedaldid Tolentino Arellano
Héctor Manuel Villarreal Beltrán

Asistente editorial, Varinia Cortés Rodríguez

Ana María Fernández Poncela

Pandemia    
De memes
Crónica social humorística



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Xochimilco

Primera edición: enero de 2025

D.R. © Universidad Autónoma Metropolitana

UAM Unidad Xochimilco

Calzada del Hueso 1100

Colonia Villa Quietud

Alcaldía Coyoacán

04960 Ciudad de México

Sección de Publicaciones

División de Ciencias Sociales y Humanidades

Edificio A 3er piso

55 5483 7060

pubcsh@gmail.com / pubcsh@correo.xoc.uam.mx

<http://dcsh.xoc.uam.mx/repdig>

<http://www.casadelibrosabiertos.uam.mx>

www.facebook.com/dcshpublicaciones/

[librosociales_uamx](https://www.facebook.com/librosociales_uamx)

ISBN: 978-607-28-3274-9

Los textos presentados en este volumen fueron revisados y dictaminados por pares académicos expertos en el tema y externos a nuestra Universidad a partir del sistema doble ciego, proceso realizado por el Comité Editorial de la DCSH de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.

Agradecemos a la Rectoría de Unidad el apoyo recibido para la presente edición.

Índice

Prólogo	11
Introducción	13
Humor y memes	23
El humor	23
Beneficios y perjuicios	26
Teorías, funciones, estilos y figuras	30
Humor en tiempos revueltos o adversos	36
Los memes, discurso, opinión y humor	39
¿Qué son los memes?	42
La función de los memes	47
Memes en la pandemia	52
Miedos y memes: las otras pandemias	59
Miedos, ¿biológicos o sociales?	61
El humor, ¿un triunfo sobre el miedo?	65
Los diversos miedos: cifras, palabras e imágenes	68
El miedo en el tiempo	71
Los espacios y actividades del miedo	78
“Quédate en casa”, ¿miedo, obediencia, conformidad?	83
Sentimientos en cuarentena	86
El humor, ¿enfrenta, reta, evade, se burla del miedo y de todos los miedos?	89

Pandemia de miedo y pandemia de memes	98
Anotaciones finales	105
Medidas en la pandemia: datos, relatos y humor	111
Las medidas sociosanitarias: diseño y comunicación de las directrices oficiales	115
La población: recepción, valoración, seguimiento, algunos datos y varios memes	117
Lavarse las manos con agua y jabón	118
Usar gel antibacterial	126
Desinfectar objetos y espacios	129
Confusiones con el alcohol y otros productos	134
Tapabocas, cubrebocas, mascarilla, barbijo, bozal	137
No saludo de mano, beso, abrazo; sí de codito y puñito, o el codazo y empujoncito	150
Sana distancia y el personaje de Susana Distancia	159
Diversos ejemplos de espacios	166
Diferentes medidas para acatar la medida	166
Consecuencias de las medidas: contaminación, enriquecimiento y salud mental	169
¿Y dónde quedó la libertad?	175
Creatividad y humor	177
Para terminar	181
Confinamiento: hábitos, emociones y humor	187
Los discursos oficiales	190
Opiniones, aplicación y consecuencias según la población	192
Quédate en casa, los memes que reiteran el discurso oficial	199
El descanso excesivo	206
El excesivo trabajo	210
Tanto tiempo, tanto espacio y coincidir	214
Aislados y confluentes	220
Invitados a fluir y cumplir con el encierro	224
Los que van a trabajar te saludan	227
Consecuencias físicas	232
Problemas de sueño	237
El alcohol	239
Adicción a las pantallas	242

El arreglo personal	243
¿Y la salud mental?	247
Dejar la cuarentena	247
Salud para la naturaleza y el mundo libre de humanos	252
Humor negro del encierro	255
Voces críticas sobre efectos adversos y daños colaterales	257
Miradas y consejos alternativos	259
Obediencia y conformidad, acusaciones de negacionismo <i>versus</i> soberanía y libertad	261
Las críticas a las críticas.	270
Apuntes finales.	273
Curiosidad pandémica	279
Las necesidades: papel de baño y cerveza.	284
Las compras de pánico.	285
El misterioso y extraño caso del papel higiénico	287
Consumo de alcohol y la ley seca	295
¿Y qué pasó con la cerveza?	304
Nota final	309
Conclusiones	311
Referencias	325

A todos mis ancestros, hombres y mujeres, que sobrevivieron al hambre, guerras y dolor, y que todavía tuvieron el suficiente amor para seguir con la vida para que hoy estuviera aquí yo, añadiendo al amor un poco de humor, que pase a mis descendientes para continuar con la vida entre el humor y el amor, en un mundo mejor.

Prólogo

Mi primer artículo sobre la pandemia del año 2020 fue escrito en abril y versaba sobre el humor, caricaturas, memes y chistes. Ellos me acompañaron, alegraron, enojaron, consolaron, atemorizaron. Ellos, con sus mensajes o contenido semántico a partir de la intertextualidad y el humor, la fuerza de la imagen y la versatilidad de expresiones. Ellos, y sus productores anónimos populares o profesionales en comunicación, con su creatividad y contundencia, me invitaron a desesperarme y a calmarme, sobre todo, a pararme y reflexionar e ir más allá de la locura de la alerta y alarma de pandemia, el supuesto virus peligroso y el miedo creado, el golpe traumático y la obnubilación general, incluida la mía que no daba crédito a lo que oía y veía. Ellos me mostraron su capacidad de manipular, adoctrinar, disciplinar por medio del humor desde cierta ideología de poder más allá de las autoridades conocidas. Ellos me presentaron la posibilidad de crítica y proposición alternativa, también. Y observar cómo, a veces, en su ambigüedad cada quien entendía lo que quería o podía, lo que necesitaba o anhelaba, la polisemia florecía en su máximo esplendor.

Estaba sumida en la escritura de un libro serio y no era feliz, la herida del rechazo y la injusticia brillaron en un momento y la chispa iluminó la decisión. Dicen que hay dos tipos de personas: las que viven la vida y las que escriben sobre ella. Me propongo romper la dicotomía en un mundo polarizado, patas arriba, patológico, por crisis económicas y sociales, pandemias noticiosas alarmistas, desbarajustes socio psicológicos individuales y colectivos; todo ello sin hablar de la desconexión humana espiritual. Ahora voy a vivir la vida rememorando la pandemia de forma amena y divertida –aunque no siempre– a partir de los memes y escribiendo sobre

ellos. Todo esto desde una mirada más aireada y fresca, que concede la distancia y otorga el humor. Con el fin de que luego tú hagas lo propio, con la visualización y reflexión personal, ya en un momento de mayor capacidad de duda y mayor sosiego, tras dos años de alerta mediática y social. Tal vez, las y los historiadores del futuro encuentren en los vestigios humorísticos la polisemia de miradas que no hallarán en el discurso oficial y otras fuentes documentales sobre el tema.

Así aparece este libro socio humorístico participativo a través de, espero, la risa o si más no, una sonrisa, y a partir de la duda necesaria, la incertidumbre abrazada, el pensamiento crítico innovador, abierto y flexible a lo físico, psíquico y espiritual, del humano, y de la tierra, y más allá. Participativo también porque inicia con acertijos que pueden adivinar ya como juego o responder al final de la lectura como tarea: ¿Es un libro de ciencias sociales o de humor y memes, o ambas cosas? ¿Las ciencias sociales investigan la realidad por medio del meme o éste crea la realidad para ser investigada por aquellas? ¿Las ciencias sociales estudian al meme o el meme estudia a las ciencias sociales?

Ana María Fernández Poncela
25 de julio de 2022

Introducción

El objetivo general es, en primer lugar, pasar un rato divertido abrazando el humor y abrazado por él. En segundo lugar, y no menos importante, participativo y reflexivo, porque varias ideas, descripciones, explicaciones, análisis e interpretaciones inician y acaban con interrogantes para seguir pensando y ejercer el discernimiento de cada quien. La reflexión, desde la introspección personal hasta la comprensión social. Esto se realiza a partir de lo que es en realidad el objetivo principal, una crónica de la pandemia por medio de los memes; una suerte de narración histórica y semiótica a modo de crónica social (Delgado, 2020; Ortiz, 2020), sobre asuntos de interés público, más o menos humorística –aunque no siempre–, a veces general y otras detallada; que aborda emociones, normativas, creencias, actitudes y comportamientos sociales durante dos años (2020 y 2021), por medio del relato y testimonio de los memes y en ocasiones también de encuestas de opinión, con especial interés en México.

Se trata pues, de un acercamiento de recuperación histórica y lectura interpretativa, contexto de tendencias de opinión en cifras y testimonios en imágenes y texto. La expresión en lenguaje escrito e iconográfico, así como, los datos cuantitativos, constituyen una suerte de fotografía del momento, termómetro del clima emocional, la configuración cognitiva y el actuar social, que permite la oportunidad de reflexionar en torno a las propuestas humorísticas productoras de sentido (Berger, 1999). Los memes, considerados folklore popular (Shifman, 2014), son hoy patrimonio cultural propuesto por la Unesco (Giovine y Romero, 2022), ya que informan sobre hechos o noticias significativas para la realidad o ficción social, desde distintas visiones. Se revisan memes y se analiza humor, memorias

y función social se concatenan en esta aproximación a ciertos aspectos de la pandemia desde una mirada amplia y flexible.

La lectura puede hacerse en el orden establecido según el capitulado, sin embargo, está escrito con objeto que también pueda ser independiente, en cierta forma, cada apartado. Por otra parte, es una obra de memes y humor, así como de investigación social, es decir, cada quien puede aprehenderla desde las ganas de recordar la pandemia y reír sobre lo vivido –consolándose, animándose, siempre acompañándose–, saltándose interpretación y análisis, o desde la inquietud de convertir lo vivido en experiencia –ahí sí leyendo la parte más descriptiva y explicativa– desde la consciencia, ya sea ésta intelectual y social, o sobre el sentido de la existencia y espiritual. Por lo que es posible decir que se trata de dos libros en función del interés de cada quien, hay libertad de elección, porque en esta vida todo está bien y es siempre perfecto como dice Gerardo Schmedding (2000); amar lo que es, como sostiene Byron Katie (2006). Ante las situaciones adversas, más allá de la víscera y la repetición, hay que buscar nuevos encuadres de comprensión y poner miradas de amor para que algo novedoso inicie su caminar (Champetier, 2020). Eso sí, bienvenido el humor y la risa como parte de la vivificación de la alegría o de la estabilización del afecto, o por lo menos caricia y consuelo de dolores y sufrimientos varios, propios y co-creados.

Desde la academia y en ciencias sociales, se habla mucho de nuevas epistemologías, metodologías, incorporación de saberes ancestrales y descubrimientos de vanguardia, contribuir a la mejora de la sociedad, desde la reflexión y el actuar. Este trabajo aspira a descubrir, o mejor dicho mostrar “una nueva ignorancia ligada al desarrollo mismo de la ciencia...una nueva ceguera ligada al uso degradado de la razón” (Morin, 2007:2), como dice Edgar Morin cuando promueve el pensamiento complejo. Añade la necesidad de sensibilizarse de las enormes carencias del pensamiento y de que:

La patología de la idea está en el idealismo, en donde la idea oculta la realidad que tiene por misión traducir, y se toma como una única realidad. La enfermedad de la teoría está en el doctrinalismo y en el dogmatismo, que cierran a la teoría sobre ella misma y la petrifican. La patología de la razón es la racionalización, que encierra a lo real en un sistema de ideas coherente, pero parcial y unilateral, y que no sabe que una parte de lo real es irracionalizable, ni que la racionalidad tiene por misión dialogar con lo irracionalizable (Morin, 2007:34).

Al respecto Maffesoli afirma la necesidad de construir un poder más cerca de la realidad, a pesar de la incertidumbre, lo imprevisible, el desorden y lo no racional, aunque esto signifique destruir las teorías de moda y supersticiones que a veces se consideran ciencia, desde la valentía intelectual con empatía social, así como, evacuar la conspiración del silencio y evitar ceder ante la presión mediática y al saber establecido. “Hay que entender que el racionalismo, en su pretensión científica, es particularmente incapaz de captar, incluso de aprehender, el aspecto prolijo, lleno de imágenes y simbólico de la experiencia vivida” (1997:32). Y para ello hay que superar también la pulsión visceral a actuar como el otro, superar el menoscabo en el sentimiento de pertenencia y evitar “epidemias psíquicas” (Maffesoli, 1997:132).

Todo lo dicho con anterioridad es lo que inspira y se propone este libro: reflexionar con humor y contribuir a disipar dogmas y miedos. Un canto a la libertad acompañado de algunos datos y muchos relatos ilustrados. Un recorrido narrativo cuantitativo y especialmente cualitativo e iconográfico por la pandemia, sus sentimientos, medidas y comportamientos sociales.

Respecto a la metodología este estudio tiene su referencia empírica en encuestas y memes. En primer lugar, se considera que las encuestas de opinión pública son técnicas de investigación cuantitativas, expresión de pensamientos y sentimientos, valores y comportamientos en torno a temas de interés social, aportan información y conocimiento en cifras (Worcester, 1994; Traugott y Lavrakas, 1997). Sin desconocer la polémica de su origen político y función comunicativa, reflejo de las opiniones ciudadanas o creación de las mismas, o ambas cosas a la vez (Salazar, 2009; López, 2020).

En concreto se emplean encuestas para el país de Consulta Mitofsky, con datos del año 2020 al 2022. Dicha casa encuestadora realizó estos ejercicios demoscópicos de forma periódica, cada mes durante estos años, sobre la pandemia en México y temas con ella relacionados, cifras que iba acumulando en cuadros y gráficas en su página en internet, y presenta en diversos informes en determinadas fechas durante este periodo (Mitofsky, 2023). Contienen varias cuestiones que interesan a los objetivos de estas páginas, por ello se seleccionaron con objeto de ilustrar cuantitativamente temas como el miedo, las medidas y el confinamiento, entre otras. La temática abordada y el seguimiento puntual sobre la misma, así como y sobre todo, la expresión de opinión pública en ellas recogida fue la razón

fundamental de la selección.¹ Sobre ellas se informa con más detalle en los subtemas y capítulos en los cuales son empleadas.

También se cuenta con una encuesta de elaboración propia en la Ciudad de México cuyo tamaño de muestra es de 323 casos y se aplicó en la primavera de 2021 a través de internet, centrada en el tema de las medidas, y cuyos resultados sólo son inferencia de la muestra, no obstante, muestran el tema de forma interesante y detallada, que es lo que se pretende. En este caso se presenta la muestra y expone sobre la misma cuando ésta es utilizada en algunos asuntos y temas, y en el apartado correspondiente. No se trata en *stricto sensu* de un análisis de opinión pública de encuestas, sin embargo, la información recabada se considera importante con objeto de develar pensamientos, sentimientos y comportamientos vividos en su momento ante ciertas situaciones por personas y colectivos sociales.

En segundo lugar, el humor y los memes, con su función comunicativa, reflejo de opinión pública y a la vez relato de acontecimientos. Documentan la vida y también la construyen (Shifman, 2014). Al respecto hay todo un apartado en este libro que desarrolla dicha fuente de información, con lo cual aquí sólo se presenta. Se aportan memes de diversas procedencias, los que llegaron por redes sociales, los que se encuentran en imágenes de Google y varias plataformas especializadas o incluso los mismos medios de comunicación que los difunden.² Se fueron reuniendo en los años de este estudio (2020 y 2021), con objeto de documentar las miradas de lo que acontecía. Su selección y clasificación viene dada por la temática abordada en cada momento de este libro, el miedo, las medidas sociosanitarias, el confinamiento en casa, a modo de crónica social de lo que se vivía en ese tiempo, un mostrar y demostrar actitudes, emociones, conductas, posicionamientos y miradas desde ópticas similares o diferentes. No es un estudio de análisis particular sobre algunos memes, sino éstos se emplean como documento testimonial de lo vivido o imaginado, y en éste sentido, similar a las encuestas y complementario a éstas, constatación de creencias y experiencias. Son, en definitiva, productos discursivos de una situación y su

¹ En las diversas encuestas de Consulta Mitofsky, la casa encuestadora presenta la metodología en su informe, misma que puede accederse a partir de la liga en las referencias finales del libro.

² Todo citado prolijamente en cada caso con objeto de que se pueda acceder a la fuente correspondiente.

contexto, configuraciones espacio temporales de sentido, condensaciones de hechos sociales, con intención comunicativa, y parte de la cultura masiva y popular de nuestros días.

Ambas fuentes muestran y reflejan opinión, toda vez que la producen y la comparten. En todo caso, constituyen información sobre la situación de los acontecimientos, de las de carácter cuantitativo y amplio, cualitativo y significativo. Otra cosa es la concepción que se tenga de la opinión pública, en el sentido si se considera reflejo de lo que individuos piensan y expresan de forma genuina, si dicha opinión es una suerte de voluntad general que los gobiernos han de seguir, o si es directamente resultado de manipulación por parte de grupos de poder (López, 2020). Así la interpretación va desde información que elaboran las personas entre la información social y su experiencia, hasta la reproducción mediática que mapea la realidad cuando la noticia toma cuerpo de clima de opinión (Salazar, 2009). En el caso de las encuestas esto ha sido ampliamente estudiado, para los memes quizás no tanto, pero es obvio que como descripción y narración de hechos o noticias actúan desde una directriz institucional o a partir de apreciaciones de los protagonistas o receptores en su caso (Delgado, 2020; Ortiz, 2020). Encuestas y memes pueden ser reflejo de la realidad o espejismos creación de la misma.

A la hora del análisis, éste se inspira en la hermenéutica, comprender al otro, buscar en los significados por medio de la interpretación (Schutz, 2008). En parte se inspira también y de forma general en el análisis temático del contenido y análisis crítico del discurso (Cohen y Seid, 2019; Verd y Lizares, 2016; Valles, 1997; Van Dijk, 2001a; 2001b). Sobre este último, es preciso decir que se parte de considerar el discurso como hecho social, los sujetos producen discursos y son producidos por éstos (Duranti, 2000; Lozano, Peña y Abril, 1999). Lenguaje y significado organizan la experiencia subjetiva, las identidades colectivas, los imaginarios hegemónicos y aquellos disruptivos también. El significado se construye y el conocimiento entretiene explicación y comprensión (Morin, 1999). Los discursos producen y reproducen formas de pensar y actuar, percepciones y representaciones, imponen códigos sociales o los critican, y proponen alternativos. Un poco respondiendo a la pregunta sobre el sentido en la historia y en torno a las actitudes y comportamientos humanos que enarbola Greimas (1987), es lo que guía este trabajo.

Los discursos son procesos semióticos en los que los sujetos se construyen y construyen el mundo (Greimas, 1987), como decimos. Conduc-

tos expresivos, procesos comunicativos de ideas y creencias, emociones y sentimientos, conductas y comportamientos, acontecimientos sociales complejos como expresa Van Dijk (2001a). Según este autor, el discurso usa el lenguaje, comunica creencias –cogniciones– e interrelaciona situaciones sociales como “fenómeno práctico, social y cultural”, y como “actividad humana controlada, intencional” (Van Dijk, 2001b:14). Sobre el discurso se volverá más adelante al exponer los memes; sólo añadir su poder hegemónico y consenso social (Van Dijk, 2001b), su fuerza retórica y persuasiva (Van Dijk, 2001a); añadir también, su posibilidad de contrapoder, y mirada abierta y crítica. En estas páginas se presentan discursos sociales sobre emociones y medidas en la pandemia, desde tendencias de opinión hasta narrativas iconográficas, una suerte de crónica social discursiva (Delgado, 2020; Ortíz, 2020), como se dijo en un inicio. Todo ello en buena parte acompañado por el humor, algo central en el objetivo e intención de este libro, que se expresa en todo su potencial, y se analiza en la medida de lo posible, y que se expone ampliamente en el primer apartado. Aquí sólo traer una primera idea que atraviesa el sentir de este estudio:

Lo risible entretiene y distiende, sí, pero es mucho más: puede ser también una forma de percepción y de generación de conocimiento. Esto se debe a que lo reidero tiene la capacidad de enseñarnos a ver de manera novedosa y ridícula la realidad, de develar incoherencias, de desvelar las otras realidades que acechan detrás de las fachadas del orden social y del sentido común, y de desenmascarar (y, si recurre a la sátira, de atacar) a los poderosos. Lo reidero ofrece una visión del mundo que no es necesariamente la consagrada, de ahí su potencial peligrosidad como agente de disrupción. Ahora, de modo contrario, también puede, a través de lo cómico, reforzar estigmas y prejuicios, y así, el orden social establecido (Burkart, Fraticelli y Várnagy, 2021).

Sobre la estructura de la obra, tras la introducción hay un capítulo que apunta y expone la importancia del humor y los memes, desde teorías y discursos, hasta funciones y estudios prácticos, una suerte de marco teórico que configura y contiene la revisión y el análisis posterior.

El primer apartado con investigación empírica revisa el miedo en la pandemia en México. Lo cual se hace a partir de dos fuentes, encuestas sobre el tema y expresión de los memes. Datos y relatos, guiados todos por el pensamiento y sentimiento de las personas y grupos sociales, a su vez conformados por la socialización y la orientación mediática. Como resultado

se contextualiza cuantitativamente el miedo a la pandemia, no siempre tan sentido como al parecer se tuvo sobre otros temas, así como, se observa su incremento con el paso del tiempo. Por otro lado, se expresa miedo, se infunde, relativiza, sobre todo se burla el miedo, por medio del discurso de los memes, con más o menos humor.

Con la pandemia llegaron las medidas sociosanitarias, y con éstas las opiniones y las risas, esto es, lo que la gente decía sobre las mismas, las prácticas llevadas a cabo, y lo expresado mediante el humor, o de otros discursos lapidarios. El objetivo de este captítulo es un acercamiento descriptivo y reflexivo sobre la percepción y apreciación de estas medidas. Esto se hace en primer lugar, a partir de la opinión de la población por medio de una encuesta para la Ciudad de México, y la revisión de las expresiones de los memes al respecto. Ambas fuentes reflejan el pensar y sentir de las personas, la primera en cifras ofrece un panorama de tendencias cuantitativas, la segunda mediante imágenes y palabras, relata también consideraciones de la gente, ya sea quien los crea o quien los replica. Se hace énfasis en esta última, ya que posibilita ahondar significados y reflexionar sobre vivencias, además de revisar posicionamientos diversos ante las medidas. Entre los hallazgos se observa un mayoritario apoyo según la encuesta, mientras los memes diversifican cualitativamente su consideración, las difunden, las ensalzan o las suavizan, las aplauden o las critican, en general, provocando una risa o sonrisa, o incluso de forma seria o con cierto humor negro, de vez en cuando.

El apartado siguiente se focaliza en el confinamiento o quedarse en casa, la medida más sentida, cómo la recibió y aplicó la población. Las vivencias y consecuencias, según la opinión de la gente, por medio de una encuesta para la Ciudad de México, algunas encuestas para el país, y a partir de la mirada de los memes que circularon por esos días. Una medida que es posible considerar extrema y que, si bien tuvo lugar por 15 días en 2009 en México, no es comparable con lo acontecido en 2020 y 2021, con varios meses de duración; en medio de la alarma mediática, y con sus consecuencias sociales, económicas, educacionales, y para la salud física y mental. Tanto así, que los memes llegaron con su intención de hacerla cumplir, de evadirse de la realidad, de reírse para sobrellevarla e incluso de enfrentarla, hay para todos los gustos. No obstante, predomina un discurso con una visión humorística que se burla y la aplaude al mismo tiempo, que acompaña y alivia la situación vivida, así como, describe los cambios de hábitos y de estados emocionales, entre otros.

**MÉXICO RECIBIÓ AL
CORONAVIRUS CON MEMES**



**ESTA ES LA CUMBIA
DEL COVID-19**

**¿EL MEME DEBE SER PARTE DEL
GÉNERO DE OPINIÓN EN EL PERIODISMO?**



<https://www.facebook.com/ImagenYuri/videos/los-mejores-memes-del-covid-19/545697062969647/>
<https://www.clasesdeperiodismo.com/tag/memes/>

Mucho se vivió en la pandemia: rupturas cognitivas, emociones desbordadas, comportamientos imitativos de grupo. El miedo, las medidas sanitarias, el quedarse en casa, la vacunación, a veces de forma compulsiva otras desde la disociación. El caso es que también hubo anécdotas y curiosidades que nos acercan desde la orilla a este fenómeno complejo de aprehender. En el cuarto capítulo de este libro se señalan dos conductas que sobresalen, y que el humor con su carácter entre festivo e irónico lo reflejó, recreó, destacó y hasta festejó de forma contundente, como una llamada social de atención sobre la sociedad en la que vivimos o a la cual estamos sobreviviendo. Se trata del tema internacional de acopio del papel de baño y de la inquietud por la cerveza en el caso más mexicano.

Finalmente, se presenta un apartado que aporta algunas ideas concretas y conclusiones generales producto de la investigación realizada con objeto de dar cierre al texto y remarcar aspectos considerados de interés durante el mismo y cuestiones que invitan a la reflexión personal y social, presente y futura, en torno a los temas abordados en estas páginas, que más que agotarlos, es un inicio e invitación a revisarlos, repensarlos, e ir más allá de las cifras, palabras e imágenes. Una aventura de conocimiento que es poder y de autoconocimiento que es consciencia.

A continuación, un recorrido por el humor y los memes desde teorías y prácticas, como narrativas de imaginarios y vivencias sociales.

Humor y memes

El humor

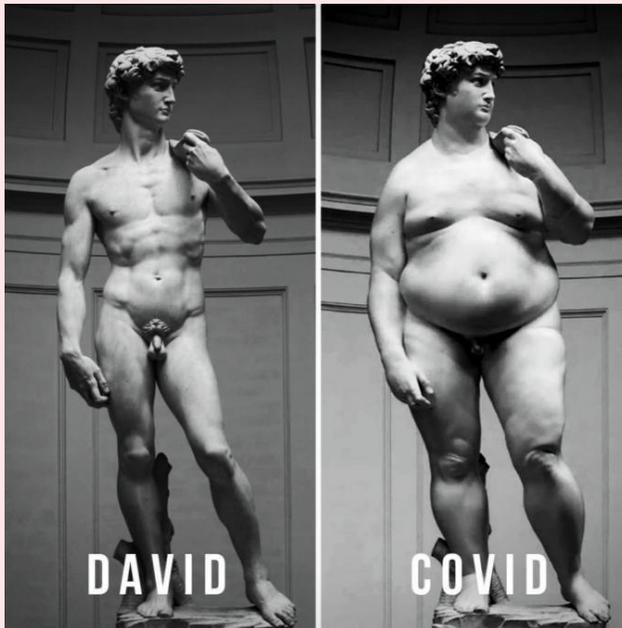
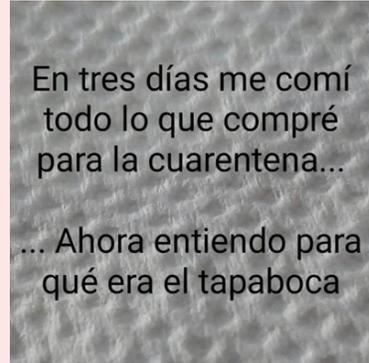
El humor es una cualidad humana y nos humaniza, es sensación agradable para el cuerpo y satisfacción para la mente. El humor es una energía ligera que acaricia la sonrisa amable o cómplice, se concentra y explota en la risa ruidosa o ingeniosa, el humor rompe la solemnidad y es compañero de lo cotidiano y superficial, también de lo importante y de lo serio, que no es lo mismo que aburrido. En palabras de Peter Berger (1999) es la percepción de aquello interpretado como cómico y gracioso. Y siguiendo a este mismo autor, y su obra *Risa redentora. La dimensión cómica de la experiencia humana*, “lo cómico conjuga un mundo separado, diferente del mundo de la realidad ordinaria, que opera con normas distintas. También es un mundo en el cual las limitaciones de la condición humana quedan milagrosamente superadas. La experiencia de lo cómico es, finalmente, una promesa de redención” (1999:11). Por otra parte, “una de las funciones sociales importantes del humor parece haber sido siempre escandalizar los sentimientos morales convencionales. Si bien el humor se puede utilizar claramente para buenos o malos fines, lo cómico en sí parece estar por encima del bien y del mal” (1999:16). Recapitulando, el humor es humano y redime, a lo que hay que añadir que se usa para el bien y para el mal, puede escandalizar la normativa y moral social, o puede imponerla, y finalmente otra idea que interesa destacar aquí es que invita a la reflexión social, esto es, a través de él es posible representar la “realidad”, e incluso estudiarla, cuestión ésta de la que también se hace eco.

Freud (2008a) tiene un artículo del humor donde afirma que no es resignado, es un triunfo sobre el yo y la autoafirmación más allá del contexto incluso adverso, una manera de lidiar con el sufrimiento. Lo cual recuerda la famosa frase de Nietzsche “El hombre sufre tan terriblemente en el mundo que se ha visto obligado a inventar la risa”. En su libro *El chiste y su relación con el inconsciente*, se focaliza en estas narraciones populares, no obstante, algunos análisis pueden aplicarse a diversas expresiones humorísticas. Según él existen dos tendencias, el chiste inocente, benigno, blanco o abstracto, y el tendencioso –hostil y obsceno–, agresivo y violento. En cuanto a este último, que por cierto es el que más usual y el que hace reír, sobresale la agresión y la defensa, son escépticos, satíricos y cínicos. Empleados como arma, lo que reitera también Berger (1999), con objeto de ridiculizar y avergonzar al prójimo, de vengarse, ejercer poder y subordinar.

Por otra parte, el humor también puede ser rebelión contra la autoridad, insubordinación social o lucha política, crítica hacia grupos que están en la cúspide del poder económico y político, como alguna bibliografía suele reiterar. Una suerte de confluencia en la cual se puede decir lo que resulta poco menos que imposible en otros espacios. Especialmente, esto se considera para algunos grupos o sectores populares como parte del arte de la resistencia (Scott, 2000), o simplemente grupos sin poder político o censurados que encuentran un camino y una forma de expresión. Lo llama Freud el placer proporcionado por la liberación de las fuentes sometidas a represión y la remoción de coerciones, así como la expresión de sentimientos reprimidos, la sublimación y gratificación sustitutoria (2008b). La risa liberadora de Bajtin (1995).

El humor se emplea para someter, lo mismo que busca liberación. Se decía que el humor era crítico, especialmente el humor político ¿lo sigue siendo cuando se emplea desde las instituciones para consensuar políticas públicas? ¿y cuando los humoristas son parte de dicho consenso? ¿o cuando es parte del marketing comercial de un producto, sea un candidato o un fármaco? No por ello hay que desconocer la posibilidad de creación e innovación del humor desde todas las miradas y puntos de vista, sabiendo su intención y disfrutando de la diversión, toda vez que de la reflexión cuando la haya, o incluso simplemente evasión (memes 1).

Memes 1



Beneficios y perjuicios

Eso sí, hay que señalar los *beneficios* del humor –y la risa– que son innumerables, están los fisiológicos –inmunológicos, respiratorios, circulatorios, hormonales, músculo esqueléticos, nerviosos–, además y no menos importantes, los comunicativos y psicológicos.¹

Por otro lado, entre los psicológicos –emocionales, mentales y energéticos; personales, comunicacionales y relacionales– mantiene estar presente, en el aquí y ahora; distancia y mejora la objetividad en la observación, resolución de problemas y búsqueda de soluciones; fortalece a la hora de afrontar contratiempos y dificultades; aumenta la creatividad, la imaginación, la sensibilidad y sensación de libertad; amortigua el dolor y alivia el sufrimiento; reduce y relativiza el pensamiento negativo; refresca el cerebro para alejar preocupaciones y obsesiones; dinamiza la mente, cambios en reacciones, actitudes y conductas; aleja la timidez y el retraimiento; atenúa el miedo y las fobias; ayuda a la expresión emocional; descarga tensiones nerviosas, libera impulsos eléctricos, relaja, aligera, flexibiliza; disminuye depresión, ansiedad, estrés y emociones como enojo y tristeza; amplía la motivación, el compromiso con uno, los otros, y la vida; proporciona ilusión, alegría, gozo, esperanza, vivifica; colabora con la aceptación, autoconfianza y comprensión con los otros; fortalece lazos afectivos y refuerza relaciones; mejora la comunicación y solución de desacuerdos, cohesiona socialmente; rompe barreras, favorece la amistad e integración intersubjetiva; aumenta la cooperación, solidaridad y el compartir (Fernández, 2016).

Eso sí, todo depende de que el humor sea humorístico, me explico, que sea gracioso y provoque en algún grado la risa o la sonrisa, física o mental. Añadir que reír juntos es fortalecer la identidad de grupo como dicen –confianza y amistad–, pero recordar que esto se puede hacer a costa de diferenciarse y discriminar a otro grupo. La identidad humana a veces está sobrevalorada, la pertenencia da seguridad, pero roba libertad, la seguridad calma la mente, pero anula el espíritu.² Y hablando del espíritu, no hay

¹ Para conocer más sobre todos estos beneficios fisiológicos se puede consultar Fernández (2016).

² Dejamos aquí esta reflexión, pues es amplia y profunda, y desborda los objetivos de este libro, pero sí recordar que el humor une y separa, beneficia y perjudica, es como todo en la vida, depende de cómo se use.

que olvidar los beneficios espirituales, uniendo exterior e interior, mundo y percepción, aportando conocimiento y facilitando comunicación, incluso compasión, según David Hawkins (2016).

En concreto se ha estudiado su efecto en enfermedades físicas (Fry, 1993; Cousins, 2011), así como contra depresiones, ansiedades y estrés en general, y todo lo relacionado con el equilibrio emocional, hormonal, bioquímico y frecuencial (Villa, 2009). De hecho, ya varias investigaciones apuntan los cambios satisfactorios en lo físico, químico y en lo cardíaco (García, 2002; Rodríguez, 2008; Luján, 2010). El doctor Labott señala que el humorismo mejora la inmunidad. El neurólogo Berk dice que la risa disminuye la concentración de cortisol y activa los linfocitos. Stone observó el aumento de inmunoglobulina A en mucosas, la producción de dopamina, serotonina, adrenalina y gamma interferón (Moure *et al*, 2011). Hay ya un gran cúmulo de investigaciones en este sentido.

También señalar los *perjuicios*,³ cuando el humor falta a la verdad o al respeto, cuando se emplea para manipular, domesticar, controlar, a modo de discurso y dispositivo social (Agamben, 2014). Se usa de forma solapada como mensaje al inconsciente, con objeto de orientar creencias y promover comportamientos; como forma de opinión pública mediatizada, propaganda comercial o política dirigida, reproductora del orden social dominante o creadora del nuevo orden que se quiere imponer desde ciertos grupos de poder. Si bien existe la ingenua creencia y tendencia que, por ejemplo, los memes son una unidad cultural de creación anónima y popular, replicación participativa y divertida, los hay creados por corporaciones internacionales, gobiernos y empresas (Cortázar, 2014), por supuesto, con intenciones políticas y de consumo, además de otra índole, no claramente expuestas.

Otro prejuicio, éste más visible, es la agresión, personal o grupal, desde simple burla a venganza. El mostrar superioridad, humillar o denigrar es síntoma del humor tendencioso y su uso como arma (Berger, 1999; Freud, 2008b). De alguna manera, y en alguna medida, productores de violencia cultural y simbólica, verbal o lingüística, y de discriminación o dominación. Incluso se habla de síntoma de falta de sentimiento de humanidad (Filliozat, 2007), de ahí la importancia de la ética (Siurana,

³ Se señalan los perjuicios físicos, cuando alguien está recién operado o tiene problemas cardíacos, siendo estos casos extremos (Fernández, 2016).

2015). Desde los chistes que maltratan a las mujeres a los que denigran a los hombres, los que discriminan otras culturas o etnias, religiones, clases sociales o generaciones, o incluso otras formas de pensar, saberes antiguos o nuevos conocimientos. Lo diferente se denigra, se excluye, cuando no se persigue y castiga, o por lo menos señala y sanciona. Como afirma Marina “El talento para ridiculizar es otro gran poder intimidador, porque el miedo a la vergüenza es poderosísimo. Ridiculizar, avergonzar, humillar es un castigo terrible. Y, por lo tanto, quien tiene la posibilidad de aplicarlo es poderosísimo” (Marina, 2007:57).

Ante esta breve revisión de beneficios y perjuicios, cabe preguntarse ¿qué beneficios trajo el humor en la pandemia? Y ¿qué perjuicios pudo originar también? Siempre y en todo momento desde el estado del mejor humor posible. En esta obra se realiza un acercamiento al humor y el miedo, así como, las medidas, que aportan algunas ideas y reflexiones al respecto. Desde el mundo al revés hasta algunas ironías (memes 2).



Memes 2



Día 14 de la cuarentena
Mi esposa comenzó un proyecto
de jardinería. No me ha querido decir
que va a sembrar....



Teorías, funciones, estilos y figuras

Es posible caracterizar el humor según teorías, funciones, estilos y figuras retóricas. Un resumen sobre esto:

Las teorías de la superioridad defienden que toda experiencia humorística surge como una manifestación del sentimiento de superioridad del hombre hacia el hombre, e incluso hacia uno mismo en un momento determinado... Las teorías de la descarga, por otra parte, interpretan el humor como efecto de una descarga de exceso de energía física... Las teorías de la incongruencia consideran que todo humor se basa en el descubrimiento de una realidad o un pensamiento que resulta incongruente con lo que se esperaba (Torres, 1999:19-20).

Ampliando un poco el tema, sobre la teoría de la *incongruencia*, se focaliza en lo cognitivo-perceptual según Raskin (1985), por lo tanto, en la función cognitiva, un juego intelectual (Ziv, 1984), el ingenio que diría Freud (2008b), ante incorrecciones, despropósitos y disparates. Así, el humor se provoca cuando hay incongruencia repentina, inesperada, sorprendente entre concepto y objeto, dos marcos referentes, pensamiento y realidad, provocando un absurdo, contrasentido o cortocircuito entre cuestiones incompatibles que reta a la lógica e incluso invita a la reflexión (Kant, 2003; Freud, 2008b; Bergson, 2008; Martin, 2007). Puede estar acompañada de miradas críticas, señalamientos de errores y falsedades, persiguiendo desde el simple divertimento, distracción o evasión, hasta un darse cuenta o concientización de cierta interpretación de la realidad desde un sujeto o grupo social (Scott, 2000), incluso implica cuestionar sistemas de valores y transgresiones sociales (Tolosa, 2005). Kant (2003) apunta al descubrimiento de un discurso engañoso, una ruptura de sentido y un desenlace sorpresivo; en todo caso el contraste y la inadecuación provocan la subsunción e inclusión paradójica e inesperada de algo (Torres, 1999). Se trata de una suerte de juego intelectual, juego de palabras y de comportamientos, dice una cosa y quiere decir otra, es penetrante, conciso, afilado (Berger, 1999).

En cuanto a la teoría de la *superioridad*, ya enunciada en la Grecia clásica por Platón y Aristóteles, recobra vida con Hobbes (1980) al señalar la “gloria súbita” que aúna superioridad y agresividad hacia los otros. De hecho, la teoría de la superioridad conecta con la función agresiva del humor (Ziv, 1984; Martin, 2007), ya que demuestra poder, e inflinge denigración, señala

defectos, desestima y desconsidera al otro, institución, persona o grupo, como inferior. La superioridad de un ser humano sobre otro (Torres, 1999). Berger (1999) habla del humor de origen bélico y la risa como arma y del uso satírico con fines agresivos, que despliega un tono emocional malicioso, persigue injuriar, entre fantasía grotesca, posicionamientos de normas morales y objeto de ataque. El satírico y su público están de acuerdo en la indeseabilidad del objeto de ataque y comparten un contexto común. Desde una posición de poder, subordinar y someter. Bergson (2008) habla de humillar desde la superioridad a los diferentes, como correctivo social. El humor negro es parte de esto pues demuestra dominio y control sobre el otro (Ziv, 1984). Este enfoque conlleva estereotipo, estigma y exclusión, deviene en discriminación e incluso violencia verbal, simbólica y psicológica.

Respecto a la teoría del *alivio*, también denominada de liberación o descarga, surge con Spencer (1860) y la desarrolla Freud (2008b). Se trata según este autor del placer en el ahorro del gasto de energía psíquica, liberación de estancamiento psíquico; la descarga tiene lugar con objeto de liberarse del peso de la coerción a partir de la educación intelectual, es en resumen una reducción de carga psíquica; se remueven arraigados obstáculos e intensas represiones. Se suelta tensión nerviosa acumulada en exceso, además, y esto es importante señalarlo, de forma conveniente y socialmente aceptable (Martín, 2007), aunque se trata de mucha ira, incluso de venganza, provoca liberación. Y es que el humor no tiene que ser resignado, es autoafirmación y placentero, ya que “mediante el humor el superyó quiere consolar al yo y ponerlo a salvo del sufrimiento” (Freud, 2008a:1). Así hay alivio desde la frivolidad, hasta la densidad, exponiendo y expresando, sintiendo y descargando. Anotar que el alivio tiene lugar para todo tipo de humor, esto es, aparece siempre o casi siempre.

Entre las funciones del humor destaca de *comunicación e influencia*, la cual sirve para informar, propagar opiniones y actitudes, producir o reproducir valores y normas, lo correcto y lo incorrecto, lo aceptable y lo no aceptable, consensuar creencias y comportamientos, aconsejar o imponer (Martín, 2007). Desde una óptica colectiva está la función *social*, que trata de vincular, crear identidad y pertenencia, regulación y cohesión emocional, y consenso en opiniones y creencias, valorar y compartir valores y prejuicios, percepciones e interpretaciones, acuerdos para la convivencia (Ziv, 1984; Martín, 2007). Desde la cuestión más personal, aunque también colectiva, está la función de *distensión*, alivio o liberación que en realidad es la teoría ya vista, y ante un conflicto estresante se libera tensión emo-

cional a modo de válvula de escape, desde una posición que relativiza o desdramatiza el suceso, puede ser desde el tabú social hasta un impulso amenazante para una persona o una sociedad (Ziv, 1984; Martin, 2007). Por otra parte, hay una función de *defensa*, que intenta evitar amenazas y promueve protección en general de los otros y en particular de emociones desagradables e insatisfactorias, como el miedo y la ansiedad (Ziv, 1984; Martin, 2007). Igual que hay una función de defensa, también está la de *ataque* relacionada íntimamente con la teoría de la superioridad, misma que se dice que agrede a algo o alguien, en general con objeto de causar daño o dominarlo o evitar su autonomía, aunque hay quien la relaciona también con rebeldía hacia las normas y el estado de las cosas (Martin, 2007). Esto es, atacar para evitar cambios o con la intención de imponerlos. Finalmente, se habla de la función de *crítica social*, misma que implica enfrentamiento social o denigración personal, y cuya propuesta de cambio, si la hay, apunta también en diversas direcciones, desde enfrentar lo absurdo, falso o injusto (Ziv, 1984; Scott, 2000), en principio como forma de denuncia de personajes o instituciones poderosas, hasta la imposición de eso mismo. De ahí que se relacione con la teoría de la incongruencia y la de la superioridad, ya presentadas.

Los estilos tienen que ver con el entrecruzamiento entre relación y valoración, esto es, entre tratarse de lo intrapersonal o interpersonal, considerado positivo o negativo. De valencia negativa e intrapersonal está el estilo *autodescalificador*, burla y radicalización de uno mismo que persigue ganarse la atención ajena y autocongraciarse (Martin, 2007). En esta misma valencia, pero interpersonal está el *agresivo* –teoría y función también–, que persigue manipular a los otros, desde la ofensa a la amenaza, la ironía y el sarcasmo (Martin, 2007). Hay quien lo considera, importante en sociedades posmaterialistas e individualistas (Davies, 2019). Pero las cosas no están tan claras, pues para Lipovetsky la sociedad actual se define en estos términos, mientras que Maffesoli piensa lo contrario. El estilo *autoafirmativo* tiene que ver con el crecimiento personal, desde la liberación tensional hasta afrontamiento del estrés, una suerte de estado ante la vida (Vigara, 1994), que regula pensamientos y equilibra emociones, sobre todo gestiona crisis, problemas y la salud mental, a modo de mecanismo de defensa (Martin, 2007), por lo que se relaciona con la función de defensa. Finalmente, el estilo *afiliativo* conecta y vincula a personas y grupos, crea pertenencia e identidad, se desarrolla con persuasión y seducción con ob-

jeto de consensuar opiniones y comportamientos. Va desde la solidaridad intragrupal y el divertirse juntos hasta la suavidad interrelacional, reduciendo conflictos y tensiones, y reforzando lazos personales y formas de pensar y sentir colectivas (Martin, 2007).

No obstante, debemos tener en cuenta que el humor de estilo afiliativo de un grupo puede llegar a ser agresivo hacia otro, es decir, la cohesión endogrupal favorece la denigración exogrupal, y viceversa (Tajfel, 1984). La identidad en el sentido de Touraine (1979) de “identificarse con” y “diferenciarse de”. No hay que olvidar que lo afiliativo para unos puede ser violento para otros, y el humor no sólo es producido para divertir, sino que puede teledirigirse, para dominar o atacar, como tampoco sólo es un espacio de crítica social; también impone ideas desde el poder y mediante la tergiversación indirecta o invisible. Y si bien el humor se califica de benéfico para la salud, el trabajo, la educación y la vida; posee también su lado oscuro, cuando es empleado como cualquier discurso o narrativa social con intención de causar daño, crear consenso y sometimiento, censurar o dominar.

Otra cuestión son las figuras retóricas del humor vinculadas con la intención y la exposición del mismo. De la ironía a la sátira, pasando por la broma benigna y simple, el sarcasmo grotesco y crudo. Así, es posible definir a la *parodia* como transposición de lo solemne a lo familiar, burla, superposición de texto y triunfo del burlesco (Hutcheon, 1981; Hernández, 2012). La *sátira*, por su parte, es denuncia de injusticia, ironía militante, crítica y ataca la realidad para promover valores y con intención moralizadora para el mejoramiento de la sociedad (Berger, 1999; Hernández, 2012). Sobre la *ironía* mucho se ha dicho, señala un absurdo e incongruencia, evalúa y reflexiona sobre algún aspecto de la realidad y, si bien su definición sencilla es decir algo sin decir o entender lo contrario de lo que se dice, lo fundamental es el choque argumentativo que genera conflicto, a modo de persuasión y desaprobación. Carencia de lógica, ingenio cognitivo y agresión intelectual se conjugan. Puede atacar desde el poder y también desde las propuestas alternativas hacia la postura considerada contraria. Es burla encubierta, mirada de amargura, esgrima dialéctica. Eso sí, crea grupos y comunidades en torno a diferentes posicionamientos, a partir de identidades y complicidades (Hutcheon, 1981, Ramírez, 2005; Fernández Solís, 2008; Martínez, 2016). Por su parte, el *sarcasmo*, es una ironía ofensiva y agresiva, que insulta y degrada, con intención de

herir y dañar, entre el ridículo y la inconformidad, corrosivo y destructivo (Fernández Solís, 2008; Hernández, 2012).⁴

Como se vio, Freud (2008b) señala que en el chiste hay humor benigno, ingenuo o abstracto, y también tendencioso, agresivo u hostil (Berger, 1999), a veces no tan fácil de distinguir pues más allá de la teoría, función, estilo y figura, está el amplio o reducido contexto y la latente o patente intención. Un humor que informa, disciplina, critica, subvierte, entretiene, evade, divierte, aligera o libera, en fin, para todos los gustos y disgustos. Un humor que como se muestra en estas páginas, crea y recrea pensamientos y emociones en el sujeto y climas emocionales en el colectivo social. Un humor que devela flaquezas de personalidad, comportamientos semivelados, incluso confesiones inconfesables (memes 3).



⁴ Muy amplio es el tema, aquí sólo se presenta un resumen del mismo a efectos prácticos de la presente obra.

Memes 3

**Si muero de Dengue
digan que fue
Coronavirus. Que
piensen que fue por ir
a Europa y no por
lavar el tinaco de la
casa 😊**

**😂 Con eso de
coronavirus me aburrí
de solo estar en casa,
así que empecé a
revisar sus perfiles y
dos de ustedes tienen
el mismo marido**

**Día 4 de cuarentena,
mi papá acaba de
confesarnos que tiene
otra familia y necesita
ir a verlos**



<https://eldesmarque.com/valencia/valencia-cf/noticias/239882-los-mejores-memes-por-el-coronavirus-humor-en-tiempos-de-confinamiento>

<https://vibra.co/curiosidades/memes-sobre-coronavirus-redes-sociales/>

<https://vibra.co/curiosidades/memes-sobre-coronavirus-redes-sociales/>

Humor en tiempos revueltos o adversos

En uno de los primeros libros que surgió en tiempos de pandemia y en un artículo sobre el humor se recoge lo siguiente:

Todo nos llega de todos lados y es posible. Cito este posteo hecho pizarra que me llega, por ejemplo, de México:

- ¿Cuál es tu teoría preferida hasta el momento? Teoría del murciélago.
- Teoría de la conspiración china para dominar el mundo.
- Teoría de la conspiración gringa contra la economía china. El año del cochino 106.
- Teoría de la epidemia selectiva ideada por el capitalismo para matar a los viejos.
- Teoría de la venganza de la naturaleza para extinguir a la humanidad.
- Teoría del experimento social de dominación a través del miedo.
- Teoría del virus creado por los laboratorios para vender medicina.
- Teoría de que es una gripe común, pero científicos y medios de comunicación generaron psicosis.
- Teoría del destino de los años en las décadas de los 20 (1320, 1520, 1920, 2020).
- Todas las anteriores
- Teoría de que el maya era disléxico y el mundo se acaba en 2021 y no en 2012 (Sprengelburd, 2020:25).

Después de leer lo anterior, se puede pensar en la importancia del humor, de cómo transita y fluye por coordenadas y situaciones adversas, aporta información e invita indirectamente a la reflexión, expone verdades y mentiras en la época de la posverdad; de cómo es en definitiva, parte de la crónica social, formador de imaginarios, conformador de mentalidades, contagiador de climas emocionales y normalizador o subversor de reglas, valores y comportamientos sociales.

El humor es hijo de su tiempo, contextualizado por creencias personales e ideologías políticas, así como imaginarios sociales. Va desde anécdotas cotidianas hasta una posición ante la vida (Vigara, 1994). Colonizado por el pensamiento de grupo y la opinión pública genuina o publicada, por el inconsciente personal y colectivo, arrastrado por la obediencia a la autoridad y la conformidad social, consciente o inconscientemente.

Así como crítica social, posiciones innovadoras y promesa de redención (Berger, 1999). En todo caso, combina estado de ánimo, agudeza mental y disposición emocional aun en tiempos difíciles y espacios complejos para la existencia. El humor reflejo y creador de aquella, que aporta significado y emociones, alivio y reflexión. Un humor que en tiempos actuales se encarna y habita en los memes en internet.

El humor aparece en desastres naturales y catástrofes sociales (Beristáin *et al.*, 1999), así como traumas (Levine y Frederick, 1996) y crisis personales de distinta índole, incluso se habla de que es fortaleza y virtud del humano (Seligman, 2011) y que desarrolla resiliencia (Vanistendael, 2013); esto es, el adaptarse, recuperarse e incluso crecer tras una experiencia adversa y estresante (Vanistendael y Lecomte, 2010). Ejemplos de esto son la vida de Viktor Frankl (2003) sobreviviente de un campo de concentración y que habla de los beneficios del humor, o la obra de Jay Berk (1998) sobre la recuperación a partir de la risa en los traumas de las guerras. Eso sí, un humor sensible, respetuoso y ético (Siurana, 2015). Si bien, en honor a la verdad, cualquier tipo de humor airea y reenergiza, pues hasta el que daña libera la energía de esa represión y lo hace por unos cauces menos duros y más permitidos que por otros medios, pues como afirma Freud (2008b) es una forma de externar enojo. Ya en concreto en momentos críticos aporta beneficios físicos, cognitivos, emocionales, comunicacionales y relacionales, para empezar con el distanciamiento del problema, el ajuste mental, liberación tensional, recuperación de confianza, incluso el redescubrimiento del sentido de la vida (Vanistendael, 2013). Los beneficios son para la salud fisiológica y mental, acompañando a las personas y grupos, con objeto de sobrellevar y adaptarse a las circunstancias, ya que aporta creatividad y aire fresco (Jáuregui y Fernández, 2012). Es antídoto para la depresión, la ansiedad, y el estrés, analgésico para el dolor, motivador de la esperanza, el optimismo y las emociones denominadas positivas (Martin, 2008; Fredrickson y Branigan, 2000).⁵

Como parte de la reconstrucción tras una catástrofe o desastre y el estrés postraumático, el humor contribuye a elevar los ánimos, al poder expresar, resemantizar, unir, e incluso evadir y relajar (Páez *et al.*, 2001). Desde autoburlas hasta señalamientos pasando por malos entendidos (memes 4). Y hablando de tiempos adversos este libro se focaliza en las miradas a la pandemia desde la opinión pública y sobre todo el humor.

⁵ Todo lo ya visto con anterioridad en los beneficios del humor.

Memes 4

Pa anticuerpo, el que se me está quedando.

Si tu mamá tiene más de 60 años y quiere salir de casa, ¡prohíbeselo!

Si te dice: "Es que todos están saliendo" es tu hora de decirle: "Entonces si todos se tiran por la ventana, ¿tú también?"

¡Llegó la hora de la venganza!

SOCIEDAD

Descubre a su novio encerrado con una cuarentona y el alega que leyó mal el protocolo



<https://eldesmarque.com/valencia/valencia-cf/noticias/239882-los-mejores-memes-por-el-coronavirus-humor-en-tiempos-de-confinamiento>

<https://vibra.co/curiosidades/memes-sobre-coronavirus-redes-sociales/>

<https://www.elnortedecastilla.es/sociedad/veinte-memes-coronavirus-20200317214717-nt.html>

Los memes, discurso, opinión y humor

Los memes son, en primer lugar y según la Real Academia Española (RAE), “rasgo cultural o de conducta que se transmite por imitación de persona a persona o de generación en generación”, en segundo “imagen, video o texto, por lo general distorsionado con fines caricaturescos, que se difunde principalmente a través de internet” (RAE, 2021). Interesante definición que reconoce el carácter imitativo del meme y del humano, de la cultura y la sociedad, si bien subraya la distorsión y el humor aparente. Añadir que son unidades culturales, de promoción o intercambio de ideas, presentan hechos y noticias, producciones tecno-estéticas también, imitados y replicados, modificados y recreados, discuten o consensuan ideas, reúnen comunidades participativas en espacios afines y con sentido de identidad y pertenencia, transportan creencias y valores, emociones y conductas, adoctrinan y liberan (Knobel y Lankshear, 2007; Davidson, 2012; Shifman, 2014; Ruiz, 2018).

Son parte de un discurso iconográfico y verbal, y entre otras cosas, parte de la opinión pública ya sea genuina, ya se trate de la mediatizada, como la antigua propaganda (Bernays, 2008; Lippman, 1964) o la nueva política conductual (Thaler & Sunstein, 2008) en nuestros días. Parte también de expresiones populares diferentes de personas o colectivos, con miradas disímiles resistentes a los grupos de poder (Scott, 2000) o a los imaginarios sociales instituidos (Castoriadis, 1983).

Sobre el discurso decir que es un acto social (Van Dijk, 2001a; 2001b), en el que se hacen cosas con las palabras (Austin, 1955; Searle, 2000). El discurso comunica y representa el mundo como construcción social (Berger y Luckman, 1986). Surge en un contexto (Van Dijk, 2014), y porta una ideología donde se observan conflictos de grupos, conocimientos de una sociedad, el poder, el control y la dominación, a veces desde la hegemonía, otras desde el control sutil e indirecto de las mentes de los dominados (Van Dijk, 2000). Esto último se relaciona con el invento de las ideologías desde la mente de la élite, afirma Teun Van Dijk (Van Dijk, 2009) –desde su enfoque de análisis crítico del discurso– imponiéndose mediante las estrategias de control ideológico, los medios, la persuasión, legitimándose a partir de la difusión de discursos.

Por supuesto, en la actualidad hay otras estrategias, sin embargo, nos quedaremos en las conocidas y clásicas. Opina este autor que quien controla el discurso controla las mentes, más aún en una época donde la glo-

balización uniformiza noticias y entretenimiento. “Las formas del discurso público controladas por las élites simbólicas, los políticos, los periodistas, los científicos, los escritores y los burócratas, construyen, perpetúan y legitiman muchas formas de desigualdad social, tales como las basadas en el género, la clase y la raza” (2009: 11). A lo que cabría añadir otras muchas cuestiones, aquí interesa de manera particular el discurso único oficial global sobre la sanidad, virus y pandemias, más en concreto. En especial porque, como afirma Pigem (2021) estamos en tiempos de la posverdad, y como añade Baños (2021) de control mental, lo cual recuerda lo que decía Bauman, quien afirma que la nuestra es época de discurso único y de falta de alternativas (Bauman y Donskis, 2019).

El discurso del saber-poder es dispositivo según Foucault (1991), como enunciado científico desde instituciones y proposiciones morales que orientan y controlan teorías y prácticas, así como la vida de las personas, ya que producen sujetos que quedan sujetos a los efectos saber-poder. En palabras de Agamben el dispositivo es:

cualquier cosa que de algún modo tenga la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivientes. Por tanto, no sólo las prisiones, los manicomios, el Panóptico, las escuelas, la confesión, las fábricas, las disciplinas, las medidas jurídicas, etc., cuya conexión con el poder de algún modo es evidente, sino también la pluma, la escritura, la literatura, la filosofía, la agricultura, el cigarrillo, la navegación, las computadoras, los teléfonos celulares y –por qué no– el lenguaje mismo (2014:18).

Esto es, un proceso de subjetivación que el propio sujeto genera y cuya subjetividad configura al sujeto. En últimas fechas el sistema configura dispositivos que crean ciudadanos dóciles y débiles, impotentes políticamente, y criados en cautividad, es difícil ver la jaula (Agamben, 2014). Para el filósofo, en la actualidad el dispositivo es la “bioseguridad” que entrecruza la “religión de la salud” y el “estado de excepción” (Agamben, 2021). Así que el humor, y concretamente la producción memética, puede ser considerada en cierta forma, discurso y dispositivo. Y los memes parte de dicho discurso, entre otras cosas.

La opinión pública se refleja, o incluso se crea, en varios espacios y medios, desde los medios de comunicación masiva de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, pasando por las encuestas de

opinión pública, y por supuesto, también el humor –chistes, memes y caricatura política. Se trata de un concepto dinámico y plurisemántico, según varios autores y empleado en sentidos ideológicos y sociales disímiles, desde considerar su inexistencia (Bourdieu, 1992) hasta su pérdida de sentido actual, así como, de consenso popular (Aguilar, 2017). Quizás son dos o tres las visiones más destacadas, desde el reflejo genuino del pensar y sentir ciudadano sobre una situación importante, pasando por la clásica de juicios compartidos que colabora a la exigencia de decisiones gubernamentales desde ciudadanos libres (López, 2020), hasta llegar a la relacionada con la comunicación social que le atribuye su formación o domesticación (Mills, 2004), en una sociedad de masas (Le Bon, 2005) y de públicos (Tarde, 1962), donde prima el contagio emocional y la imitación social; cuando no deformación a partir de los medios, denominada opinión mediatizada o publicada (Gil, 2003; Salazar, 2009).

En palabras de José Luis Sampedro (2013), la población ya no piensa, actúa visceralmente, socializada por la educación y los medios. O según Robinson Salazar (2009) es fabricada y sembrada desde fuera, son los medios quienes crean el clima de opinión, no hay que indagar ni debatir, la verdad es hoy incuestionable. Hay que despedirse de la verdad, la teórica y la del sentido común (Vatino, 2010). Incluso cabría preguntarse con Watzlawick (2003) ¿Qué es la realidad? Especialmente se distorsionan hechos para que no contradigan el concepto de la misma, y se crea confusión y desinformación con objeto de provocar comportamientos determinados. Pese a lo dicho con anterioridad, aquí consideramos las tendencias semánticas de opinión de las encuestas y las tendencias de significado de los memes, sino como reflejo fiel de colectivos e individuos, sí como lo que son, atmósferas sociales en un lugar y momento dado, más allá de su origen y de su posterior desarrollo, y crónica histórica de acontecimientos y posicionamientos.

Añadir la importancia en la actualidad de la hipermediatización en relación con el poder del humor, cuando éste circula y salta de redes a medios y viceversa, y además en direcciones diversas, de abajo arriba y de arriba abajo, y en horizontal (Carlón, 2021). Se habla incluso, de un humor hipermediatizado, pues no hay un sistema único de medios como en la sociedad mediatizada, sino que conviven los masivos y los que se basan en internet y la telefonía. Los medios compiten en la producción del humor con individuos y colectivos, se multiplica la oferta y la programación (Fratelli, 2021), un nuevo fenómeno a tener en cuenta en especial en el caso aquí tratado, los memes en internet a modo de crónica social.

¿Qué son los memes?

Los memes son tratados en los apartados de este libro. Aquí se presentan algunos puntos considerados importantes. El ultracitado biólogo evolutivo Richard Dawkins autor de *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*, difundió el término meme comparando las teorías de Darwin sobre la evolución de las especies a la difusión de ideas y fenómenos culturales, donde defiende que la “unidad fundamental de selección... Es el gen, la unidad la herencia” (1993:20). Considera a los humanos como máquinas egoístas de supervivencia, programadas para realizar cualquier cosa que sea mejor para sus genes. Habla del caldo de la cultura humana y de que se precisa un nombre para el replicador que conlleve idea de unidad de transmisión cultural “o unidad de imitación. ‘Mimeme’ se deriva de la apropiada raíz griega, pero deseo un nuevo monosílabo que suene algo parecido a ‘gen’. Espero que mis amigos clasistas me perdonen si abrevio mimeme y lo dejo en meme” (1993:218). Añade a continuación:

Ejemplos de memes son: tonadas o sonos, ideas, consignas, modas en cuanto a vestimenta, formas de fabricar vasijas o de construir arcos. Al igual que los genes se propagan en un acervo génico al saltar de un cuerpo a otro mediante los espermatozoides o los óvulos, así los memes se propagan en el acervo de memes al saltar de un cerebro a otro mediante un proceso que, considerado en su sentido más amplio, puede llamarse imitación. Si un científico escucha o lee una buena idea, la transmite a sus colegas y estudiantes (1993:218).⁶

Después de explicaciones varias afirma: “Si el meme es una idea científica, su difusión dependerá de cuan aceptable sea para la población de individuos científicos; una medida aproximada de su valor de supervivencia podría obtenerse al contar el número de veces que ha sido mencionada en años sucesivos en las revistas científicas” (1993:221-2). Los memes compiten por hacerse espacio en el cerebro humano a costa de otros memes, también compiten por el tiempo dedicado a los medios, la publicidad, la información. Habla de memes egoístas del adoctrinamiento y afirma que

⁶ Su enfoque teórico parece claro, parte del evolucionismo, que poco a poco hoy se critica. Sin embargo, también es interesante la consideración de la idea científica como un meme, así como la educación, según sus propias palabras.

“Somos contruidos como máquinas de genes y educados como máquinas de memes, pero tenemos el poder de rebelarnos contra nuestros creadores” (1993:232).

Por su parte, Susan Blackmore apunta que la capacidad de imitación es lo que distingue al humano, y subraya la importancia de la “teoría del gen egoísta” de Dawkins –quien prologa su obra *La máquina de memes*–, y así como hay una competición de genes al servicio del individuo y en beneficio de la especie con fuerza y capacidad de replicarse, lo mismo acontece con los memes. Se replica una idea o una moda, la religión es un grupo de memes, éstos están en el cerebro y se propagan, como se dijo por “imitación”. “Si Dawkins está en lo cierto, la vida de los humanos está impregnada hasta la médula de memes y sus consecuencias. Todo lo que hemos aprendido al emular a otros es un meme. Por esta razón deberíamos profundizar en el significado de la palabra ‘imitación’ a fin de entender perfectamente qué es la memética” (Blackmore, 1999:34). Esta autora también afirma:

Todo lo que se transmite de una persona a otra de este modo es un meme. Ello incluye el vocabulario que utilizamos, las historias que conocemos, las habilidades que hemos adquirido gracias a otros y los juegos que preferimos. También hay que tener en cuenta las canciones que cantamos y las leyes que acatamos... Todos y cada uno de estos memes han evolucionado a su manera, inimitable según el trecho histórico que hayan recorrido, pero todos, al cabo, transmitidos por nuestra conducta con el afán de reproducirse (1999:34).⁷

Habla de pensar meméticamente gracias a un gran ajuste mental y añade:

En lugar de pensar que nuestras ideas son nuestra creación propia y que están a nuestro servicio, deberemos contemplarlas como memes egoístas autónomos,

⁷ Muchos hablan de la “imitación” como característica humana desde la socialización primaria hasta la manipulación mediática. La obra de Gabriel Tarde (1962; 2011) es un ejemplo de ello. Toda vez que pueda pensarse también en el “mimetismo” de René Girard (1983). Existe una gran teorización en torno a discurso, dispositivo, imaginarios, representaciones, metáforas, desde la sociología, y qué decir de la psicología social y todas las teorías del comportamiento social. Así que reducir todo a un meme, parece en todo caso y cuanto menos, un poco exagerado o incluso chiste, o tal vez no lo sea, como se retomará en las conclusiones de esta obra.

cuya única intención es la de llegar a ser copiados. Debido a nuestra capacidad de imitación, los humanos tendremos que convertirnos en meros anfitriones físicos pero imprescindibles para que los memes se transmitan. Únicamente de este modo conseguiremos contemplar el Universo desde un punto de vista memético (Blackmore, 1999:35-6).

Insiste la autora: que muchos aspectos de la naturaleza humana se explican mejor a partir de una teoría memética que por cualquier otra teoría rival. “La teoría se desarrolla a partir de un único mecanismo sencillo –la competencia que ejercen entre sí los memes para introducirse en el cerebro humano a fin de replicarse–... Los seres humanos cobran una dimensión muy distinta cuando se examinan a través de la nueva óptica memética” (Blackmore, 1999:27).

Volviendo al éxito editorial de Dawkins que todo mundo cita, comparar genes y memes es discutible, más lo es el considerar evolucionismo en el cuerpo y en la cultura, lo cual es determinista, reduccionista y materialista, por decirlo de manera suave y breve. Otros enfoques cuestionan todo esto, no obstante, la propuesta parece fructífera para abrir el debate, explicación y comprensión sobre los memes, los genes y la vida. Sobre todo, cuando llega Blackmore y reduce la cultura a un meme, desconociendo en parte toda la cultura teórica, filosófica y de ciencias sociales existente. Sin por ello desconocer la importancia de la “imitación” humana que ella subraya, y que ya Gabriel Tarde (1962; 2011), entre otros autores, han subrayado, así como, su relación precisamente con el comportamiento social. Lo que recuerda también la obediencia y conformidad (Levine y Pavelchack, 2008), el poder del discurso y dispositivo ya visto, en fin, la construcción social de la realidad (Berger y Luckmann, 1986).

Mucho se dice de los memes y su estudio es amplio ya, así que sólo destacamos algunos aspectos focalizados en el meme en internet. Como la diferencia entre “virales” y “memes”, apuntada por Linor Shifman (2014), quien considera que los segundos documentan la vida real, manipulan el sentido, crean un nuevo universo de contenido. Los “virales”, significa que funcionan como propaganda y reproducción sin cambio, llegando a una gran parte de la población conectada a internet; mientras los “memes” propiamente, constituyen creación anónima popular, recreación y replicación, cambio y renovación, creando también comunidades afectivas e identidades colectivas. Si bien hay que considerar que unos serían producción de empresas y gobiernos, y otros de la participación más popular (Cortázar, 2014).

Eso sí, corporaciones internacionales estudian y usan los memes como propaganda ideológica y la repercusión social que éstos tienen (Shifman, 2014). De hecho, se habla de cómo se producen como agencia periodística y de publicidad con objeto claro de manipular desde el orden del discurso de Foucault focalizando atención y provocando reacción emocional (Rodríguez, 2014), a modo de dispositivo social (Agamben, 2014), y es que existen los que replican ideologías con objeto de influir en mentalidades y conductas (Norstrom y Sarna, 2021). Pese a lo cual hay quien sigue en la defensa que se trata de paladines de la libertad y son creativos, libres, anónimos, participativos, creadores de nuevos sentidos y siempre críticos (Rowan, 2015), muestra de libertad de expresión (González, 2019).

Ambos orígenes o intenciones forman y conforman percepciones y opiniones, emociones y comportamientos, en la política y el comercio, en la vida individual y colectiva de las personas y sociedades. Por supuesto, las dos producciones y miradas existen, y entre ambas hay seguramente varios grados de estrategia de control social y de contestación libertaria (Cortázar, 2014; Martín, 2019). Y es que son partícipes del contexto, de intereses y valores, contienen visiones del mundo, con patrones contagiosos, conforman las formas de pensar y dan sentido, por lo que se crean o reproducen significados compartidos, espacios de afinidad desde la reproducción social hasta la crítica social y el activismo (Knobel y Lankshear, 2007). En resumen, describen y orientan la vida cotidiana (memes 5), así como los acontecimientos sociales importantes (Esquivel, 2016). Conforman un sistema ideológico, una visión del mundo y una posición de grupo como construcción y comunidad de sentido (Pérez *et al.*, 2014). En fin, hay quien defiende su relato poliédrico y la pluralidad de lecturas (Martín, 2019). También es posible considerarlo hijo de su tiempo y de la inmediatez y la sociedad de imágenes, sin dejar de pensar en la arbitrariedad cultural y violencia simbólica que contienen, en el sentido de reproducir las relaciones de poder imponiendo y legitimando ideas dominantes de determinados grupos (Bourdieu y Passeron, 2009). Colaborando a la obediencia y conformidad de consensos mayoritarios desde arriba (Levine y Pavelchack, 2008), toda vez que expresión innovadora de grupos minoritarios desde abajo (Doms y Moscovici, 1986).

Memes 5



La función de los memes

Ahondando las anteriores ideas, sobre la funcionalidad de los memes varios son los enfoques. Shifman (2014) señala el modelo de propaganda viral que se replica sin modificar –que hay quien no considera sean memes propiamente y que pretenden influenciar socialmente–; hasta el modelo de formato general que los usuarios adaptan y el público activo participa y es parte de una cultura dinámica colectiva, los que se consideran concretamente “memes”. Los memes según esta autora dan forma a la mentalidad, comportamientos y acciones de grupos y sociales en general. Hay quien piensa que “las imágenes que circulan en las redes sociales de internet serían parte de este esfuerzo de los Estados o de las corporaciones multinacionales (el poder) para mantener a la gente distraída de los grandes acontecimientos políticos y sociales que en verdad deberían ser los que les importen” (Cortázar, 2014: 198). Sin embargo, hay otras miradas que afirman que “se trata de imágenes ricas en contenido y significados producto de la cultura popular contemporánea, la mayoría de las veces pobres a nivel estético, muchas veces contradictorias con los discursos poco elaborados, preocupadas por comentar la realidad inmediata y hacerla inteligente” (Cortázar, 2014:198). Una respuesta a la realidad contemporánea que parece absurda, caótica, irónica, abrumadora y triste. Eso sí, se trata de “fragmentos de cultura que contienen ideas y que van influenciando a la gente en la medida que se propagan... creaciones humanas que encierran significados contextuales, se dirigen a otras personas y pueden ser interpretados por ellos” (Cortázar, 2014:204). Aquí entra de lleno la consideración de la recepción del mensaje, ya sean audiencias activas y con agencia, tan en boga en la academia; o públicos obedientes y sumisos tan extendido en ciertos ámbitos.⁸ A continuación se exponen estas dos concepciones para los memes.

Como señala Delia Rodríguez (2014) los memes surgieron al calor de los entornos digitales y viajaron por las redes. No obstante, éstos forman parte del orden del discurso de Foucault, y su éxito depende que sea una idea adecuada, en manos adecuadas, en el momento adecuado. El periodismo memético es hoy una realidad, proceso creativo y de producción que com-

⁸ Toda una larga y extensa discusión en la comunicación social, que no es posible desarrollar aquí, y que hoy se antoja más viva que nunca.

bina el contenido semántico con la economía de la atención, las emociones y las bases de la psicología. Se cuentan historias como las formas tradicionales de la narración, o como la redacción de la noticia periodística. Hay que tener claro, señala la autora, que poseen un elemento manipulativo, surgen a partir de noticias en los medios y son una interpretación destinada a crear influencia, además de entretenimiento. Son anónimos a veces, y otras ese anonimato oculta su creación en agencias publicitarias, sedes de partidos o redacción de medios digitales.⁹ Son pues, parte de la manipulación y el control social, o por lo menos en una buena parte esa es la intención, contenidos noticiosos que buscan influir. Algo interesante es que considera que si la sociedad no exigió un periodismo de calidad no va a hacer lo propio con los memes. Hoy todo parece cambiar y si bien los medios antes contaban supuestamente la realidad ahora parece que son los creadores de la misma. Desde esta perspectiva el receptor consumidor parece pasivo y manipulado. No se debe olvidar que los medios están en manos de unos pocos conglomerados empresariales globales (González, 2020).

Por su parte, Jaron Rowan desde una posición contraria afirma “Los memes tampoco son unidades de conocimiento cerradas, sino elementos abiertos que se van reencarnando y van adoptando nuevos significados a medida que avanzan” (2015:16-17). Este autor defiende a los memes como paladines de su libertad, y subraya para ello “la idiotez colectiva, que adquiere la capacidad enunciativa y fuerza política. Ahí el bufón le puede decir la verdad al rey entre chiste y chiste, los memes son la contraimagen de lo que acontece en el mundo. Encarnan la conversación desde una enunciación idiota de la realidad” (2015:45). Claro que diferencia viral y memético –como si todo mundo pudiera hacerlo, de ahí que admita la dificultad– en el sentido de que lo primero el producido y repostado muchas veces, es un objeto cerrado sin intervención, mientras el segundo reinterpreta, fruto de la creatividad distribuida. Citando a Shifman afirma “el viral se constituye a través de una única unidad cultural que se propaga a través de numerosas copias, en cambio el meme de internet es siempre una colección de textos” (2015:46). Considera que las empresas de publicidad sueñan con viralizar campañas y que el viral es un crimen imperfecto al tener que circular la identidad del criminal o al poder ser interceptado y

⁹ Incluso expone como se investiga su influencia con grupos focales tradicionales ahora empleando técnicas biométricas al visualizar las piezas.

reinterpretado. Sostiene la agencia del consumidor participante que negocia, reinterpreta o subvierte, coopera o contradice. Sin embargo, no siempre aparece en el meme la marca del autor, ni mucho menos, y tampoco es fácil adivinarla.

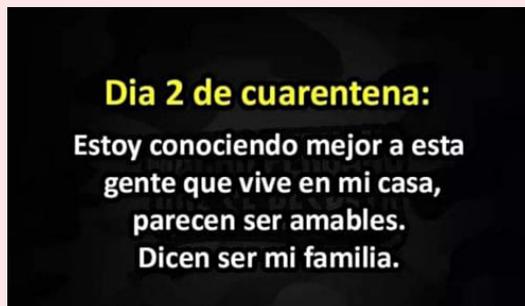
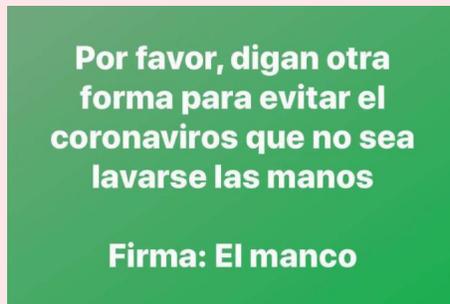
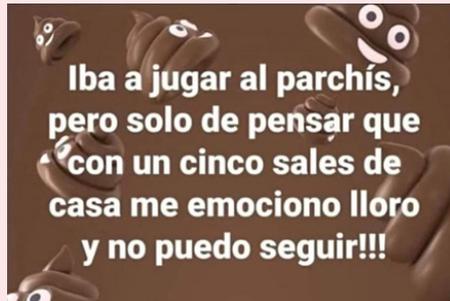
Sobre la creencia de que se trata de inteligencia colectiva y participación popular como los teóricos señalan (Jenkins, 2009); y en general todo mundo que los hemos estudiado, quien más quien menos, hemos replicado, hoy es oportuno repensarla. Parece claro como los profesionales de la comunicación que siempre estuvieron ahí, ahora están más que nunca, desde campañas electorales hasta departamentos de sanidad (Castañeda, 2020). Hay autores anónimos, también los que tienen autor declarado, y en unos y otros los profesionales y sus mensajes específicos, pasan desapercibidos para los públicos en general.

Algo a destacar de su papel macrosocial en la movilización política es la construcción de identidades y valores, contribuyendo a la cohesión de normas y valores, incluso a una ideología global en últimas fechas (Salgado, 2021). También construyen comunidades microsociales en su creación de identidades, algo importante para el humano, los colectivos de pertenencia, incluso las tribus que señala Maffesoli (Winocur, 2019),

En resumen, los memes como discurso y dispositivo hacen muchas cosas: expresan ideas y emociones, cotidianas y extraordinarias, relatan situaciones y difunden prácticas. Desahogan tensiones mentales y emocionales, acompañan a sobrevivir ante determinados problemas adversos, crisis sociales, traumas personales y desastres medioambientales. Su función comunicativa es primordial, informan, forman, comparten, discuten, imponen, dialogan, modelan, aconsejan, ordenan de manera manifiesta o latente, consciente o inconscientemente. Por lo que siempre influyen en el sentido y la forma que sea, pues hay contexto e ideología, así como intención detrás de la construcción de sentido. Además de divertir, distraer y entretener, o todo lo anterior combinando con esto último (memes 6).

Finalmente, anotar que, al margen de su intención y dirección, en general los humorísticos contribuyen a soportar emociones insatisfactorias, pensamientos pesimistas, comportamientos automáticos, en el sentido que acompañan con el humor, y la incertidumbre no desaparece, pero sí su centralidad y dureza. Son parte de la resiliencia (Vanistendael y Lecomte, 2002). Y es que se favorece la distracción y el divertimento, la distancia de problemas y crisis, liberando tensión o reequilibrando física y psíquicamente a las personas y colectivos sociales (Moure *et al.*, 2011).

Memes 6



Aclarar que no siempre son humorísticos, los hay serios, incluso más persuasivos (Ruiz, 2018) a partir de la amenaza y el miedo que los cómicos –agresivos, indignados–, aunque el humor sea una característica y entre como parte de su definición. Como tampoco son siempre participativos –como se remarca aquí–, además de publicar con objeto e intención de programar una creencia o vender un producto, de contagiar una emoción, imponer o consensuar una política social y un comportamiento moral y políticamente correcto. Así también es posible criticarlo, repensar teorías y rehacer prácticas, alumbrar nuevas miradas y formas de vida, que a veces también difunden, intencional o casualmente.

Ya se preguntó con anterioridad sobre beneficios y perjuicios del humor en la pandemia. Ahora cabe interrogarse sobre el papel de los memes en la misma, intención de esta obra y que en el próximo punto con algunos estudios precedentes inicia su recorrido.



Memes en la pandemia

No sólo hubo memes, hubo también libros de memes (Nicoletti, Tarallo y Sciurano, 2020), e incluso investigaciones sobre los memes. Varios artículos han abordado ya los memes en la pandemia, desde los primeros meses, cuando todo mundo hablaba sobre el coronavirus –los medios, gobiernos, expertos, población–, los memes también elevaron su voz como parte del humor, junto a la caricatura y el chiste, parte también de la transmisión de mensajes informativos o no tanto. Sobresalen los centrados en la cuarentena y sus consejos en la dirección del discurso dominante en el momento y el miedo que se vivía en esos días del 2020, así como las consecuencias físicas y psicológicas, sociales y económicas del confinamiento, y la crítica política, siempre presente, como el artículo de Fernández (2020) en México.

Un trabajo de Eva Salgado en ese mismo país, desde la semiótica social, concluye que estos discursos permiten medir la forma en que información y opiniones, valores e ideologías, se abren paso en el espacio público, contribuyendo a la reproducción, resistencia o transformación del *status quo*. Lo que se observa es que “estos discursos sirvieron como elementos para reforzar la cohesión semiótica, para seguir las pautas establecidas, o la reconversión semiótica” (2021:22).

González y Rivera (2020:48) también tienen su texto que concluye:

La alta presencia, circulación y difusión de memes en internet... hace evidente que el meme como producto cultural digital tiene una interacción directa con la realidad social y sus coyunturas. [Añaden que] los tópicos abordados... relacionados con aspectos personales y cotidianos, muestran como se trata de elementos de comunicación que, si bien son altamente subjetivos al contener emociones y sentimientos, logran articular un discurso y un sentir colectivo en torno a la pandemia” (González y Rivera, 2020: 49).

Predominan discursos de prevención básicamente a partir de personajes mediáticos, siendo un artefacto cultural y de expresión que presenta cómo las personas experimentan y gestionan su pandemia y las medidas, así como los sentimientos, constituyendo también una expresión catártica que procesa los rigores y añora el pasado. Una suerte de negociación de condiciones de vida ante las nuevas exigencias que llegaron con la pandemia.

Otro trabajo giró alrededor de la multimodalidad, intertextualidad e interdiscursividad, que muestra una imbricación entre la función ideacional y la textual, imágenes como telón de fondo al texto que construye sentido, y que se transforma por la participación de los usuarios dando un nuevo sentido al código visual (Benassini, 2020).

En concreto la figura del subsecretario de sanidad y vocero en la pandemia Hugo López Gatell, muy popular entre los memes, también tuvo su investigación. Un redactado sobre el meme político y la construcción de la imagen pública de este funcionario. Sus autores consideran al meme parte de la infodemia, sobre el origen del virus y las vacunas. Los memes políticos apoyan una ideología y los puede elaborar un gobierno y la oposición. Dicen que los memes iniciales sobre la pandemia no tenían origen político, con el confinamiento y la biopolítica, algunos imaginarios migraron hacia la desobediencia. Por su parte, López Gatell fue exhaltado, adorado como superhéroe, y también criticado y satanizado, aunque la mayoría en tono acrítico o favorable al personaje (Bañuelo y Cerrillo, 2020).

El estudio de los memes tuvo lugar en varios países, por ejemplo, uno de Polonia se centra en el confinamiento, las restricciones y las reacciones que surgieron en los memes. Su resultado apunta a que los memes fueron una manera de expresarse, sobresaliendo la categoría de prohibiciones y órdenes, la crítica a las restricciones y su ridiculización como inútiles. La ciudadanía retratada cómicamente, los irresponsables que violaban restricciones, las víctimas de la policía. Las autoridades son mostradas como incompetentes al imponer restricciones y sanciones estrictas que no se obedecen. En general, se recaba una opinión negativa y crítica de las medidas, si bien está la tendencia de la burla y crítica, también está la del modelaje del discurso didáctico que dice lo que se ha de hacer (Norstrom y Sarna, 2021).

En Perú, Balarezo (2020:564) describe los memes sobre el tema, su capacidad creativa y cómo hacen más llevaderos los problemas hasta llegar a “reír ante las adversidades y la muerte”, y entre otras cosas, “las diferentes versiones sobre los orígenes del virus y las formas de contagio; las declaraciones de las autoridades dando soluciones para hacer frente a la enfermedad” (2020:564). Algo a destacar es el irónico cuestionamiento de las medidas de salubridad, y sobre todo la risa como fórmula práctica y barata para enfrentar la enfermedad.

Para Uruguay hay un texto sobre las funciones sociales de construcción de narrativas identitarias, movilización de críticas y representaciones mu-

tuas de grupos sociales, catalizador de temores, llamada al cuidado, adaptación social, crítica a la autoridad, además de un relato de afirmación identitaria del país, cultura política y territorial (Simonetti, 2021).

El caso de España, cuya producción en ciencias sociales resalta mucho la cuestión de la infodemia, tiene también artículos en dicho sentido aplicado a los memes. Los consideran reflejo de la realidad y crítica social, temas de preocupación como son las medidas gubernamentales, sobre las cuales al parecer informan y también desinforman, esto último de forma calificada de grave, que los verificadores de contenidos combaten como práctica democrática, afirma el trabajo (Rúas, Rodríguez y Fontenla, 2021). Los memes que encuentra son los relacionados con información de la emergencia sanitaria, normativas e infracciones, vacunas y datos económicos, son catalizadores de emociones como todos los artículos sobre el tema reiteran. Sobresale el confinamiento y el “vamos a morir todos”. Señala a memes “negacionistas”, no obstante “han conseguido que mucha información transmitida a través de los medios se hiciese viral, gracias a un mensaje claro y muy fácil de entender” (2021:209). Añade su papel fundamental en “un *engagement* [compromiso] muy alto en los contenidos a la vacunación” (2021:222). El humor es pues, válvula de escape y alivio de frustración y tensión, afirma, y también subrayamos aquí, un adoctrinador social y represor de críticas, como se lee claramente en el texto.

El tema del confinamiento y la gestión política sobresale en los memes de la pandemia, que combina emocionalidad y retórica del humor, según una investigación de España. Diversidad temática, puntos de vista, estrategias comunicativas y recursos humorísticos diferentes, con predominio del fotomonaje con texto. Se busca la complicidad de grupo, formar parte de una comunidad a partir de las emociones, y también reflexionar sobre lo vivido (Sola, 2020).

Otro estudio (Iturrieta y Franco, 2021) destaca la incertidumbre, la fragilidad de la posición social y la inseguridad existencial dentro de la destradicionalización y pérdida de referentes institucionales, el miedo a la exclusión y el agobio de la sociedad actual, agudizado todo por la crisis sanitaria que desestabiliza economías y modos de vida. Aquí entra en escena la función social del miedo que se rentabiliza por los gobiernos como fuente de legitimación de poder. La sociedad disciplinaria de Foucault y los procesos de subjetivación por medio del lenguaje de Guattari, así como las máquinas de control social y las instancias psíquicas en la forma de percibir el mundo. Las sociedades neoliberales donde los intereses eco-

nómicos dominan al Estado y vigilan a las personas. En este escenario los memes tienen una doble función:

como expresión de subjetividades en búsqueda de seguridad existencial y de gestión del agobio frente a una emoción profunda y ampliamente compartida, como lo es el mismo agobio y el temor por el futuro. Por otra parte, como medio para rentabilizar una nueva fuente de legitimación de poder político, en el que el miedo al futuro y el agobio existencial expresados en esos contactos virtuales serían puestos como ejes narrativos centrales por la clase política dominante, quienes usarían las descripciones de diversas cotidianidades, expresadas en redes sociales, y en el caso que nos ocupa, los memes, para rentabilizar el temor al furor y agobio existencial como una forma de legitimación de su poder político (2021:223).

El miedo al futuro desesperanzador reina en los memes entre la juventud, producto del neoliberalismo con prácticas hegemónicas, excluyentes y coactivas, concluye el texto.

Más recientemente, una investigación sobre mascarillas en los memes, considera a éstos como reacción sociopolítica y sociocultural, y válvula de escape, en el contexto de la pandemia. Y a aquellas las clasifica en bromas en cuanto a su tipología, la evaluación de su uso, empleo generalizado y como fuentes inspiradoras del humor y el meme. Subraya que por el signo de los tiempos difíciles, los memes llegaron a un público más amplio o a más usuarios (Dynel, 2022).

En la mayoría de los trabajos, se observa una clara tendencia a ubicar a los memes como una fuente de información errónea o directamente desinformación, infodemia e infoxicación según la Organización Mundial de la Salud (OMS), al no compartir el discurso oficial único y global de la pandemia, aunque la mayoría de los mensajes, con ironía o sin ella, son favorables al mismo, como se observa en los artículos presentados, se mostrará en este libro, y por supuesto, todo mundo que haya estado en las redes o navegando por internet ha comprobado por experiencia propia. Cosa más que curiosa, porque significa que la ideología de quien investiga focaliza la búsqueda hacia un mensaje opositor, y como quien busca encuentra, ahí está su conclusión y confusión. Indiferentes a la veracidad o falsedad de sus mensajes –lo cual sería extensivo a otros medios y productos–, casi siempre en el sentido que su significado, ocasionalmente no respeta o colmuga con la versión oficial, pero en su mayoría la reproduce y amplifica

Memes 7



—¿Cuánto cuesta el examen
de coronavirus?
—\$7,000 pesos.
—Deme un Vicks VapoRub



(memes 7). Todo lo que se salga de esta narración única es infodemia peligrosa para la salud y la vida –añadimos aquí el discurso y las prácticas del poder– (Agamben, 2021; Pigem, 2021; Baños, 2021). Las críticas que implican al gobierno son en el sentido de medidas débiles, poco firmes, con retrasos y hacia sus suaves o nulas sanciones. Las alabanzas son hacia sus bondades y cuidado de la ciudadanía con las aplaudidas medidas bajo una pátina humorista crítica por su incomodidad y efectos secundarios o colaterales, que en modo alguno invalidan su corrección y aprobación, seguimiento y cumplimiento, mayoritario y contundente, como los datos de las encuestas demuestran.

La aportación del presente libro es subrayar el papel del humor en tiempos de traumas y épocas de catástrofes, reales o imaginarias, vividas o noticiosas, y en particular la consideración de expresión y gestión emocional, sin obviar el producto cultural, comunicativo y social que constituyen los memes. Se prioriza el contenido semántico y su mensaje socioemocional, las tendencias de sentido en las diferentes temáticas abordadas. Se invita a la vez a la diversión y a la reflexión, como se dijo desde un inicio, objetivos de esta obra, que como también se señaló, se centra en la crónica social de la pandemia.

Miedos y memes: las otras pandemias

“Ante el miedo que prolifera en nuestros días la risa es benéfica pues desaloja el miedo, el humor facilita el no tomar el problema demasiado en serio”.

KLAPPENBACH (2012)

El objetivo de este capítulo es mostrar y reflexionar sobre el miedo sentido y expresado por la población en México, para lo cual se seleccionan dos fuentes, cifras de encuestas e ilustraciones de memes. La primera, informa –crea, refleja, reproduce– sobre el miedo en el tiempo, espacio, actividades y contexto. La segunda, presenta tres o cuatro direcciones, por un lado produce miedo directamente, por otro lo refleja como las declaraciones del sondeo, y finalmente, puede reproducirlo o también diluirlo, incluso subvertirlo, se burla del miedo mediante el humor. Aunque la encuesta también crea clima emocional, el meme tiene más fuerza y llega a más gente, de forma veloz, directa y reiterada.

¿Qué miedos se sintieron y circularon en la pandemia a la luz de las encuestas?, ¿cómo se expresan, recogen y replican en la intertextualidad de los memes?

En primer lugar, se presenta someramente el miedo, sus características y tipos. En segundo, una breve introducción al humor y a los memes. En tercer lugar, se describe el miedo declarado y mostrado a partir de la opinión pública difundida en sondeos de opinión, así como de la creación y difusión de memes. Si bien ambas fuentes parecen contener algunas discrepancias en cuanto al miedo, la primera muy fijada en el mismo aunque diversificado contextualmente, y la segunda, enfocada en propagarlo, ma-

tizarlo, o transitarlo mediante el humor cuando no enfrentarlo, a la hora de la redacción se entrecruzarán o divergirán, según los casos temática y semánticamente organizados.

Son varias las encuestas realizadas sobre el tema entre 2020 y 2022 por la casa encuestadora Consulta Mitofky (2023),¹ y fueron publicadas en su sitio electrónico. Permiten una revisión del miedo de forma amplia en cuanto a su evolución en el tiempo, así como, su comparación con otras preocupaciones, además de una gradación de a qué espacios y actividades la gente teme más o menos. Todo lo cual es una representación en cifras de la presencia del miedo a lo largo de la pandemia en México, entre otras problemáticas por esos días.

Los memes son, en general, de México, con sus excepciones, pero se difundieron y circularon en el país. Se toman de las redes, medios y diversas páginas. Su selección viene dada por la centralidad del miedo, y su clasificación en función del sentido del miedo, sin desconocer la pluralidad semántica del meme, su intención e ideología, su representación cultural, y la interpretación personal de cada quien. En ocasiones, se relacionan e ilustran puntos de las encuestas, otras veces tienen vida propia, protagonizan y expresan, crean o reproducen miradas que atemorizan, reflejan miedo o lo sueltan, niegan o burlan, creando una diversidad de miradas en torno al mismo que enriquece esta emoción y sentimiento que es programación biológica y social.

¹ La internet cuenta con varios informes ilustrativos del tema que resumen determinados periodos con interrogantes iguales o similares sobre el tema, al cual ofreció detallado seguimiento durante tres años (Consulta Mitofsky, 2023).

Miedos, ¿biológicos o sociales?

Las emociones se sienten en el cuerpo y circulan en el cerebro, pero también está su vertiente social y cultural recogida por la sociología y la antropológica de las emociones, en parte se trata del trabajo emocional y las reglas del sentir (Hochschild, 1979). En la esfera social destaca el clima emocional “las emociones que son percibidas en una sociedad en relación con su situación sociopolítica” (Conejero *et al.*, 2004:300). Así también, ante acontecimientos difíciles o complejos, desde crisis y catástrofes, afloran emociones sociales colectivas. “El clima es influido por la situación social, económica y política, y por cómo los líderes políticos y los diferentes agentes sociales estructuran esta situación” (Conejero *et al.*, 2004:300). Es construido socialmente, percibido como existiendo independiente de los sentimientos personales. Lo que los individuos piensan que la mayoría siente ante una situación, desde la observación y experiencia, y desde lo que dicen y hacen los otros sobre la situación social. “Cuando un clima se solidifica se desarrolla cierto consenso, por lo que puede existir una representación social sobre la situación de la sociedad y sobre las normas acerca de lo que uno debe sentir” (Conejero *et al.*, 2004:301). En resumen, “Desde la perspectiva objetiva podemos entender el clima como un conjunto de emociones predominantes que reflejan la coyuntura de una sociedad. Desde una perspectiva más subjetiva, podemos hablar de un campo de sentimientos que es percibido por los individuos pero que existe aparte del individuo” (Conejero *et al.*, 2004:301).

Una atmósfera “existe cuando los miembros de un grupo centran su atención en un evento común que afecta a las personas... se identifican con un grupo, celebran un éxito colectivo, lamentan una tragedia o sufren una amenaza común... refleja cohesión grupal” (Conejero *et al.*, 2004:300). Una cultura emocional cuando “un pueblo concibe y denomina las experiencias emocionales... las normas que regulan las circunstancias en las que estas emociones deben ser sentidas... el modo en que la gente debe comportarse respecto a estas emociones” (Conejero *et al.*, 2004:300).

Durante los dos años de crisis sociosanitaria, varias fueron las emociones personales y colectivas que afloraron ante la noticia de la alerta y la alarma por pandemia, frente a las medidas decretadas, los periodos de cierre de actividades y confinamiento, la reiteración e intensificación del tema en los medios, el paso del tiempo, etcétera. Sin embargo, si hay una que destaca es el miedo. Por lo que el clima emocional reinante es de miedo.

Definiremos al clima emocional como un estado de ánimo colectivo, que se caracteriza por: a) el predominio de ciertas emociones (alegría, y enojo por ejemplo, versus, tristeza y miedo) en la vivencia de los miembros de un grupo o colectivo, b) que se reflejan en la percepción del ambiente social, c) por el predominio de una representación social o conjunto de creencias compartidas en un grupo o colectivo, sobre el mundo social, tanto referente a las instituciones (confianza versus desconfianza), al mundo social (visión positiva solidaria versus negativa, insolidaria) y el futuro (optimista, esperanza versus pesimista, desesperanza) y d) por el predominio de ciertas tendencias de acción asociadas a las funciones sociales de las emociones predominantes que impregnan las interacciones sociales. El clima emocional es tanto un constructo subjetivo (las emociones que los sujetos perciben que predominan en un clima social) como objetivo (emociones individuales, en particular en su dimensión interpersonal, que los sujetos de un colectivo vivencian y que se refleja en la percepción social) (Páez, *et al.*, 2001:3).

En los años de la pandemia se respiraba un clima emocional de miedo. El miedo en concreto es reacción emocional involuntaria y visceral ante un estímulo amenazante –real o imaginario– que genera una respuesta –huida, defensa, parálisis–. También es sentimiento en el cerebro mamífero o límbico y en el neocórtex, pensado, nombrado, duradero (Damasio, 2006). Sin olvidar su construcción social y cultural espacio temporal de las emociones sociales (LeDoux, 1999; Berger y Luckmann, 1986; Manes y Niro, 2014). Si bien se dice que gracias al miedo se ha sobrevivido como especie, también es posible afirmar que el miedo ha llegado a causar muchos muertos (Daillie, 2016).

En el ámbito político es la emoción estrella, conocida es su importancia histórica para el control social (Hobbes, 1980). Robin (2009) señala el miedo como herramienta política de una élite para gobernar, ya sea para mantener a la gente unida en torno a un supuesto enemigo externo, ya para dividir a la gente internamente y controlarla. Últimamente, también es empleado como comunicación sanitaria para incidir en la conducta de la gente (Montmollin, 2008). Nussbaum (2019) considera que ayuda a evitar el desastre, toda vez que reconoce que es amenaza del espíritu de discrepancia. Y es que, como toda emoción, no es positiva ni negativa, sino según sea funcional, satisfactoria o no (Muñoz, 2009). Muchos son los sentimientos señalados opuestos al miedo, pero sin duda destaca el amor (memes 1).

Memes 1



Una explicación interesante es la de Bauman (2007) quien enuncia los miedos en la actualidad, relacionados con la telerealidad y lo que denomina la globalización negativa con aumento de temores dispersos y difusos; y que provee un discurso atemorizante que vende la seguridad a cambio de libertad. Miedos que amenazan el cuerpo y la propiedad; el orden social o la sobrevivencia –empleo, enfermedad–; el lugar de la persona en la sociedad. Quizás lo más destacado sea que además del miedo primigenio a la muerte, existe uno que llama derivativo o de segundo grado, un miedo social y cultural, que configura una percepción del mundo y orienta el comportamiento. Se trata de un fotograma fijo en la mente a modo de sentimiento a ser susceptible del riesgo que provoca inseguridad y vulnerabilidad, ante grandes amenazas y poca confianza en las propias defensas. Además del miedo a la muerte física, Bauman (2007) apunta el miedo a la muerte social, la exclusión, una suerte de miedo al otro (Daillie, 2012).

Bericat (2002) señala que el pánico colectivo es imitativo, las emociones de la sociedad se crean con rituales, noticias, acontecimientos horribles, lo cual hace que “los miembros de una sociedad sintonicemos nuestra atención, ajustemos nuestros valores y sincronicemos nuestras emociones” (Bericat, 2002:141). En los sucesos horribles todo el colectivo está del mismo lado, repudiando los hechos. “El horror se corresponde con la salvaguarda de los tesoros y valores más queridos y respetados por la sociedad, cumple la función de marcar los límites del orden social, de señalar a los individuos las fronteras que no deben transgredir los miembros de una comunidad, en tanto deseen seguir perteneciendo” (Bericat, 2002:141). Nadie puede transgredir dicho límite como tampoco se puede permanecer impasible. Son formas del sentir combinadas con mandatos sociales de identidad colectiva, que significa en el fondo sobrevivencia según el inconsciente o el cerebro más primitivo, social y biológica.

En fin, hay quien dice que hoy habitamos en la sociedad del riesgo (Beck, 2002), en el horror de los medios (Bericat, 2005), en la incertidumbre del temor derivativo (Bauman, 2007), y en la cultura del miedo (Furedi, 2018). Las crisis económicas, los desastres naturales y las catástrofes sociales, parecen estar en el orden del día como señalan Lipovetsky y Charles (2008), ya sea en la realidad cotidiana o como parte del imaginario social (Castoriadis, 1983; Maffesoli, 2012) y las representaciones sociales (Moscovici, 1979) o la realidad de segundo orden (Watzlawick, 2003). A veces distinguir realidad de ficción es difícil, el hecho de darse cuenta poco me-

nos que imposible, la percepción de incongruencias en el relato casi una proeza.

En el caso de la pandemia, hay miedo al virus, al contagio, a la enfermedad, a la muerte. Miedo biológico por la sobrevivencia y al otro contagiador. Miedo social derivativo, y la necesidad de ser como todos para no sufrir sanción o exclusión. Miedo al que no cree o no cumple porque puede contagiar, y también romper el orden social. No es sólo la nuda vida biológica (Agamben, 2021) es también la metáfora de la muerte social, señala sanción o abandono (Bauman, 2007). De ahí que priman comportamientos desde la obediencia a la conformidad social (Ash, 1951; Zimbardo, 2007; Milgram, 2016).

El humor, ¿un triunfo sobre el miedo?

El humor es estrategia para sobrellevar o soltar el temor, ya que permite no tomar las cosas tan en serio e incluso colabora a eliminar el miedo (Klappenback, 2012). El humor y la risa son benéficos biológica y socialmente en general, particularmente en tiempos adversos como parte de la resiliencia personal y colectiva (Vanistendael, 2010; Jauregui y Fernández, 2012), todo como se vio en el capítulo anterior. Se preconiza el buen humor y la risa para el bienestar físico en general, así como para enfrentar o sobrellevar la enfermedad:

La capacidad de estar de buen humor imprime sentido de perspectiva a nuestros problemas; la risa, por su parte, brinda una liberación física de las tensiones acumuladas y, por tanto, se espera que todo aquello que logre mantener al ser humano emocionalmente estable y lejos de experiencias desagradables puede contribuir a que el sistema inmunológico funcione óptimamente (Moure *et al.*, 2011:7).

Bude (2017) en su libro sobre el miedo menciona a la risa, citando a Bajtín, apunta el manejo público del miedo en la cultura medieval por medio de la risa, una risa que al ser liberada libera. “El hombre medieval sentía la risa como un triunfo sobre el miedo” (2017:145), que esclaviza. “Todo lo amenazador es invertido en lo cómico, lo terrible es desplazado a lo grotesco, y en el infierno del carnaval el poder pierde su horror” (2017:145). La risa parece ser la soberanía del pueblo disidente y libre, mientras el miedo

es instrumento de poder ¿Tendrá el humor y la risa algún papel o incidencia desde éste?

Según Berger (1999:11), “lo cómico conjura un mundo separado, diferente del mundo de la realidad ordinaria, que opera con normas distintas. También es un mundo en el cual las limitaciones de la condición humana quedan milagrosamente superadas. La experiencia de lo cómico es, finalmente, una promesa de salvación”. Lo cómico “es un interludio... Entre las actividades serias, mundanas, de la vida cotidiana” (1999:41). Así se descansa y relaja con el humor, interludio, y promesa de salvación. Por su parte, la risa “puede surgir de una conciencia soberana de libertad” (1999:73); es subversiva, construye un contramundo o su propio mundo. Es liberadora, pues “permite al menos un triunfo transitorio sobre el miedo, incluido el miedo a la muerte” (1999:151). La risa es libertad, vence al miedo, triunfa sobre éste. ¿Cómo se sienten tras una buena carcajada?, ¿sucederá también el efecto contrario?

Aquí se toman encuestas para el país y sobre el miedo expresado para la población, y también memes que relatan el miedo de forma directa o indirecta, lo infunden, reflejan, matizan, propagan, y sobre todo, enfrentan y burlan. Son una suerte de crónica social de la opinión pública difundida o de origen popular, por su creación o por su recepción y reproducción, al margen de su producción o intención original (Cortázar, 2014). Se trata de una diversidad de miradas sobre el miedo que circulan en las redes y los medios, que distraen y entretienen, o que socializan y disciplinan (memes 2), en todo caso, reflejo en cierta manera de lo que se siente en esos momentos en México respecto de la pandemia, o por lo menos lo que se dice que se siente.

Memes 2

**CUANDO EL CORONAVIRUS COMIENZA
A EXPANDIRSE POR TODA
LATINOAMERICA, Y EN VEZ DE
ASUSTARSE, SE PONEN HACER MEMES**



<https://es.memedroid.com/memes/detail/2894700/COVID19>

<https://www.elagoradiario.com/coronavirus/una-epidemia-de-memes/memes-coronavirus-humor-risas/>

<https://www.memegenerator.es/meme/31436315>

Los diversos miedos: cifras, palabras e imágenes

En general, en tiempos de pandemia se considera que a lo que más se teme es a la enfermedad y la muerte por lo que se siente y observa por la construcción social del clima de miedo; y porque el relato en los medios así lo crea y recrea, difunde y amplifica. De hecho, hay quien habla –como ya se dijo– de la cultura del horror en el sentido que los medios hacen que los integrantes de una sociedad dirijan su atención hacia el miedo, ajusten valores y emociones, ya que toda la sociedad tiene que estar del mismo lado (Bericat, 2002). El clima emocional influido por la situación social (Conejero *et al.*, 2004) fue de miedo: biológico (Manes y Niro, 2014) y social (Bauman, 2007).

Sin embargo, y sin negar lo anterior, revisando las encuestas entre abril del 2020 y abril del 2022, se observa que sí hay miedo al contagio y al virus, no obstante, también a ser víctima de delito o que la economía se afecte. Eso sí, con el paso del tiempo parece ir evolucionando este clima de miedo o miedo social, al inicio de la pandemia se temía más al problema económico y fue disminuyendo y aumentando el miedo a la enfermedad, y de nuevo hacia el final tuvo lugar el movimiento contrario (cuadro 1).

Cuadro 1. ¿En estos momentos a qué le tiene más miedo?
(porcentaje, abril 2020-abril 2022)

	<i>A contagiarme de coronavirus</i>	<i>A ser víctima de algún delito</i>	<i>A que su economía se vea afectada</i>
5 de abril de 2020	34.5	19.9	39.8
3 de mayo	36.3	18.9	39.2
14 de junio	33.6	28.7	28.7
12 de julio	38.7	25.2	31.1
9 de agosto	33.4	27.8	33.0
6 de septiembre	23.9	36.6	33.9
1 de noviembre	32.0	34.1	25.6
20 diciembre	40.9	27.2	23.8
10 enero de 2021	40.7	23.7	28.0
7 febrero	41.4	23.5	28.7

	<i>A contagiarme de coronavirus</i>	<i>A ser víctima de algún delito</i>	<i>A que su economía se vea afectada</i>
8 de marzo	31.7	30.8	30.2
16 de mayo	20.3	40.0	32.9
20 de junio	16.4	38.3	35.0
11 de julio	25.1	42.9	25.5
8 de agosto	31.8	33.3	24.2
12 de septiembre	31.7	40	19
10 de octubre	17.6	50.6	26
14 de noviembre	12	43.9	31.2
12 de diciembre	17.2	40.5	32.9
10 de enero de 2022	24	40.2	26.9
14 de febrero	18.9	31.9	27.9
10 de abril	8.4	56.8	25.8

Fuente: Consulta Mitofsky (2022b).

Esto es importante, el contextualizar los diversos miedos y el no focalizar la atención en solo uno, ya que si así se hace se amplifica, descontextualiza y en consecuencia distorsiona y exagera. Y no sólo eso hacen las encuestas, también algunos memes diversifican los problemas y miedos, en una actitud abierta y flexible, más allá del origen o intención política y social del mismo. Así, si bien hay temor a la enfermedad, hay también temor a otros temas, quizás no menos importantes (memes 3).

De hecho, en México hubo bienvenida del coronavirus con memes, en general en sentido, ahora sí, humorístico. “El humor mexicano no tiene límites y después de confirmar que llegó el coronavirus a México, los memes no faltaron” (*Eje Central*, 2020). Un ejemplo de enfrentar y burlar al miedo. Más allá de la imposibilidad de medir su eficacia, sí es posible pensar en el ingenio y la diversión (Portilla, 1997), de este ejercicio de producción, modificación, replicación y circulación (Shifman, 2014). No sin olvidar, la construcción de sentido y una visión del mundo para algunos grupos con sentido, desenfado y humorismo (Pérez *et al.*, 2014).

Rápidamente llegaron las respuestas de solución a la enfermedad, caldito de pollo, té de canela, miel con limón, paletas simi, broncolín,

Memes 3



y diversos remedios naturales o marcas farmacéuticas para resfriados y gripes. Imágenes y mensajes que parecían no temerle al peligroso virus (memes 4, caricatura 1).

No se observa tristeza o enojo, sí burla como mecanismo de defensa o triunfo transitorio sobre el miedo a partir del humor (Berger, 1999; Bude, 2017). Tal vez resiliencia humorística (Vanistendael, 2010), una forma de sobrellevar o desalojar temores (Klappenbach, 2012) y mantener el ánimo.

El miedo en el tiempo

Otro fenómeno a destacar fue el miedo por insistencia, por goteo, y es que con el paso del tiempo fue creciendo. Y, curiosamente, se declara más miedo a contagiarse al parecer en abril del 2022 que en febrero del 2020 (cuadro 2). Tal vez las noticias reiteradas de casos, la alarma en los medios, y los casos de conocidos en el entorno de cada quien, esto es, el clima de miedo señalado con anterioridad, se amplía cuantitativamente hablando. Esto ilustra como se crea el clima de miedo (Páez *et al.*, 2001; Conejero *et al.*, 2004).

Cuadro 2. ¿Qué tanto miedo tiene de contagiarse usted o su familia? (porcentaje, abril 2020-abril 2022)

	<i>Mucho/Algo</i>	<i>Poco/Nada</i>
2 de febrero de 2020	43.9	34.9
8 de marzo	54.2	43.2
5 de abril	70.4	26.8
3 de mayo	74.7	23.9
14 de junio	79.1	19.0
12 de julio	81.2	17.4
9 de agosto	80.7	18.4
6 de septiembre	74.8	24.8
1 de noviembre	76.3	20.1
20 de diciembre	77.2	19.6
10 de enero de 2021	80.0	17.9

Memes 4



<https://www.ejecentral.com.mx/mexico-recibe-al-coronavirus-con-memes/>

<https://m.facebook.com/MemesDelCoronavirus>

<https://www.cinepremiere.com.mx/memes-del-coronavirus-en-mexico.html>



Caricatura 1



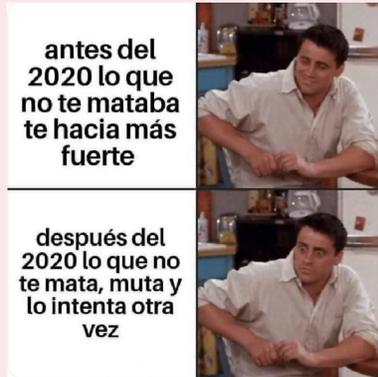
- <https://www.razon.com.mx/virales/las-redes-se-contagian-de-los-mejores-memes-del-coronavirus-en-mexico-fotos/>
- <https://www.elimparcial.com/locuoso/Los-memes-de-la-llegada-del-coronavirus-a-Mexico-20200228-0131.html>
- <https://coronaviruspandemic.blogspot.com/2020/02/corona-virus-vicks-meme.html>
- <https://www.ejecentral.com.mx/mexico-recibe-al-coronavirus-con-memes/>

	<i>Mucho/Algo</i>	<i>Poco/Nada</i>
7 de febrero	81.7	16.5
8 de marzo	83.1	16.5
16 de mayo	70.4	27.7
20 de junio	69.9	27.0
11 de julio	77.6	21.7
8 de agosto	76.4	20.7
12 de septiembre	77.6	21.2
10 de octubre	70.9	26.9
14 de noviembre	79.6	18.4
12 de diciembre	65.3	30.4
10 de enero de 2022	69.3	24
14 de febrero	70.6	25.1
10 de abril	59.5	37.1

Fuente: Consulta Mitofsky (2022b).

Por su parte, el humor en los memes permaneció, ante la perpetuación de la situación, casos, olas, curvas, semáforos, normas, instrucciones, encierros y cepas; es posible decir que también aumentaron numéricamente las expresiones acumuladas y se diversificó su mirada (meme 5, caricatura 2).

Meme 5



Caricatura 2



<https://www.elgrafico.mx/viral/memes-de-covid-omicron-se-hacen-virales-en-redes-usuarios-pasan-del-terror-la-risa>

<https://www.dopl3r.com/memes/graciosos/covid-19-en-enero-covid-19-en-febrero-mbenvx-mikenvx-covid-19-en-marzo-covid-19-en-abril-mexico/959965>

El miedo primigenio, el miedo a la muerte, también fue creciendo como muestra la encuesta entre marzo de 2020 y junio de 2021. Se observa cómo los porcentajes se invierten, esto es, si en el primer momento era algo más de un tercio de la población quienes tenían algo o mucho miedo y casi dos tercios poco y nada; en la segunda época, la respuesta mucho había crecido a dos tercios y, poco, llegaba a un tercio de la misma (cuadro 3).

Cuadro 3. ¿Qué tanto tiene miedo de morir a causa de coronavirus? (porcentaje)

	<i>Mucho/Algo</i>	<i>Poco/Nada</i>
8 de marzo de 2020	35.2	62.5
5 de abril	52.5	42.6
3 de mayo	61.8	35.9
14 de junio	65.2	31.3
12 de julio	67.9	30.8
9 de agosto	65.7	32.9
6 de septiembre	62.8	36.2
1 de noviembre	65.3	29.8
20 de diciembre	69.8	25.1
10 de enero de 2021	68.3	28.1
7 de febrero	71.9	25.8
8 de marzo	70.9	25.6
16 de mayo	61.7	35.5
20 de junio	61.2	33.8

Fuente: Consulta Mitofsky, junio de 2021.

No sólo el humor permanece en los memes, continúa la burla al miedo por éstos, que además de dar la bienvenida al virus inicial, con el tiempo lo hace a sus diversas variantes, a veces entre confusión, aceptación y broma (memes 6).

Memes 6

Que Delta, que Ómicron, que Flurona, que Deltacron, etc, etc.

Definitivamente este covid es el meme hecho realidad de Freezer/Frieza.



Calmense calmaos, si llega el coronavirus todos tendrán cura



Los espacios y actividades del miedo

El miedo derivativo (Bauman, 2007) a los otros (Daillie, 2012), a contagiarse sobre todo, es una constante, que tiene sus grados de peligrosidad percibida y atribuida. Lo más peligroso según la percepción de la población recogida en la encuesta, es asistir a un servicio religioso, lo menos jugar a tenis y cargar gasolina (cuadro 4). Por supuesto, esto es debido a las concepciones y prioridades de cada quien, también influye la sensación de los lugares más o menos concurridos, o incluso la necesidad que se siente sobre el tema, sin obviar los mensajes mediáticos, explicaciones puede haber muchas. Los memes estuvieron muy activos en todo esto como se irá presentando en estas páginas (memes 7).

Cuadro 4. Principales miedos (porcentaje)

	<i>Mucho/Algo</i>	<i>Poco/Nada</i>
Asistir a un servicio religioso con más de 500 personas	97.5	1.9
Ir a un concierto multitudinario	94.3	4.3
Ir a un bar	94.1	5.2
Ir a un estadio deportivo	92.9	6.5
Asistir a un funeral	92.3	7.0
Asistir a una boda o fiesta familiar	92.2	6.2
Mandar a niños a la escuela o guardería	91.5	6.2
Caminar por un bullicioso centro en la ciudad	91.1	7.8
Ir a un parque de diversiones	90.8	8.1
Ir al cine	90.1	8.8
Comer en un <i>buffet</i>	89.2	8.6
Hacer ejercicio en un gimnasio	88.5	9.6
Visitar a un amigo o familiar de la tercera edad en su casa	87.0	12.6
Abrazar o estrechar la mano de un amigo	86.4	12.9
Nadar en una alberca pública	85.6	11.2

Memes 7



	<i>Mucho/Algo</i>	<i>Poco/Nada</i>
Viajar en avión	84.7	13.4
Trabajar una semana en un edificio de oficinas	84.6	14.0
Estar sentado en la sala de espera en un consultorio médico	84.4	14.1
Comer en un restaurante en interiores	83.8	15.2
Hacer compras en un centro comercial	82.9	15.5
Tener intimidad con un amigo o amiga	79.4	15.3
Ir a la playa	79.0	20.4
Jugar fútbol	78.5	19.1
Ir a un salón de belleza o peluquería	76.7	21.9
Hacer compras en un supermercado	76.1	22.9
Ir a un museo o biblioteca	75.9	22.3
Asistir a una carne asada en un patio	72.2	25.9
Jugar basquetbol	71.5	23.5
Pasar una hora acompañado en un patio de juegos	69.2	28.8
Hospedarse dos noches en un hotel	67.8	30.2
Comer en un restaurante al aire libre	67.3	31.5
Cenar en casa de otra persona	65.5	32.5
Ir a caminar, correr o andar en bicicleta con otros	60.3	38.1
Jugar golf	56.0	35.6
Ir de campamento	52.8	41.8
Pedir comida de restaurantes a domicilio o para llevar	42.9	55.4
Abrir cartas de correo	40.9	56.2
Jugar tenis	40.6	48.9
Cargar gasolina	29.2	67.8

Fuente: Consulta Mitofsky, junio de 2020.

Eso sí, hay que confesar que en el país hubo actividades “esenciales” –además de las decretadas por el gobierno– según la ciudadanía, que ni el miedo, ni el confinamiento evitó, sino que más bien esto último promocionó y propició. Se trata, en primer lugar, del caso de la compra masiva de papel higiénico, que aconteció en muchos lugares, y cuyo tema ha dado lugar a enunciar varias teorías relacionadas con el comportamiento de masas, la mentalidad de rebaño, así como la manipulación de comercios y redes que al parecer tuvo lugar (BBC, 2020; National Geographic, 2020; Villagrasa, 2020). Teorías que son importantes, e incluso interesantes para aplicar a todo lo acontecido en la pandemia, no sólo al tema del papel de baño. Pues si los “expertos” afirman la manipulación cognitiva y sesgos psicológicos en esta conducta, quizás esto habría que tenerlo en cuenta y extenderlo a todos los comportamientos pandémicos, ello con objeto de no discriminar, y con el objetivo de comprender e iluminar lo que aconteció por esos días.

El segundo fue la escasez de cerveza, se bromea que por el mayor consumo o el acaparamiento para pasar la cuarentena. Aunque oficialmente se informó, fue el cierre de plantas productoras al ser actividad no esencial que agotó las existencias –cosa que curiosamente no pasó con otras industrias de bebidas alcohólicas– (EFE, 2020; Sheridan, 2020). El tema del aumento de consumo de alcohol y de promoción del mismo, es algo que los memes fomentan y muestran al mismo tiempo. Por lo que cabe pensar que lo mismo hacen también para otros temas, desde el miedo a las medidas, pasando por el consumismo en general. Sobre ambas actitudes se reflexionará en específico más adelante, si bien se adelanta una ilustración (meme 8).

Así los memes entre ingenuos, populares y participativos, o virales creados por empresas y comercios (Shifman, 2014), alegraron la vida por esos días, mientras cubrían la crónica social cotidiana del momento, en su versión humorística y alejaban el miedo por un tiempo, o lo amplifican toda vez que se burlaban, la ambigüedad del humor en todo su esplendor.

Meme 8



“Quédate en casa”, ¿miedo, obediencia, conformidad?

En el caso concreto del confinamiento, la campaña mexicana se llamó “Quédate en casa”, la cual también fue motivo de memes, como no podía ser de otra manera, pero en esto ¿qué papel desempeñó el miedo? Memes que a veces reflejaban humor ingenuo, otros amenaza y otros cuidado, como se verá a continuación, si bien el confinamiento se abordará más ampliamente en el capítulo siguiente (memes 9).

Se debe decir que hubo campañas de miedo, en los memes y en la publicidad oficial, con el tema de quedarse en casa. El miedo se emplea como control social (Robin, 2009); también aparece en las campañas sanitarias (Montmollin, 2008; Ordoñana *et al.*, 2000). En el caso de la Ciudad de México, hubo lemas de gran dureza (infografía 1), incluso el presidente calificó la campaña de autoritaria, de contener mensajes ofensivos y no de concientización (Olson, 2020). Realmente pueden considerarse mensajes de odio y miedo. Si bien este tipo de campañas fueron las usualmente empleadas por otros gobiernos como en Europa, en México se optó en general por mensajes más amigables cognitiva y emocionalmente, para hacer cumplir las normas que en muchos casos fueron de carácter voluntario, también a diferencia de otras latitudes.

Los memes infundieron temor, lo mismo que lo reflejaron, y por supuesto, lo burlaron, como se vio y se seguirá viendo. Producir miedo ya sea como sátira moralizante o desde la autoridad y el castigo amenazante. Esto es, un modo de disciplinamiento social como explica Foucault (1991), más en concreto un dispositivo de control social (Agamben, 2014). Un miedo que tiene que ver, como se dijo con lo biológico (Manes y Niro, 2014), y también con lo social (Bauman, 2007), cuando se cierra la posibilidad de discrepancia (Nussbaum, 2019) y se propicia obediencia y conformismo (Levine y Pavelchack, 2008) (memes 10).

Memes 9



<https://www.miércolesymorticiaaddams.com/2021/01/nuevos-refranes-memes-covid.html>

<https://www.pinterest.com.mx/pin/636766834804112547/>

<https://www.facebook.com/1504626979853925/posts/quedate-en-casa-es-la-%C3%BAnica-manera-de-sobrevivir/2542475719402374/>

Infografía 1



<https://www.excelsior.com.mx/comunidad/buscaran-modificar-mensaje-de-campana-quedate-en-casa-quedate-vivo/1380381>

Memes 10



<https://makeameme.org/meme/quedate-en-casa-a996df938f>

<https://www.pintzap.com/pic/107826/voy-a-salir-un-rato-a-pase-te-dijeron-quedate-en-casa-nene>

Sin embargo, hubo de todo tipo, desde amenazantes de miedo, muerte o violencia, hasta divertidas imágenes y comentarios, entre burlas y risas, pasando por los que tenían algún mensaje reflexivo, o los que daban una indicación más sugestiva que autoritaria, y por supuesto, los políticos bastante usuales en esos tiempos en tierras mexicanas (memes 11).

Si bien el clima emocional por pandemia se centró en el miedo, en una encuesta del 2020 se interrogó por los sentimientos en concreto por estar en casa.

Sentimientos en cuarentena

Sobre el sentir de la gente al permanecer en la vivienda ¿cuáles son los sentimientos? Al parecer mucha preocupación que incluye miedo, y bastante ansiedad que se relaciona con nerviosismo y temor anticipatorio (cuadro 5). Sin dejar de observar también cómo la medida otorgaba tranquilidad y aburrimiento.

Cuadro 5. Durante estos días en los que hemos estado más tiempo en casa, ¿qué tanto dirías que has experimentado los siguientes sentimientos? (porcentaje)

	<i>Preocupación</i>	<i>Tranquilidad/ Paz</i>	<i>Aburrimiento</i>	<i>Ansiedad</i>	<i>Irritabilidad/ Enojo</i>	<i>Depresión</i>
Mucho/Algo	74.0	68.7	52.2	49.1	33.3	24.7
Poco/Nada	25.6	30.2	47.3	50.4	66.3	74.1

Fuente: Consulta Mitosfky, mayo de 2020b.

Por supuesto, la alerta sanitaria, las medidas y en especial la cuarentena repercutió en la salud mental, como no podía ser de otra manera, y como más adelante se comentará, ahora se regresa al miedo (memes 12).

Memes 11



<https://elsiglo.mx/galeria/21063-27374714.quedate-en-casa-hugo-lopez-gatell-desata-memes-en-redes-sociales->
https://www.google.com/search?q=memes+quedate+en+casa&client=safari&rls=en&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKewiw-y0Ke9pT4AhXDwykDHWGpDIkQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1321&bih=1011&dpr=2#imgrc=uoT6Lyu07nGEBM

Memes 12

La ansiedad viéndome dormir después de atormentarme todo el día:



<https://m.facebook.com/MemesDeCienciasSocialesOficial/posts/2625758727681055>

<https://www.infobae.com/america/tendencias-america/2020/03/19/el-humor-en-tiempos-de-coronavirus-esta-bien-compartir-memes-y-hacer-chistes/>

El humor, ¿enfrenta, reta, evade, se burla del miedo y de todos los miedos?

El humor enfrenta el miedo, y ciertamente hubo varias muestras humorísticas que relativizaban el peligro del virus, se burlaban del mismo o directamente no lo compartían, desde una postura no fácil de mantener públicamente, cuando suponía ser objeto de insulto y exclusión. Si antes se mostraron memes que infundían miedo, ahora se presentan los que lo retan, ya sea para sobrellevarlo, para relativizarlo –en contexto con otras amenazas o peligros–, además de para negarlo. Incluso algunos con clara intención de esbozar una actitud como país, matizando riesgos o mirando en otra dirección, evitando o evadiendo (memes 13).

Hay imágenes diferentes o concepciones diversas del coronavirus y del miedo al coronavirus, según el país y los medios, al parecer, además según la mirada de cada individuo o colectivo social sobre la creación de la misma pandemia. En este punto cabe destacar la pluralidad semántica de los memes, que contrasta con el discurso único y global de las organizaciones internacionales, de la sanidad pública del país, y de la población en general, según su opinión mostrada en este libro. En este punto es posible afirmar la libertad de expresión que existe desde los memes y el humor, la oportunidad de información, debate y reflexión (memes 14, caricatura 3).

Como en muchas ocasiones los memes protagonizan la noticia, reciben al virus y se burlan, pero a veces también reflejan miedo directo o ambigüedad relativa como en la vida misma. La comparación entre el miedo a varias cosas persiste en diversas ocasiones, una forma de matizar y contextualizar, sobre todo, una manera de descargar el miedo a partir del humor, y una manera también de externar y quizás aliviar otras problemáticas muy sentidas y compartidas por la colectividad (memes 15).

El miedo que se desplegó en el tiempo de la pandemia, se diversificó y multiplicó. El 2020 fue algo movido para México, además de la pandemia, sismo, erupciones volcánicas, inundaciones, tormentas eléctricas, huracanes de temporada y hasta polvo del Sahara, fenómenos todos dignos de diferentes grados de temor.

En especial hubo humor en torno al temblor del 23 de junio que causó susto y confusión sobre si el salir o no de casa –salir en caso de sismo, quedarse en casa por las medidas sanitarias– y cómo salir, ya que al ser todo inesperado y rápido se olvida el cubrebocas, el gel y todo lo recomendado

Memes 13





<https://www.publimetro.com.mx/virales/2020/01/22/coronavirus-memes-llegada-mexico.html>

<https://www.informador.mx/mexico/Mexico-reacciona-con-memes-a-la-llegada-del-coronavirus-20200228-0058.html>

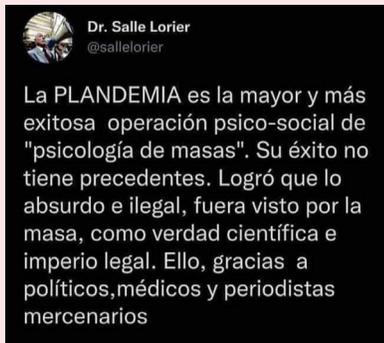


<https://turquesanews.mx/virales/los-mejores-memes-de-la-llegada-del-coronavirus-a-mexico/>

Memes 14



<https://www.informador.mx/internacional/Las-redes-se-contagian-del-Coronavirus-y-aparecen-divertidos-memes-20200122-0148.html>



►
https://www.cuantocabron.com/meme_otros/pues-si-asi-esta-la-pena-con-el-coronavirus-pero-interesa-mas-meter-miedo-a-la-gente
<https://memesnuevos.top/memes-2020/10770/>
<https://www.sdpnoticias.com/sorprendente/chabelo-coronavirus-hacen-memes-tendencia-twitter-viral.html>



Caricatura 3



Memes 15



Cuando le tienes más miedo a la tóxica que al coronavirus.



A mi no me da miedo el coronavirus, agarré cosas peores y les decía “mi amor”.

TOP MEMES MEXICO



<https://www.unotv.com/entretenimiento/los-mejores-memes-de-2020-que-hicieron-reir-a-los-mexicanos/>

<https://eldesmarque.com/coronavirus/1383840-memes-del-coronavirus-19-de-marzo>

<https://www.pinterest.com.mx/pin/592997475925199604/>

para protección –no del sismo, sino del virus–. El temblor no causó desgracias personales, con lo cual fue más celebrado por los memes que mostraron el lado amable del susto en medio de la pandemia (Castillo, 2020; Ravelo, 2020) (meme 16).

De hecho, al finalizar 2020 hubo varias expresiones humorísticas en el sentido de borrarlo, reformatearlo, olvidarlo, o simplemente cambiarlo (memes 17). Algo similar aconteció, no con tanto énfasis en el 2021. Año que el 7 de septiembre la naturaleza obsequió con otro sismo al país, de nuevo el susto, la duda, las bromas y las risas al no ser algo grave al final.²

Nota curiosa es como en abril del 2022 en una encuesta sobre el término de la pandemia, más de un tercio opinan que todavía “falta mucho” para el regreso a la normalidad. En este punto la expresión de los memes se antoja más optimista que la opinión pública (cuadro 6).

Cuadro 6. En su opinión
¿La pandemia del covid 19...? (porcentaje)

Ya podemos considerarla terminada y ya no es grave	15.1
Está a punto de terminar y este año regresaremos a la normalidad en todas las actividades	40.1
Todavía falta mucho para que regresemos a la normalidad	37.8
N/C	7

Fuente: Consulta Mitofsky, abril de 2022b.

Así, mientras la población dice que falta para regresar a la normalidad, los memes festejan a la considerada última cepa, por lo menos entre las más anunciadas en los medios y popularmente reconocidas (memes 18).

² Anotar que reaparecieron chistes y caricaturas del temblor de abril del 2009, que tuvo lugar dos días después de la alerta sanitaria por influenza en esa ocasión (Fernández 2022).

Meme 16



<https://eltecote.mx/memes-del-sismo-en-mexico-el-tecote-diario/>

Memes 17



<https://www.pinterest.com.mx/pin/1117174251286620864/>

<https://eldesmarque.com/valencia/deporte-valenciano/239286-los-mejores-memes-por-el-coronavirus-humor-curva>

Memes 18

La variante Ómicron llegando a las fiestas de fin de año



Reportan primer caso de la variante Omicron en CDMX



Pandemia de miedo y pandemia de memes

Recapitulando, la primera pandemia, según la OMS es la del coronavirus (2020a), la segunda la infodemia (OMS, 2021) y la tercera la salud mental (OPS, 2020b), y esto es lo que fue anunciado en informes y declaraciones. Aquí añadimos la pandemia de miedo y la pandemia de memes. El miedo se contagia e imita –emocional, social y energéticamente–, y los memes son parte de un fenómeno replicador e imitativo, transporta y promociona creencias, emociones y comportamientos sociales. También el gobierno de México subraya la importancia de la salud mental y en particular el miedo y el pánico ante el impacto recibido por las personas (infografía 2).

Infografía 2



Fuente: <https://www.gob.mx/promosalud/galerias/infografias-covid-19?idiom=es>

Los memes a veces reproducen el miedo, otras retratan la falta del mismo, los hay que hasta son censurados por las verificadoras de medios, cuando son detectados por éstas, seguramente por la falta de humor de las primeras o quizás por si alguien no se percató que se trata de un meme, o de un rumor en un meme (memes 19).

Memes 19



<https://twitter.com/panicomx/status/1292551450363559938?lang=es>

<https://lineadirectportal.com/entretenimiento/2020/4/7/para-morirse-de-risa-estos-son-los-mejores-memes-por-el-covid-19-346234.html>

<https://foroconsultivo.org.mx/cienciayelcoronavirus/index.php/mitos-y-rumores/16-verificados-coronavirus/297-epidemias-cada-100-anos-para-reducir-la-poblacion-2>

La alerta del 11 de marzo de la OMS infundió miedo en su discurso (OMS, 2020a); no obstante, otra cosa sería la recepción e interpretación de la gente del mismo. En el caso de México la declaratoria fue más prudente y relajada, y como se vio en las encuestas, sí hay miedo a la enfermedad y la muerte, también existe hacia otras problemáticas. Por otra parte, algunos memes infunden miedo, mientras otros lo matizan o lo burlan, como se muestra reiteradamente en estas páginas.

Se observa la estrategia, fortaleza y virtud del humor (Seligman, 2011), el humor como parte de la resiliencia (Vanistendael, 2010). En todo caso, una serie de memes desfilaron por internet contra el miedo, el miedo al virus, enfermedad o muerte, el miedo ante el sismo, frente a las adversidades en general, desastres naturales, catástrofes sociales, y todo tipo de crisis y problemas, como el miedo en la salud mental en los tiempos de pandemia (memes 20).

Sin embargo, no se acabó el mundo, ni la pandemia, al concluir el 2020, y tampoco el 2021, como ilustran los memes. Pero en el 2022 al parecer, concluyó o aminoró mucho el ensombrecido panorama. Ahora queda el miedo y la pandemia recogida en los memes (memes 21), folklore y patrimonio según algunas propuestas (Shifman, 2014; Giovine y Romero, 2022). Memorias colectivas de la crónica social y sentimental vivida (Delgado, 2020; Ortiz, 2020).

No se acabó el mundo como se dijo y la vida sigue, sigue con miedo, con memes, con humor. En estas páginas se pasó revista al miedo según la declaración de la población en encuestas de opinión, y también se mostró las expresiones en torno al miedo a partir de la narrativa del meme, dos enfoques al mismo tema que se desgranar en diversas miradas, expresiones e interpretaciones (memes 22).

Memes 20



MEMES DE TUS DESGRACIA hace un fin del mundo.



El meteorito de Monterrey, e
huracán de Cancún, corona
me siento como un dodo!!



<https://twitter.com/memesdopl3r/status/1314324713800232960?lang=da>

<https://www.infobae.com/america/entretenimiento/2020/07/02/julio-sorprendeme-las-redes-sociale-recibieron-el-mes-con-memes/>

<https://www.trecebits.com/2021/01/01/los-mejores-memes-sobre-2021/>

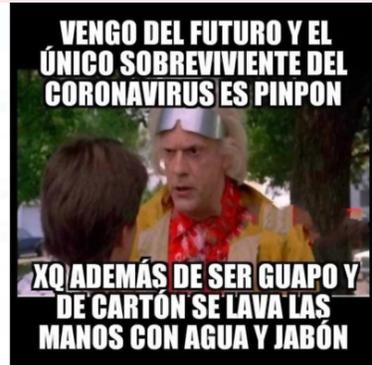
Memes 21



<https://www.sinembargo.mx/31-12-2020/3917986>

<https://cdn.businessinsider.es/sites/navi.axelspringer.es/public/styles/950/public/media/image/2021/12/feliz-ano-2022-2569157.jpg?itok=MAOmKNF>

Memes 22



-¡Marty, tenemos que viajar al pasado y evitar que "El Dúo Dinámico" se conozca!



Antes de entrar en el 2021 ¿no se podría ver primero el trailer?
Por curiosidad



Anotaciones finales

Al inicio de la pandemia fue recibida con humor por los memes y otras expresiones (caricatura 4), y la última cepa considerada importante también fue objetivo de bastante atención de esta expresión cultural. “A casi 2 años de que se registrara el primer contagio de Covid-19 en México, la sociedad ha pasado por varias etapas que van desde el miedo, hasta el humor y es que como buenos mexicanos, siempre hemos de encontrar el lado divertido de toda situación, incluso si se trata de una tragedia que ha puesto de cabeza al mundo” (*El Gráfico*, 2022). Se trata de “suspender la seriedad, es decir cancelar la respuesta normal al valor, desligándome del compromiso de su realización” (Portilla, 1997:19). Jorge Portilla define el relajo como suspensión de seriedad ante un valor propuesto por un grupo. “Esta suspensión es realizada por un sujeto que trata de comprometer a otros con ella, mediante actos reiterados con los que expresa su propio rechazo de la conducta requerida por el valor. Con ello, la conducta regulada por el valor correspondiente es sustituida por una atmósfera de desorden en la que la realización del valor es imposible” (1997:25).

Así los memes forman parte del relajo compartido, son parte también del discurso como hecho social y proceso sociosemiótico. Lo dicho sobre que los sujetos producen discursos y son producidos por éstos (Duranti, 2000), organiza creencias y experiencias, identidades sociales y construcciones del miedo (Greimas, 1987). Discursos hegemónico y consensuado, y también contrahegemónico y crítico (Van Dijk, 2001a). Memes que contrastan con el discurso mediático del miedo y horror (Bericat, 2005) con la declaración de alerta por la OMS (2020a), y por lo declarado sobre el miedo en las encuestas de opinión revisadas. Lo que se aprecia en dichos estudios es que hay miedo entre la población, no obstante se contextualiza entre otros miedos que también existen, por un lado. Por otro, el miedo a enfermarse y morir fue creciendo con el paso del tiempo, al alargarse la pandemia. Finalmente, hay espacios y/o actividades que producen más miedo que otras. Se constata el clima de miedo (Conejero *et al.*, 2014), miedo a la muerte biológica, miedo social derivativo y miedo al otro (Bauman, 2007; Daillie, 2012). Un clima de miedo como representación social de la situación y como lo que se debe sentir, percepción y vivencia, o percepción de predominancia (Páez *et al.*, 2001; Conejero, *et al.*, 2004).

Caricatura 4



Lo que destaca en los memes es cierta diversidad ideológica y de posturas frente a la pandemia y, en cuanto al miedo, predomina un discurso humorístico y de burla. Si bien hay memes que fomentan el miedo, como las campañas publicitarias hacen; otros lo matizan, varios lo contextualizan, muchos se burlan del mismo, ya para evadir o no sentir, ya porque creen que todo no es tan amenazante y riesgoso como el discurso político y mediático proclama y reitera. Así, hay memes amenazantes y autoritarios que infunden miedo, para crear obediencia y conformidad (Levine y Pavelchack, 2008), con objeto de disciplinar (Foucault, 1991; Agamben, 2014), o cual estrategia de publicidad sanitaria (Ordoñana *et al.*, 2000; Montmollin, 2008). Y es que el meme construye sentido y visiones del mundo (Pérez *et al.*, 2014). También los hay con otras miradas, que lo emplean para desistir de un discurso único, crean espacios de libertad y soberanía, también de humor sino subversivo, sí alternativo que cuestiona el discurso (Scott, 2000), o por lo menos se ríe de él. Así se crea un interludio o descanso (Berger, 1999) ante tanta noticia de horror (Bericat, 2005), y la amenaza se invierte (Bude, 2017).

Desde el humor que mejora el yo, se regulan emociones y afrontan situaciones problemáticas (Martin, 2007). También desde un humor afiliativo que mejora relaciones, eleva la moral, provoca alegría, si bien no siempre cohesión e identidad, pues en este caso se observó varias direcciones ideológicas y prácticas en torno al humor. Aunque sí favorable en grupos que comparten sentido, identidad y pertenencia, entre la transgresión y el conformismo social en función de cada sector (Cortázar, 2014).

Así, es posible concluir que hubo una pandemia de miedo y una pandemia de memes. La primera se refleja en las encuestas. La segunda recoge en parte la primera al presentar el miedo existente y potencia el discurso del miedo, a lo cual añade la matización y contextualización del miedo, y sobre todo, la burla hacia el mismo. Estrategia de sobrevivencia o de resiliencia (Vanistendael, 2010), el caso es que alegra y aligera la vida (Berger, 1999).

Lo que se aprecia es que se crean comunidades de sentido compartido, por una parte, mientras de otra, hay un humor universal que precisamente sobrevive por su ambigüedad, latencia y lateralidad. Como dice Maffesoli cuando habla de las tribus y las califica como comunidades emocionales, y cómo se está en “la urgencia de la solidaridad empática: compartir emociones, compartir afectos” (2009:31). Y en relación con el humor afirma que la ironía impide la domesticación total, y la risa y la ironía son explo-

sión de vida, lo cual “resulta particularmente irritante para los poderes que pretenden, como es natural, dominar los cuerpos, pero saben bien que para que su destreza se inscriba en la larga duración es menester que vaya acompañado del dominio de las mentes” (2009:115). Añade:

La burla pone de manifiesto que incluso en las condiciones más difíciles uno puede, en contra o junto a aquellos que son responsables de tales condiciones, apropiarse de su existencia, e intentar de manera relativa, gozar de ella. Perspectiva trágica, que pretende no tanto cambiar el mundo sino arreglárselas con él, acomodarlo; tanto es así que no se puede cambiar la muerte (forma paroxística de la alienación) pero a la cual es posible acostumbrarse, engañar o apaciguar (2009:117).

Recordar que su obra señala que “hay (habrá) cada vez más vaivén constante entre la tribu y la masa” (2009:206). Los memes son de tribus, como comunidades de identidad y pertenencia (Winocur, 2019) y también retransmiten ideologías globales de masa (Salgado, 2021), de ahí que tengan márgenes de libertad y transpiren libertad y alternativas, por un lado y de otro, reproduzcan discursos de miedo y disciplinamientos varios.

Sobre el miedo y su uso en la alarma sanitaria pandémica mucho se podría seguir diciendo, poco a poco verán la luz estudios que lo señalan como estrategia política de gobiernos (Dodsworth, 2021). En estas páginas y dando respuesta a los interrogantes iniciales del capítulo, y según encuestas y memes, hay diversidad de miedos, que se mueven en el tiempo, en actividades y espacios, que provocan creencias y comportamientos, muy sentidos en cifras, más flexibles y aireados por el humor, que no sólo enfrenta o evade –lucha o huye como el miedo–, sino que lo transita y trasciende para acabar también dando respuesta al título del capítulo, sí hubo una pandemia de miedos y una pandemia de memes.

Finalmente, ¿Dónde quedó la alegría y el afecto (amor) en la pandemia? Pues en los memes, o en algunos de éstos que con su sola presencia, a veces más allá del mensaje o como parte del mismo, comunicaban, consolaban, animaban, vinculaban, señalaban, agradecían, criticaban, siempre acompañaban. Dicen que el humor vence el miedo, o por lo menos lo acompaña y reduce, con lo cual los chistes, caricaturas y memes contribuyeron a ello durante los tiempos pandémicos.

Un miedo que hay que conjurar con su reverso, y apostar por la esperanza, como dice Nussbaum (2019), una esperanza difícil como afirma

Bauman (2007). Y aquí se añade, ojalá que el humor triunfe sobre el miedo y acompañe a la esperanza, en unos tiempos que es tan necesario como anhelado. Quememos el miedo en el fuego de la risa, ahogemos el temor en la tempestad del humor. Mantengámonos en el centro del huracán apostando por el caos del relajo que proporciona soberanía de pensamiento, equilibrio de sentimiento y libertad de comportamiento.

“Tengo miedo que se rompa la esperanza,
que la libertad se quede sin alas.
Tengo miedo que haya un día sin mañana,
tengo miedo de que el miedo, te eché un pulso y pueda más
no te rindas no te sientes a esperar..
Sólo pueden contigo, si te acabas rindiendo,
si disparan por fuera y te matan por dentro.
Llegarás cuando vayas, más allá del intento.
Llegaremos a tiempo, llegaremos a tiempo”.

Rosana, *Llegaremos a tiempo*

Medidas en la pandemia: datos, relatos y humor

“Estudiar los memes es analizar los elementos culturales en los que nos situamos y que dicen mucho de nosotros, tanto en lo individual como en lo colectivo”.

GABRIEL PÉREZ (2017:9)

En el 2020 y con la crisis sanitaria se desplegaron medidas, algunas conocidas y de siempre como lavarse las manos, otras menos habituales, como no salir de casa. Normas presentes en buena parte del mundo, que se diseñaron por expertos internacionales y se aplicaron por expertos de los gobiernos de cada país. Medidas que de forma continua o intermitente, obligatoria o voluntariamente, duraron algunas un par de años y que la mayoría de la población aceptó y cumplió. Medidas que en medio de la sorpresa y conmoción fueron acatadas en general, a veces discutidas por algunos especialistas normalmente censurados, siempre justificadas en nombre de la salud y por el bien de todas y todos, como rezaban varios lemas de campañas de comunicación.

Añadir que no es posible introducir aquí una discusión a fondo sobre las medidas, su explicación científica, así como, aplicación y efectos. Comentar, eso sí, que en parte del mundo y en el caso de México se siguieron las directrices de organismos internacionales (OMS, 2021b) y gobiernos (Gobierno de México, 2020e). La mayoría de la población las aceptó y cumplió, además las aplaudió e incluso solicitó endurecerlas en ocasiones. Sobre las mismas hay innumerable información quizás no tanto debate y menos reflexión colectiva. No obstante, a esta acogida favorable, algunas personali-

dades científicas y colectivos sociales mostraron, con más o menos suerte, diversas dudas, varias objeciones, e incluso críticas a su eficacia sociosanitaria (Akasha Comunidad, 2022; 2023; Ciencia y salud natural, 2020; 2023), además de las aportaciones sociopolíticas que señalan sus consecuencias autoritarias (Agamben, 2021; Han, 2021; Pigem, 2021).

En medio de esta situación, y acompañándola, apareció el humor, caricaturas, chistes, comentarios humorísticos, bromas y memes. El humor y los memes difunden ideas y emociones, comparten opiniones y afectos, con intención y propósito, funciones y usos sociales, en un determinado contexto. Tienen poder e influencia social; son expresión catártica emocional; conjugan disciplinamiento y crítica. Para este estudio constituyen elemento fundamental de reflexión junto a una encuesta de opinión, pues se busca esbozar las percepciones, sensaciones, opiniones, emociones, valoraciones, actitudes, conductas individuales y comportamientos sociales, sobre las medidas sociosanitarias, desde las voces y miradas de la población y crónica social que se presenta en estas páginas.

En este punto se cuenta con el aporte de los datos de una encuesta aplicada en la Ciudad de México que se centra en la apreciación de las medidas por parte de la ciudadanía. El tamaño de muestra es de 323 casos –95% de nivel de confiabilidad y +5.5 de margen de error–. La composición incluye a 44.58% de participación femenina y 55.41% masculina; la edad va de 18 a 80 años. Su aplicación tuvo lugar en la primavera del 2021, y por las circunstancias de pandemia y sus medidas, se hizo mediante internet con varias aplicaciones –*zoom*, *meet*, *whatsapp*, *facebook* y llamada por celular–. Los resultados son inferencia de la muestra y sólo pretenden mostrar tendencias generales de la misma, mismas que se presentan de manera descriptiva y se comentan las tendencias de opinión como una forma de acercamiento a la valoración social de la población.

La revisión del significado de las medidas en los memes se realiza a partir de una amplia muestra, desde los que llegaron por redes, hasta los que se buscaron en la red y medios. La selección se guía inicialmente por temáticas, esto es, las medidas concretas, luego mediante un análisis de contenido general y revisión de mensajes por medio del análisis del discurso centrado en su significado, que desembocó y conllevó la clasificación en categorías, según la posición del mensaje e interpretación del mismo. Lenguaje icónico y verbal escrito con intención y persuasión (Van Dijk, 2001a), que transmite ideas y sentimientos, acontecimientos y conductas (Van Dijk, 2001b). La mayoría de memes son mexicanos, también se pre-

sentan algunos de otro origen, reproducidos en el país; y en alguna ocasión se emplea la caricatura. El humor, según teorías y funciones, figuras retóricas e ideologías, generalmente los atraviesa (memes 1).

Se desea cerrar este punto introductorio con preguntas para la reflexión, algunas de las cuales, las relacionadas sobre el tema del capítulo, se dará respuesta en este texto:

¿Qué es lo que mantiene sana a una persona a pesar de estar sometida a condiciones ambientales adversas?, ¿por qué algunos pueden superar eficazmente situaciones conflictivas y otros no?, ¿qué recursos privilegian estos individuos a la hora de afrontar tales circunstancias?, ¿son la creatividad, el humor, la autoestima, las habilidades sociales, la capacidad de amar y perdonar, entre otros, ingredientes esenciales para afrontar adecuadamente determinadas situaciones?, ¿cómo se pueden desarrollar y potenciar?, ¿qué papel específicamente cumple el humor como estrategia de afrontamiento?, ¿qué valor cumple el humor como herramienta de intervención en el proceso terapéutico? (Chazembalk, 2006:74).



Memes 1



Las medidas sociosanitarias: diseño y comunicación de las directrices oficiales

Básicamente las medidas sociosanitarias dictadas por el gobierno de México, y según se hacía en otros países, siguieron el diseño y las directrices de los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades (CDC, por sus siglas en inglés) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) y fueron: protección y cuidado en general; lavarse manos cuidadosamente con agua y jabón; usar gel antibacterial; higiene y desinfección de objetos y espacios; confinamiento; suspensión de actividades; sana distancia; no saludo de mano, beso, abrazo y saludo a la distancia; uso de cubrebocas; estornudo de etiqueta; y vacunación.

Tanto organismos internacionales como la OMS (2020b; 2021b) o la Organización Panamericana de la Salud (OPS) (2020a), como las autoridades sanitarias gubernamentales diseñaron y publicaron una infinidad de videos e infografías con objeto de informar y explicar a la población lo que estaba pasando y las instrucciones precisas y detalladas, paso por paso, de las medidas a tomar y lo que debían hacer. Una revisión de este material, recuerda un poco a la escuela, no sólo por la normatividad estricta, sino por las imágenes en muchos casos infantiles con las que se comunica.¹ Las cuales circulan en medios, redes, espacios cerrados y calles, cual memes en el sentido amplio, ya expuesto del término (infografías 1 y 2).

Como se trata de un tema muy conocido por todo mundo, no se ahondará aquí, y se pasa a revisar la opinión pública al respecto a partir de la encuesta y los memes. Sin antes dejar de señalar que tanto las infografías oficiales como las creadas por particulares con toda la buena intención del mundo, en ocasiones tenían una presentación que sería comparable a la de los memes en internet, en concreto (infografía 3). Estamos en la sociedad de la imagen, algo que no es posible olvidar, y habría que añadir, bastante infantil, como se dijo.

¹ Lo cual requiere e invita una investigación puntual, misma que no se va a realizar en estas páginas por rebasar los objetivos de estudio. Sin embargo, se menciona porque el humor lo captó y utilizó, como se verá más adelante.

Infografía 1



Fuente: <https://www.paho.org/es/noticias/31-10-2020-seamos-responsables-respetemos-medidas-sanitarias-contra-covid-19>

Infografía 2



Fuente: <https://www.gob.mx/promosalud/galerias/infografias-covid-19?idiom=es>



Fuente: <https://64.media.tumblr.com/c21fb285145b662226149d35fd9f0515/8f15e34fcbfe914a-bb/s500x750/d02b6b4c2f8a85c9f38689bf09eeec0aaf9c4ce0.png>

La población: recepción, valoración, seguimiento, algunos datos y varios memes

La revisión de la acogida y cumplimiento de las medidas por parte de la población se realiza básicamente a partir del relato de los memes, así como de la información cuantitativa de la encuesta para la Ciudad de México, y en una ocasión de una para el país. En cuanto a los memes, como ya se ha dejado claro, por una parte crean opinión pública; por otra, reflejan pensamientos, sentimientos, actitudes, comportamientos; y también valoran, reproducen, elogian y critican. A continuación una crónica social de las medidas a la luz de opiniones, comportamientos y expresiones de la ciudadanía, en cifras y lenguaje verbal e icónico.

Lavarse las manos con agua y jabón

El hábito del lavado de manos se adquiere en la familia y en la escuela en los primeros años de vida y con la socialización primaria. El total de la muestra consultada en la encuesta para la Ciudad de México dice practicarlo (cuadro 1) ¿Podría ser de otra manera?

Cuadro 1. Seguimiento y aplicación de medidas

Se lava las manos	Sí 100%
-------------------	---------

Fuente: Encuesta de la Ciudad de México, mayo de 2021.

Fue curiosa la información y todas las instrucciones que se ofrecieron sobre un acto conocido y practicado. La forma, el tiempo, la insistencia, indicaciones que parecen infantilizar a la población; sin embargo, se hace énfasis en ello, y según el discurso, si te lavas las manos salvas vidas, eres un héroe o una heroína. Por supuesto, es difícil sustraerse y no pensar en Poncio Pilatos, pero que cada quien saque sus propias conclusiones. De hecho, un meme relaciona esto con los políticos. Tampoco es fácil no asociar esta acción con el trastorno obsesivo-compulsivo (TOC), no el hecho, sí su insistencia y fijación, como gobierno y medios hacen, una y otra vez. La repetición como estrategia de comunicación y control político, la imitación y replicación del meme como idea, sin obviar el meme en internet, que aquí se revisa como historia y memoria, como patrimonio social, sin olvidar lo dicho en un inicio, de su poder sociosemiótico discursivo, y su componente humorístico.

Los mensajes van del humor benigno y pasan por los que replican de forma propositiva las medidas, desde el tiempo invertido hasta la magia del acto, ritual colectivo, simbólico emocional (meme 2, caricatura 1).

Llegan también mensajes amenazantes con objeto se acate y difunda el cumplimiento de las medidas junto a la reproducción memética. Por supuesto, abundan las ilustraciones con burlas en diferente grado y de iversa índole, en chistes, memes y caricaturas (meme 3, caricatura 2).

El desgaste de las manos y los chistes al respecto fueron abundantes en los mensajes verbales e iconográficos. De hecho, era impensable o prácti-

¿Como prevenir coronavirus..?

Lavarse las manos frecuentemente, con agua y jabón, mínimo 20 segundos. Evitar el contacto directo con personas con síntomas respiratorios.



Meme 3 / caricatura 2

- Trabajadores: Eso de lavarse las manos es una mamada!

-Yo:



@Hseqmemes



camente imposible que esto no aconteciese, dada la reiteración, intensidad e insistencia de la instrucción dada (memes 4).

Desde el humor burlón, pasando por el humor político y deportivo, hasta el humor picante u obsceno, diversidad de propuestas meméticas en torno a una aparente similar opinión, la exageración del mensaje y comunicación de la medida (memes 5).

También un humor invertido y divertido en el sentido de lo que se pierde con la aplicación de la medida, al parecer el sentido del gusto (memes 6).

Incluso memes que resignifican el mensaje y colaboran a la introspección y la reflexión, o más bien a la burla existencial, no sin cierto sentido del humor (meme 7).

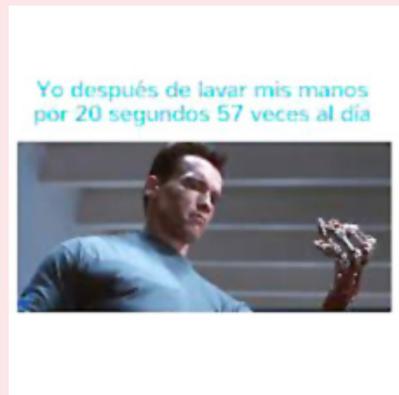
Además del humor crítico, o la crítica del humor. Y es que el tema del lavado de manos fue intenso y extenso, y da para mucha reflexión, seria y humorística, por supuesto (memes 8).

En fin, cada quien puede opinar lo que considere, no obstante, quizás en lo exagerado de la campaña sobre la medida, puede haber cierto nivel de acuerdo, lo cual más que cerrar dudas las abre ¿por qué tanta insistencia? Como parece obvio, hay un mensaje ritualístico y comunitario de no responsabilizarse, la sombra de lo simbólico sobre lo sanitario parece alargarse.²



² También es este un tema que excede el objetivo de la investigación realizada, no obstante, conviene señalarlo e invitar a profundizarlo.

Memes 4



Memes 5



Memes 6



Cuando la comida callejera ya no sabe
igual desde que se lavan las manos



Si he sobrevivido a los antojitos
de doña pelos , que me podrá
hacer el coronavirus



<https://www.chistegenial.com/ya-no-sabe-igual-la-comida-de-la-calle/>

<https://www.facebook.com/groups/753125828755052/permalink/784728215594813/>

<https://www.pinterest.com.mx/pin/490681321903111255/>

Meme 7

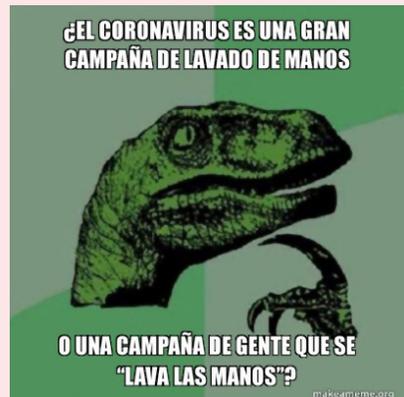
"Lávense las manos después de tocar dinero y evite contacto físico con su pareja".

—¿Cual dinero? ¿Cual pareja?



<https://www.instagram.com/p/CL6uUgAF77w/>

Memes 8



<https://www.facebook.com/workencasa/posts/3398774206874808>

<https://makeameme.org/meme/el-coronavirus-es>

Usar gel antibacterial

Otra medida, el empleo del gel antibacterial, que la mayoría de la población de la encuesta dice seguir (cuadro 2).³

Cuadro 2. Seguimiento y aplicación de medidas

Usa gel antibacterial para las manos	Sí 97%	No 3%
--------------------------------------	--------	-------

Fuente: Encuesta de la Ciudad de México, mayo de 2021.

Al respecto hubo bromas para todos los gustos, empezando que si era antibacterial entonces era también antiviral se preguntaba la gente, siguiendo con su composición adecuada o adulterada en su caso, por empresas productoras, comercios que lo aplicaban, o incluso usuarios particulares fabricándolo. Su voluntaria obligatoriedad –pues en caso contrario no accedías a ciertos espacios públicos o privados–, su consistencia, eficacia y alergias, también dieron que hablar en esos días y expresar humor. Aquí se combinan la exageración de la medida y del humor de forma clara y directa (memes 9). Son memes reproductores del discurso con cierta broma, y a veces relativa o aparente crítica de baja intensidad y en sentido divertido, en principio.

Como en principio también, uno de los compuestos es alcohol, invitó a los creadores de memes a bromear sobre el asunto. El uso del alcohol para crear bebidas o la compra de cervezas al no haber gel o estar con un precio elevado, fueron mensajes recurrentes. El tema del alcohol fue una constante, ¿promoción o reflejo de hechos? Desde el gel pasando por las compras de pánico, la escasez de cerveza, la ley seca, hasta sobrellevar el encierro (memes 10). Más adelante volverá a aparecer en más de una ocasión, creación de necesidad y promoción empresarial, fotografía o recreación de la realidad vivida, cada quién puede reflexionar sobre el asunto.

Chistes y bromas aparte, el aumento de consumo de alcohol, enfermedad mental y suicidio son consecuencias de la pandemia y sus medidas, así que cada quien asuma su parte de responsabilidad en la cocreación (Robine, 2005) de esta realidad que vivió todo mundo.

³ Como curiosidad es posible y usual encontrar baños públicos o de instalaciones sociales sin papel higiénico ni jabón de manos, pero sí con un dispensador o botellita de gel.

Memes 9



Mi mano después de usar un Gel Antibacterial que hice en casa



<https://local.mx/ciudad-de-mexico/memes-covid/>

<https://memes-graciosos.com/i/meme-gracioso-de-el-gel-antibacterial-coronavirus.v4n5>

Bienvenido a Walmart, permítame darle un poquito de gel antibacterial.



Cuando los humanos tratan de matar gérmenes con un gel que elimina el 99.9%, pero tú eres parte del 0.1% de los sobrevivientes:



<https://m.facebook.com/MemesDopl3r/photos/a.1087743781315086/3609944572428315/?type=3>

<https://fr.memedroid.com/memes/detail/1814395>

Memes 10

Cuando intentas hacer alcohol en gel, pero te preparas un trago.



Ay, qué distraída Me confundí.

Intenté hacer mi propio gel de manos casero y me salió un margarita.



<https://jaidefinichon.tv/87722-2/>

https://m.facebook.com/Memesa.grg200678/photos/que-distra%C3%ADda-me-confund%C3%AD835848206818800/?_rdr



-Amá ya no había gel antibacterial



-Pero compré un seicito mientras



<https://www.facebook.com/angel.nocturno.50702/posts/2787806121479770>

<https://www.facebook.com/luisfelipe.gutierrezherandez.7/posts/3785941488120427>

<https://www.mediotiempo.com/otros-mundos/coronavirus-bacardi-fabricara-gel-antibacterial-combatir-covid-19>

Desinfectar objetos y espacios

Además de lavar y desinfectar las manos, hay que hacer lo propio con objetos y en espacios. Autoridades locales lo hicieron en ámbitos públicos y en las calles. Industrias y servicios también en sus lugares de trabajo. Las familias y personas lo aplicaron a sus viviendas, compras y objetos personales.

La mayoría también declaró aplicar la norma (cuadro 3). La cuestión de la higiene profunda dio para muchas bromas, tanto en México como en otras latitudes. Las incongruencias y contradicciones son siempre inspiradoras del humor (meme 11). Como el peligro de tocar el botón de la entrada de un estacionamiento –que se hizo automático– y la ausencia de peligro en los botones en la máquina que cobra dicho servicio. Los acrílicos en los taxis entre chofer y pasajeros, y el multiusado tubo colectivo del metro. El acrílico en el súper que separa cajera y usuario, mientras la primera agarra con sus manos toda la mercancía, además del empacador o empacadora sin acrílico que va tocando todo lo adquirido. Reducción de horarios en comercios con objeto de juntar al público tal vez para ser más contra el virus, etcétera.⁴ En fin, el anecdotario sería intenso, extenso, y si así se quiere incluso humorístico producto del humor incongruente e ingenioso, y es que a veces éste percibe y expresa lo obvio, que el supuesto sentido común no ve, olvida o desestima.

⁴ Si bien, en honor a la verdad, se debe reconocer que todas las reglas, más estrictas, obligatorias y sancionadas o multadas tuvieron lugar en otros países, lo que les dio también la oportunidad de crear más expresiones humorísticas al respecto, con lo cual México no pareció tan beneficiado en dicho aspecto. Se fomentaba salir a aplaudir a los balcones, pero estaba prohibido acceder a las azoteas a extender la colada o pasear, tomar sol y respirar. Había permiso para pasear perros, no infantes o ancianos. Los horarios y extensiones recomendadas para cuando salir o no hacerlo, la distancia que podría reconocerse o no, según la probabilidad de coincidir con el virus, seguramente. Parejas que comparten lecho, pero no podían compartir auto, aunque sí ir juntas en transporte público con mucha otra gente enderredor. Y un largo etcétera de curiosas reglas que dan para muchos chistes, caricaturas y memes. No obstante, prácticamente todo mundo las siguió disciplinada y obedientemente, y en ocasiones también se permitieron bromear sobre las mismas, transitando seguramente la sorpresa y la incompreensión, consciente o inconscientemente.

Cuadro 3. Seguimiento y aplicación de medidas

Limpiar y desinfectar superficies	Sí 85%	No 15%
-----------------------------------	--------	--------

Fuente: Encuesta de la Ciudad de México, mayo de 2021.

La limpieza de la casa fue un hábito usual que sirvió de terapia ocupacional toda vez que se obedecía a la regla señalada. De nuevo recuerda a lo que en otros momentos se consideraría TOC. También se toma como ejercicio físico o pone en evidencia la desigualdad social (memes 12).

En ocasiones se producen malos entendidos o incluso, se aplica la higiene sana a alimentos y bebidas quizás no tan sanas. De nuevo el humor incongruente o su función adoctrinadora (memes 13).

Muchas veces los productos comerciales de limpieza o medicamentos fueron apareciendo en los memes, como las cervezas, quizás producto de ciertos intereses económicos, tal vez sólo causalidad de creación y recreación anónima y popular de la gente (memes 14), no se sabe.

Los potentes productos de limpieza resultaron protagonizar esos días, esperan desafiantes o atacan directamente al coronavirus. No obstante, lo que se reitera es un mensaje disciplinario de higiene en todo momento, las casas, los lugares de trabajo, y también las personas. El miedo al otro (Dailie, 2016) como contagiador peligroso. Mantener cuerpo y vivienda limpio, libre de cualquier rastro de contacto y contagio. La “sana distancia”, o “distancia social” como la llaman, como algo positivo para la sobrevivencia física, una idea que se reitera y contagia, que impregna la mente y se manifiesta en el comportamiento social cotidiano (memes 15). Parte de la cultura del miedo (Furedi, 2018), de un discurso de incertidumbre propio de la globalización negativa (Bauman, 2007), que ahora se amplía e intensifica, con toda normalidad en lo que denominan la “nueva normalidad”.

Cuerpo sano, quién sabe si en mente no muy sana, eso sí no siempre fácil de discernir, para algunos con sólo ver alrededor o algún meme podrían recordar la obra de Fromm (2018), sobre la patología de la normalidad, entre otras. La limpieza y satinización de todo es un acto que corre en paralelo a la lavada y desinfección de manos: sanitaria, emocional y simbólicamente.

Meme 11

**Las duchas de las playas
no funcionan porque los
pulsadores son una fuente
de contagio.
Los botones de la
máquina de zona azul se
desinfectan solos.**



<https://eldesmarque.com/coronavirus/1383840-memes-del-coronavirus-19-de-marzo>

Memes 12



5to día de cuarentena, ya no hay más por limpiar dentro de la casa.



<https://www.t13.cl/noticia/tendencias/lavar-loza-pandemia-coronavirus-memes>
<https://www.facebook.com/LaCasitaFeliz.ByJackie/posts/119786130147018>

Memes 13



<https://www.facebook.com/Memes-de-ayer-hoy-y-siempre-103074481377312/photos/pcb.204247621259997/204245621260197>

<https://ahseeit.com/spanish/?qa=37906/nadie-mi-madre-durante-la-primera-cuarentena-meme>

Memes 14



<https://www.elsoldemexico.com.mx/doble-via/virales/memes-se-vacunan-ante-llegada-de-coronavirus-a-mexico-covid-19-como-me-cuido-que-es-4903681.html>

<https://www.milenio.com/virales/coronavirus-en-mexico-los-memes-mas-graciosos-sobre-el-covid-19>

Memes 15

Cuando estoy en mi casa pasando la cuarentena y alguien llega de la calle



Cuando vuelves a casa después de hacer las compras



<https://www.pinterest.com.mx/pin/669769775821787401/>

<https://www.dopl3c.com/memes/graciosos/cuando-vuelves-a-casa-despues-de-hacer-las-compras-me-siento-sucio/956101>

Confusiones con el alcohol y otros productos

Como ya se mencionó, se observan muchas confusiones con el alcohol, antes con el gel antibacterial para las manos, ahora con productos de limpieza, quizás fue que aumentó su consumo dadas las circunstancias, tal vez una manera de evasión social, o simplemente hacer un chiste o algo cómico, el caso es que fue una constante en la producción y reproducción memética. No olvidar el alcohol como desinfección de heridas, ahora quizás de pesares e inseguridades (meme 16).

En relación con los productos de limpieza y en concreto el cloro, hubo memes críticos con el dióxido de cloro, incluso varios relacionados con inyectarse o ingerir productos de limpieza, al margen de la metáfora de higiene interna, o de la intención comercial de alguna marca, o las declaraciones de Donald Trump en los medios (memes 17), bien pudiera tratarse de un meme en contra del dióxido de cloro que se confunde con cloro como desinfectante, lejía, lavandina, con diferente nombre según el país.

Curiosos los memes relacionados con la peligrosidad del dióxido de cloro (Kalcker, 2021), en contra del cual hay toda una campaña oficial de autoridades y medios, y ahora también de memes de buenos ciudadanos o campañas ciudadanas. Producto de la posverdad o resultado de sumarse al pensamiento de grupo o al contagio de la psicología de masas (Tajfel, 1984; Le Bon, 2005), parte de las neuronas espejo, el efecto manada, el sesgo de confirmación o el subirse al carro del vencedor (Bermejo, 2015). El caso es que el dióxido de cloro o CDS fue ampliamente vapuleado (meme 18).⁵

Se pasa de la limpieza de cuerpos, objetos y espacios al uso de la prenda estrella de la pandemia: el cubrebocas.

⁵ Todo un tema también importante de examinar relacionado con tratamientos y fármacos que parece tabú en nuestros días. Así como, la innovación de las minorías (Moscovici, 1986), y las herejías de grupos portadores de nuevos universos simbólicos (Berger y Luckmann, 1986), y de imaginarios sociales instituyentes (Castoriadis, 1983), que se desconocen o censuran. Algo también que sobrepasa el objeto de estudio de esta obra, pero que convendría ahondar y reflexionar en otro momento y lugar.

Meme 16



<https://m.facebook.com/djhelderpincaj/photos/a.905009246374833/1325794274296326/?type=3&source=57>

Memes 17



<https://opinionam.com/culturales/humor/1000-memes-de-trump/>



<https://gluc.mx/viral/2020/4/24/lysol-no-cura-el-coronavirus-estos-memes-lo-saben-17352.html>

<https://www.univision.com/radio/radio-nacional/memes-de-la-descabellada-idea-que-propuso-trump-inyectar-desinfectante-a-los-enfermos-de-coronavirus-fotos>

Meme 18



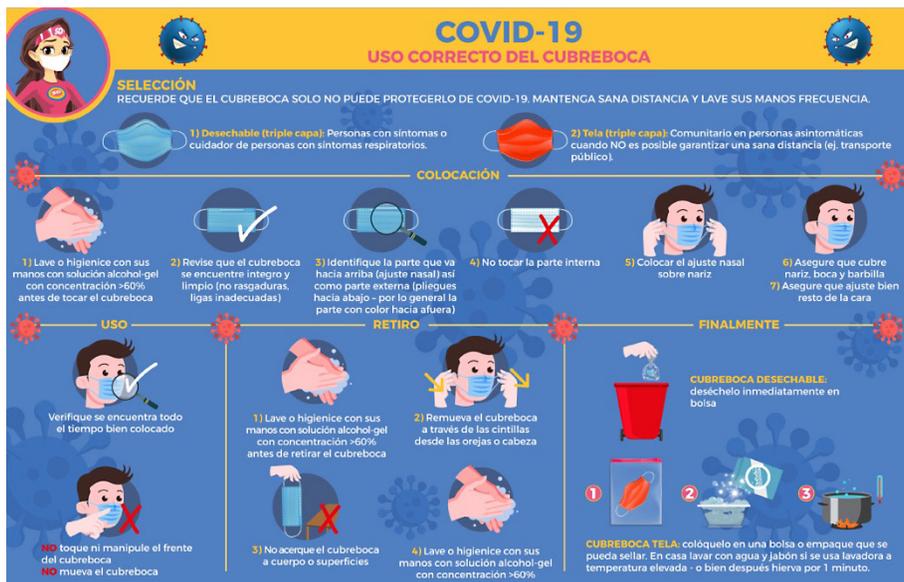
<https://www.facebook.com/manolette.lozanne/posts/10224134841739728>

Tapabocas, cubrebocas, mascarilla, barbijo, bozal

Si bien se dice que cada vez se reduce más el vocabulario de la gente, hay casos excepcionales, por ejemplo, el cubrebocas –tapabocas, mascarillas, barbijo, nasobuco, bozal. Gracias a la pandemia se amplió el conocimiento sobre el vocablo en diferentes latitudes y según las actitudes de cada quien. Eso sí, los memes con un lenguaje *cuasi* universal solventan la diversidad lingüística y todo acaba por entenderse, en una suerte de hermanamiento humorístico. De nuevo el discurso, semiótico y social que construye sujetos y mundo, comunica y expresa, significa y representa (Greimas, 1987; Van Dijk, 2001a).

Para empezar, e igual que para otras normas, oficialmente se detalló la correcta utilización y posición del cubrebocas, de forma reiterada, insistente e intensa. De nuevo instrucciones que parecían infantilizar (infografía 4), seguramente para llamar la atención y en aras de hacerse obedecer, estrategia de comunicación política conductual (Thaler & Sunstein, 2008).

Infografía 4



Fuente: <https://www.gob.mx/promosalud/galerias/infografias-covid-19?idiom=es>

La mayoría de las y los encuestados afirmaron llevar siempre el considerado necesario e imprescindible cubrebocas (cuadro 4).

Cuadro 4. Seguimiento y aplicación de medidas

El cubrebocas ¿lo usa al salir de casa?	Sí 99% Siempre 93%	No 1% A veces 7%
Los que sí lo usan porque	Es necesario 96%	Ayuda, pero no es indispensable 4%

Fuente: Encuesta de la Ciudad de México, mayo de 2021.

Por su parte, una encuesta para el país –de nuevo Consulta Mitofsky–, y en varios momentos, señala en el mismo sentido su uso, si bien disminuyó un poco la creencia con el paso el tiempo, como se observa (cuadro 5).

Cuadro 5. ¿Cuándo sale de su casa se pone cubrebocas? (%)

	<i>Diciembre 2020</i>	<i>Diciembre 2021</i>	<i>Marzo 2022</i>
Siempre	89.4	84.4	74.6
A veces	8.5	15.5	25.3
Nunca	2.1	0.1	0.1

Fuente: Consulta Mitofsky, marzo (2022a).

Sobre los ejemplos de uso correcto, si no fuera porque fue un hecho, parecería una broma, todos los discursos o infografías oficiales de cómo usar el cubrebocas, además de su necesidad incuestionable, cuando no su obligatoriedad, o las discusiones de unos de cuál es el eficaz y de otras qué modelo favorece. Además también de los memes, pues todo esto no pasó desapercibido y fue un fenómeno digno de bromas (meme 19), una forma de difundir su uso también, e incluso de cuestionarlo, en algún caso.

Hay ejemplos mexicanos, en donde de nuevo aparece el consumo de alcohol, en concreto cerveza. Y la imagen de los billetes con insignes personajes históricos mexicanos con tapabocas que emula o reitera el famoso billete de 20 pesos con el presidente Juárez con tapabocas que apareció en la pandemia del 2009 en México en internet (Fernández, 2022) (memes 20).

Meme 19



https://www.instagram.com/p/CPWUtubHUyW/?utm_source=ig_web_copy_link

Memes 20



<https://twitter.com/memesdopl3r/status/1253307663405862912>

<https://es-la.facebook.com/CopyGraficaMty/photos/tanto-tiempo-usando-cubrebocas-no-me-extra%C3%B1a%C3%ADa-que-estos-fueran-los-nuevos-bi-11/896695090813518/>

Curioso es ir por las calles con personas con cubrebocas y otros artilugios protectores que llevan a sus perros sin correa y sin bozal, por lo cual no es extraño que los memes señalaran dicha cuestión y se hicieran eco ampliamente de ella, como la caricatura también expresó. Incongruencia, sorpresa, disonancia cognitiva, y sobre todo esto, vertido con una buena dosis de sentido del humor (memes 21, caricatura 3).

Los inconvenientes no pasaron desapercibidos, desde molestia en las orejas hasta dificultad, incomodidades y limitaciones varias se suman en su uso (memes 22). Curioso como orejas y vista aparecen en la proliferación de mensajes humorísticos, no así los problemas para respirar, oler y hablar bien, ya que se trata de los orificios nasales y bucales los que cubre la mascarilla, y que recibieron menos atención, pasando bastante desapercibidos. Esto es, el uso del cubrebocas causa molestia en las orejas, y en ocasiones, no permite ver bien; sin embargo, no parece importante los problemas de habla y expresión oral, ni la necesaria y correcta oxigenación corporal y cerebral. Lo cual casualmente recuerda el viejo refrán: “ver, oír y callar”.

Eso sí, los problemas de comer, beber y fumar se solucionan fácilmente, pues en dichos casos se puede dejar de usar como excepción, parece ser que el virus respeta dicha acción, y aumente su peligrosidad con la libre respiración, además en los memes se sugieren modelos adecuados para tal fin (memes 23).

Por otra parte, hay modelos y no sólo los de marca o que combinan con la ropa o con la pareja y la familia, además otros más extravagantes, incluso simpáticos, desde folclóricos a sonrisas amables o siniestras, pasando por bromistas, y para toda ocasión. La creatividad de tipos, formas, tejidos e ilustraciones en el cubrebocas fue desbordante, como los memes que recogen dichas cuestiones (memes 24), y también las marcas profesionales con sus modelos lanzados al mercado, desde los étnicos a los más extravagantes.

Uno de los inconvenientes es la falta de costumbre de portarlo y olvidos al salir de casa, sobre todo si se hace en medio de una emergencia real, visible y vívida, espontánea y sorpresiva como el caso de un terremoto. También están los problemas de la mala memoria, de salir a la calle sin él, pues ya es un aditamento parte de la vestimenta y arreglo habitual (memes 25), es fácilmente solucionable, pues lo positivo es que siempre hay una tiendita en cualquier lugar que desinteresadamente te lo vende. De hecho, no importa el tipo de artículos que comercialicen, siempre venden cubre-

Memes 21



<https://eldesmarque.com/coronavirus/1383840-memes-del-coronavirus-19-de-marzo>
<https://www.marca.com/tiramillas/2020/04/04/5e88a5c4ca4741c6158b457f.html>

Caricatura 3



<https://www.facebook.com/reflepoenarra/photos/a.344687322264171/3177606705638871/?type=3>

Memes 22



Mis dos formas de ver al mundo en la pandemia:



<https://eldesmarque.com/coronavirus/1383840-memes-del-coronavirus-19-de-marzo>

<https://www.facebook.com/groups/628673901390616/permalink/723961711861834/>

<https://www.trecebits.com/2020/12/13/los-10-memes-que-definen-este-2020/>

Memes 23



**- No se puede tomar con cubrebocas
- Yo -**



**¡PASEN EL CONTACTO! EL
DISEÑADOR DE ESTE CUBREBOCAS
SE PUSO INGENIOSO**



https://m.facebook.com/115298346522597/photos/a.146869260032172/267062098012887/?type==3&_rdi

<https://www.facebook.com/VancouverWingsGoldChapu/posts/4823001321058727/>

<https://m.facebook.com/MemeYamelCA/posts/1232081617150615/>

Memes 24



Cubre bocas blanco- para el trabajo
Cubre bocas amarillo- para el Dinero
Cubre bocas rojo- Para el amor
Sin cubre bocas- Para ir con el creador



<https://www.mediotiempo.com/otros-mundos/memes-coronavirus-2-casos-confirmados-mexico?image=7>
<https://twitter.com/memesdopl3r/status/1288806567395987458?lang=fr>
<https://laregionenlinea.com.mx/recopilacion-de-memes-sana-distancia-ponte-el-cubre bocas-y-quedate-en-tu-casa/>

Memes 25



<https://www.facebook.com/julia.contreras.758/posts/2010358542439616>
https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3331565873639282&id=1223951111067446

bocas, a veces negocio más jugoso que el rubro original. Todo sea por el bien de la humanidad.

Además del consejo del uso, posición correcta, incomodidad, inconvenientes y modelo, abundan los memes que influyen entre el miedo y la amenaza, o el miedo y el consejo, entre lo religioso y lo material, e incluso canción terrenal o castigo divino (memes 26).

En fin, quién lo iba a decir, algo usado por enfermos o por médicos en quirófanos, hoy es obligatorio para todo mundo, y lejos de ver sus perjuicios se remarca su seguridad, biológica o mental, poco importa. Desconociendo la amplia bibliografía científica existente sobre el tema, especialmente aquella que cuestiona su eficacia, e incluso, desaconseja su uso (Akasha Comunidad, 2022; Ciencia y salud natural, 2022). A lo anterior, se deben añadir las ambigüedades, contrariedades y contradicciones de la vida, desde el ego, el doble mensaje y la clara incongruencia (memes 27). Desde la broma hasta el autoengaño y la incoherencia. Desde mensajes disciplinarios hasta la crítica en el mensaje, o el simple humor que aligera la vida, la airea, y como en estas páginas se reitera, la acompaña.

También hay algún meme crítico que cuestiona la utilidad del tapabocas y sus consecuencias para la salud tras el uso continuo, sin embargo, se trata de una minoría quien expresa dichas ideas (memes 28 / caricatura 4). Como se dijo, el humor todavía conserva cierto espíritu crítico, en un mundo como dice Bauman y reiteramos aquí, cada vez más carente de propuesta alternativas (Bauman y Donskis, 2019).

Finalmente, el tapabocas resultó fructífero para los memes y el humor, lástima que innumerables estudios oficiales y no oficiales, no opinan lo mismo para la sanidad.

Por otra parte y siguiendo con las prendas de la pandemia, los guantes que no fueron un elemento señalado por la normativa vigente, muchas personas los portaron, igual que la máscara o careta plástica o gafas especiales, de nuevo inspiración de creatividad y humor para quien los porta y humor por quien se hace eco en imágenes de memes o caricaturas (memes 29, caricatura 5).

Y del tapabocas al saludo, o no saludo, parte de la sana distancia y del denominado distanciamiento social, toda una novedad en las teorías en sanidad hasta la fecha, pues en el pasado se aislaban los enfermos, no los sanos, y si bien se advertía del no contacto físico, sí se fomentaba la compañía para el buen estado de ánimo.

Memes 26

**¿CÓMO CREÍSTE QUE TU CUBREBOCAS DE 5 PESOS
CON DIAMANTINA TE IBA A PROTEGER?**



**LOS FUNERARIOS AL
VER , QUE ALGUNAS
PERSONAS YA NO USAN
CUBREBOCAS**



<https://www.facebook.com/quintopodermex/posts/3144076209154360>

https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1061544804291210&id=100013071012732

**Cuando se me acerca alguien
sin cubrebocas**



<https://www.facebook.com/maggie.delam/posts/1925704747583830>

Memes 27



Jason cancela actividades hoy
Viernes 13 debido al Coronavirus
porque su máscara tiene hoyitos.



**NO PUEDO / AHH PERO EN LA
RESPIRAR CON ESTO / REVUELTA**

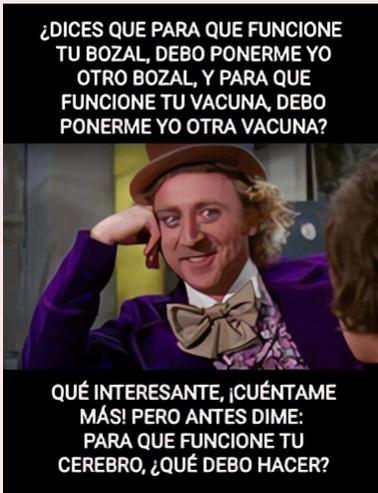


<https://www.paraloscuriosos.com/a27179/los-mejores-memes-acerca-de-cubrebocas-que-han-aparecido-en-internet>

<https://sanluispotosi.quadratin.com.mx/entretenimiento/pandemia-de-memes/>

https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=964625793957574&id=404706379949521

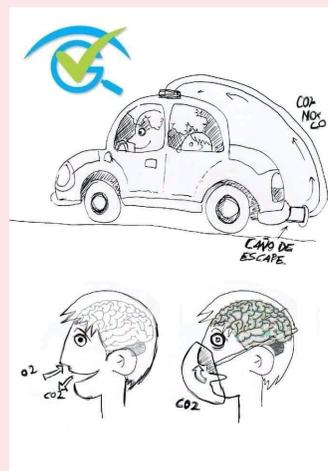
Memes 28



<https://m.facebook.com/828559827261028/photos/a.828592043924473/4149534375163540/?type=3>

https://as.com/tikitakas/2020/12/31/album/1609407935_631647.html

Caricatura 4



https://m.facebook.com/MemesDeCienciasSocialesOficial/posts/2718182715105322?locale2=fr_FR

<https://mobile.twitter.com/revdigital4t>

Memes 29 / caricatura 5



<https://www.cronista.com/infotechnology/online/Memes-y-burlas-por-los-hombres-botellas-las-formas-mas-bizaras-de-cuidarse-del-coronavirus-20200408-0010.html>
<https://sp.depositphotos.com/358351056/stock-photo-creation-of-adam-like-hands.html>



<https://www.pinterest.com/leytonania10/covi-19/>

No saludo de mano, beso, abrazo; sí de codito y puñito, o el codazo y empujoncito

En la cuestión del saludo sí hubo diversidad de opinión, que en una segunda parte del interrogante de la encuesta que era abierta y cualitativa se explica, que si se continúa con el saludo, es por costumbre y educación, sobre todo por amor, a la familia y las personas amigas, por eso se mantiene (cuadro 6). Eso sí, se diferencia a los cercanos, nosotros y a los otros, lejanos o que no se cuidan (Tajfel, 1984). Se añade también el empleo ya normalizado de otras formas de saludo, que antaño eran más usadas en la infancia –de nuevo infantilización social– y ámbitos deportivos. De ahí que el popular saludo de “puñito” y “codito” –como habitualmente se denomina– puede ser considerado por algún observador como regresión infantil, mientras otro lo considera necesario para mantener la relación toda vez que salvaguardar la integridad física. Así también, como obediencia a la figura paternalista de autoridad de un Estado u organismo internacional, quienes utilizan la psicología del “codazo” y el “empujoncito” desde el conductismo psicológico en la era neoliberal global (Thaler & Sunstein, 2008). Casualidad en la nomenclatura, aunque el “codito” es amistoso y el “codazo” está por probarse todavía su amistad.

Cuadro 6. Seguimiento y aplicación de medidas

¿Se saluda de mano, beso o abrazo?	Sí 48%	No 52%
------------------------------------	--------	--------

Fuente: Encuesta de la Ciudad de México, mayo de 2021.

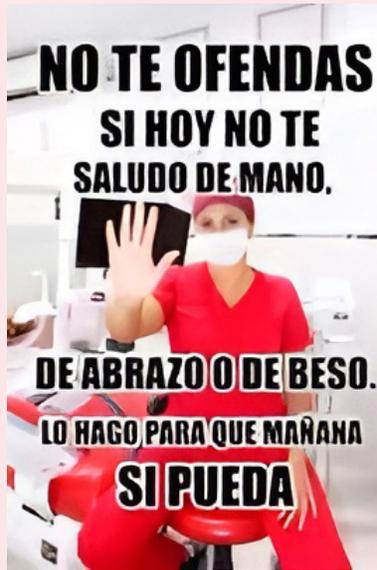
Si bien las personas emplean el nuevo saludo como mecanismo de defensa, ante un posible contagio, y sirve para reducir el estrés y lidiar con la ansiedad, también puede alejar y distanciar de la realidad, y enfriar las relaciones. Como que las viejas y nuevas teorías de la importancia del contacto físico humano quedaron descartadas de golpe, y ya no parecen tan necesarias para el sano desarrollo infantil y la personalidad en general, la sobrevivencia física y emocional, y el correcto desenvolvimiento mental. La vida nuda (Agamben, 2021) vence al abrazo terapéutico (Rincón Gallardo, 2015).

Por otra parte, y en otro orden de cosas, dentro de la sanidad pública y privada es posible reflexionar sobre cómo se emplea el miedo según las últimas teorías y en particular lo que se ha dado en llamar “acicate”, “codazos” o “empujoncito”, mencionados un par de párrafos atrás. Esta comunicación social de la política pública muy desarrollada ya en algunos países europeos, preconiza que es positivo promover impulsos conscientes o casi siempre no conscientes para encauzar al buen ciudadano a serlo –no sabe, no se informa, elije mal por prejuicio o error–, porque no sabe serlo, lo cual recuerda a la propaganda del siglo pasado, al miedo hobbesiano para la paz social a partir de la seguridad, la psicología de masas o a los totalitarismos de siempre (Arendt, 2003; 2006), sin olvidar la moderna mercadotecnia política y comercial de la neuropolítica. Se trata de una política intervencionista del gobierno a partir de campañas de políticas públicas para conducir a la ciudadanía, incapaz de decidir y hacer lo que le conviene, desde la psicología conductista con objeto de crear entornos de elección y una arquitectura de decisiones, para emplear su propia terminología, incluso hay quien dice que es paternalismo libertario, ya que se deja la decisión última en la libertad personal (Thaler y Sunstein, 2008).⁶

Así, hay memes amenazantes e intimidantes, como los hay burlones y divertidos sobre el saludo o su negación. Este negacionismo, si es por el bien de todos y todas, no es mala educación ni falta de respeto, carencia de cariño o amor, sino todo lo contrario (memes 30).

Añadir a lo anterior –como ya se mencionó– que desde hace tiempo en la sanidad se difunden mensajes de miedo con objeto de obtener obediencia o aceptar determinado punto de vista (Montmollin, 2008), bajo el supuesto de prevenir enfermedades o accidentes, así como imponer comportamientos considerados saludables. El uso del miedo aumenta en últimas fechas en las comunicaciones de sanitarias, con objeto de que el usuario siga las recomendaciones del personal sanitario, campañas no siempre exitosas y a veces contraproducentes que emplean la amenaza como estrategia comunicativa motivadora (Ordañana *et al.*, 2000). Incluso ya se ha estudiado y publicado el uso del miedo en la pandemia con el caso de Reino Unido (Dodsworth, 2021), sin embargo, lejos de provocar reaccio-

⁶ No es momento ni lugar para trabajar esto, tan necesario como importante, pues ahora es un codazo lo que hasta hace poco era manipulación clara y dura. Al respecto ya se empieza a hablar en investigaciones publicadas (Dobsworth, 2021), y seguramente la crítica al respecto se irá abriendo paso.



nes sociales, la población parece más atenta al entretenimiento frívolo o a la publicidad política y comercial, que a un debate sobre la utilidad de las medidas en la pandemia según los conocimientos científicos actuales. Eso sí, no falta el meme reproductor del mensaje disciplinario y bromista a la vez, y de paso de nuevo la presencia insistente de la cerveza, a modo seguramente de infografía que aconseja a su manera (meme 31).

Se separa a parejas y familias, ya que el beso y abrazo, antes habitual en las relaciones, incluso inspirador de terapias (Rincón Gallardo, 2015), hoy se estima peligroso para la vida. Difícil cuestión en una ciudad como la de México que cuenta con un *record guiness* del megabeso justo en el año de la anterior pandemia, cuentan que provocada por el cerdo y llamada gripe porcina o producto del virus AH1N1 en 2009 (Fernández, 2022). Y hablando de besos, bocas y sonrisas, algunas relaciones iniciaron en tiempos de desconocimiento físico y estético, por el cubrebocas, lo cual provocó al parecer según los memes alguna sorpresa. Además del consabido distanciamiento social en las parejas (memes 32).

Las medidas tomadas e impuestas dieron vida a diversos memes de carácter político y el saludo sin contacto recomendado por el gobierno de México, no fue la excepción. La famosa frase de campaña “abrazos, no balazos” (meme 33, caricatura 6) del primero candidato y hoy presidente Andrés Manuel López Obrador, dio pie a la elaboración de diferentes caricaturas y memes. En la pandemia de 2009 prosiguió con su trabajo y giras habituales, sin cubrebocas y abrazando y besando a la gente, mientras los responsables de sanidad en aquel momento advertían de no hacerlo, igual que el mensaje oficial internacional. Hoy y en la pandemia del 2020 el presidente también parece poco favorable al objeto nasubucal, por lo que fue muy criticado y también sujeto de memes.

No sólo eso, no parece escuchar el llamado de la población recogido en encuestas de opinión para que rectifique, se cuide y lo use. “La mayoría de los mexicanos llama al presidente Andrés Manuel López Obrador a usar cubrebocas; al menos el 55% así lo dice en la encuesta semanal número 26 de Mitofsky sobre la pandemia de Covid-19 en México, levantada los dos primeros días de agosto” (Campos, 2020:1) (gráfica 1).

Meme 31



<https://eldesmarque.com/coronavirus/1383840-memes-del-coronavirus-19-de-marzo>

Memes 32



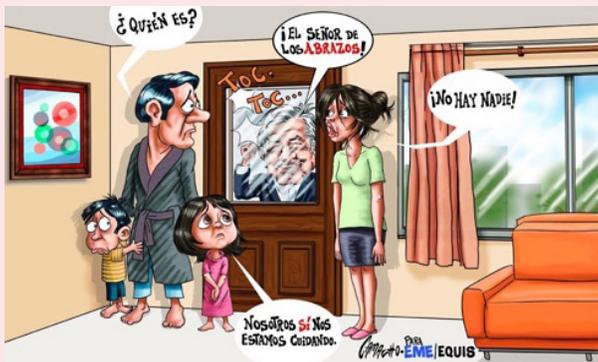
<https://www.periodicoenfoque.com.mx/viral/con-la-llegada-del-cubrebocas-obligatorio-llegan-los-memes-a-las-redes>
<https://www.facebook.com/chistesxd123/>

Meme 33



https://www.google.com/search?q=memes+quedate+en+casa&client=safari&rls=en&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKewivy0Ke9pt4AhXDwykDHWGpDI-kQ_AUoAXoEAEQAw&biw=1321&bih=1011&dpr=2#imgrc=nbGABsXrxjteM&imgdii=3FA_BJuwXhYn8M

Caricatura 6



<https://www.m-x.com/al-dia/los-memes-virales-de-la-pandemia-acaparan-el-humor-de-la-semana>

Gráfica 1



Fuente: <https://www.eleconomista.com.mx/politica/Coronavirus-Mexico-por-Consulta-Mitofsky-AMLO-usa-cubrebocas-20200803-0055.html>

Volviendo al no saludo y distancia física, esto aparece reiteradamente, entre mensajes más o menos humorísticos, que muestran fobias previas o de reciente creación, difícil saber, pero eso sí, motivo de insulto y culpabilización del prójimo (memes 34).

Y del no saludo a las opciones de saludo, también entre propuestas en serio y en broma, aunque no siempre es fácil su distinción, sí su intención de influir y disciplinar, como estrategia comunicativa, para promocionar las si bien no nuevas, pero sí poco usadas formas de saludo alternativas (memes 35).

Lo mismo que el lavado de manos o el cubrebocas, la información oficial pública y privada sobre los diferentes saludos a veces parecen memes, y los memes infografías sanitarias. La confusión informativa o desinformativa parece al orden del día. Eso sí, independientemente de su formato y origen, puede acabar siendo un meme.

El no saludo, o las alternativas al tradicional, crean distancia física, mental y afectiva, enfriamiento quizás, frialdad tal vez, en todo caso la nombrada distancia cognitiva, en cuanto a emoción y también social. La “distancia social” promovida por la OMS, fue renombrada por el gobierno mexicano como “sana distancia” y popularizado –o caricaturizado– como “Susana Distancia” en la campaña sociosanitaria. Personaje femenino con nombre y apellido, que también dio pie a las bromas, los chistes y el humor, faltaba más.

Memes 34



<https://www.verbub.com/i/23454/e-pido-por-favor-si-me-ven-en-la-calle-no-me>

https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=197343381776350&id=107462887431067 <https://www.facebook.com/periodico.soldeguerrero/photos/pcb.1763504677122636/1763504653789305>



<https://m.facebook.com/100546471456315/posts/el-beso-de-la-muerte-humor-memes-coronavirus-coronamemes-beso-meme-colombia-cuar/159532508891044/>

!!! Por cuestiones de prevención no acepto saludos de beso o de mano. Pueden hacer una reverencia o arrodillarse al verme !!!



<https://conexionmigrante.com/2020-03-13/los-mejores-memes-sobre-el-covid-19/>

<https://www.facebook.com/FujiNewsPeru/photos/nuevas-formas-de-saludar-por-el-coronavirus/2388606068044674/>

<https://www.facebook.com/200267740025146/photos/a.2901693066549253/2962766810441878/>

Sana distancia y el personaje de Susana Distancia

Así se llega a la última medida revisada en este apartado, que según los datos cuantitativos fue seguida por la mayoría de las personas encuestadas, aunque no todas (cuadro 7). Quienes en la respuesta cualitativa y explicativa dijeron que por imposibilidad, ante espacios como el transporte público donde resultaba poco menos que milagroso, o frente a personas irresponsables que no respetan la medida. En todo caso se declara que sí se mantiene cuando esto es posible.

Cuadro 7. Seguimiento y aplicación de medidas

	Sí	No
Aplica la sana distancia en la calle	73%	27%

Fuente: Encuesta de la Ciudad de México, mayo de 2021.

Susana Distancia fue un personaje creado por un diseñador del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, que el gobierno adoptó con objeto de su campaña oficial, en la sintonía de figuras infantiles para las campañas de concientización sanitaria. Se estableció por parte del gobierno la Jornada Nacional de Sana Distancia a partir de *Susana Distancia*. Un medio de comunicación que se hace eco afirma: “Desde el inicio de la pandemia de coronavirus, México tiene una aliada extra: la superheroína *Susana Distancia*, un personaje creado por el Gobierno para hacer calar las medidas de distanciamiento social” (*El Universal*, 2020). En el periódico de circulación nacional se añade que las intenciones de dicha creación son para que “la gente entienda lo que a veces cuesta trabajo transmitir en cuanto a las conductas responsables frente a una pandemia como la actual”, y al parecer “*Susana Distancia* enamoró también a las redes sociales donde fue acogida con un fervor entre la admiración y la ironía” (*El Universal*, 2020). Cristian García su protector señala “La responsabilidad es gigantesca, porque no se trata de un programa de televisión, sino de ilustrar una campaña de salud en el marco de una de las peores pandemias en la historia de la humanidad” (Perales, 2020).

La imagen del personaje y el nombre fue inspiración para numerosos memes, en general todos con gran sentido del humor, que hay que festejar ante la dureza y complejidad de la normativa (memes 36).

Memes 36



<https://www.univision.com/radio/radio-nacional/los-memes-de-susana-distancia-son-la-mejor-forma-para-combatir-el-covid-19-con-humor-fotos>

No nos avisaron que después de tantos días de Susana Distancia llegaría Inés Tabilidad y Lalo Cura.



**Después de
Susana Distancia viene
Inés Tabilidad, Lalo Cura
y Cindy Nero**



<https://www.dopl3t.com/memes/graciosos/no-nos-avisaron-que-despues-de-tantos-dias-de-susana-distancia-llegaria-ines-tabilidad-y-lalo-cura/954108>
<https://segundos.com.mx/memes-humor-como-defensa-psicosocial/>

Y por supuesto, los memes políticos de nuevo, en el sentido que no todo mundo estuvo tan dispuesto a mantener la sana distancia (meme 37, cartón 1).

Pese a que se solicitó amplia, reiterada e intensamente por todos los medios, y de forma oficial por las insituciones del país y las autoridades sanitarias, no obstante, ni el presidente, ni el subsecretario de salud, encargado precisamente de la pandemia, Hugo López Gatell, la acataron en *estricto senso*, en su vida pública o personal. De hecho, muy polémicas fueron las imágenes de este funcionario vacacionando en la playa –mientras varios lugares estaban en semáforo rojo–, y sin tapabocas en un avión, al inicio de año 2021, tras haber anunciado al país la necesidad de quedarse en casa y evitar las celebraciones navideñas en familia (memes 38).

Siguiendo con la distancia, otro asunto fue la instrucción de un metro, metro y medio o dos metros de sana distancia, que el humor retomó y reinterpretó de múltiples maneras. Nótese la expresión a veces de sana distancia, otras de distanciamiento social, cultural, ideológico –no físico–, que muestra esterotipos, estigma y hasta discriminación cuando no violencia simbólica, icónica y verbal, intolerancia y discriminación a la diferencia. Así, los memes reiteran estereotipos y estigmas de nueva o vieja data, y se aprovechan de la explicación de la medida (memes 39).

Siempre con alusiones a creencias, esteotipos, valores, reproductores de discriminación a veces, productores de humor casi siempre, de Susana Distancia a Susano Juicio, sea esto último lo que quiera que sea (meme 40).

Todo parecía bueno para difundir la medida, desde animaciones extranjeras hasta diosas de antiguas culturas mesoamericanas, o populares productos farmacéuticos actuales (memes 41).

Meme 37



<https://www.facebook.com/ADNInforma/photos/pcb.1714896265342192/1714896175342201>

Cartón 1



<https://twitter.com/alarcondibujos/status/1241824358957486086>

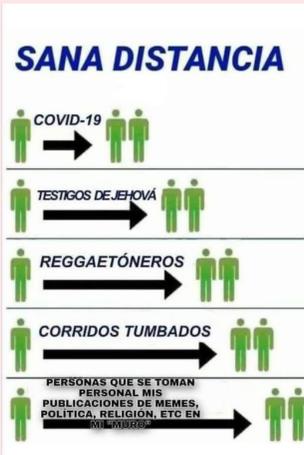
Memes 38



<https://erizos.mx/memes/los-mejores-memes-de-hugo-lopez-gatell-de-vacaciones-en-la-playa/>
<https://24horaspuebla.com/2021/01/04/comparten-memes-de-gatell-por-sus-vacaciones-en-huatulco/>



<https://lasillarota.com/repubicameme/lopez-gatell-y-los-memes-que-le-costaron-sus-vacaciones-sin-cubre bocas/471528>
<https://lasillarota.com/repubicameme/lopez-gatell-y-los-memes-que-le-costaron-sus-vacaciones-sin-cubre bocas/471528>
<https://www.contrapesociudadano.com/estos-son-los-memes-que-dejaron-las-vacaciones-de-lopez-gatell/>



<https://www.facebook.com/alejandro.sanchezdavila.73/posts/850187189138899>

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10207323734047125&set=a.10204996159739222&type=3-Cubreocas>



<https://twitter.com/lacuevacultural/status/1274454045806166017>

https://www.facebook.com/TachiditoLee/photos/bc.AborZVmFmz9LtLlojeTPMoJpVSE8Avnjw2axNiTOKYPfbZrdRmXmAU9W0n2Gwg-_Y90FXBNVioUii5_44biGeeCDaDk-qX2dLT-ITP1Bxuf50mup8k_4-2HxqvUQqY89mQvAG-

Meme 40

-¿Está aquí Susana Distancia?
¡Llamada para Susana
Distancia! ¿Susana Distancia?



<https://www.dopl3r.com/memes/graciosos/esta-aqui-susana-distancia-llamada-para-susana-distancia-susana-distancia-ooll-jape-ud/950433>

Memes 41



Entregan calificaciones
Mi mamá: Ven para acá...
Yo:



<https://twitter.com/elifarmen/status/1246571607058866176>

<https://www.facebook.com/EIPitorreoMX/photos/a.2242372319363485/2680947905505922/?type=3>

Diversos ejemplos de espacios

El tema del espacio público mencionado con anterioridad, en particular del transporte público, fue reflejado varias veces, como un hecho sentido y sufrido (memes 42).

Diferentes medidas para acatar la medida

También se desbordó la imaginación y creatividad popular siempre buscando estrategias prácticas y efectivas para aconsejar y motivar el cumplimiento de las medidas (memes 43).

Eso sí, cada quien se adaptó a la nueva normalidad con objeto de mantener algunas de las viejas y tradicionales prácticas, y costumbres cotidianas (memes 44).

Como se observa, los memes siempre tienen algo que decir sobre las medidas, generalmente incentivando su recomendación y aplicación, esto es, encaminados a disciplinar y como dispositivo (Agamben, 2014) de su cumplimiento.



Memes 42



<https://m.facebook.com/hnspottersnews/photos/a.1629153467315385/2865866650310721/?type=3>
<https://www.distrilocomedia.com/chistes/covidiotas-los-mejores-memes-pandemia>



<https://biovictor.com/wp-content/uploads/2021/06/photo5810195182543550414.jpg>

Memes 43



<https://eldesmarque.com/coronavirus/1383840-memes-del-coronavirus-19-de-marzo>

<https://www.lavozdemichoacan.com.mx/pais/covid-19/memes-destrozan-las-redes-tras-conocer-extension-de-la-sana-distancia-y-uso-de-cubrebocas/>

Memes 44



<https://www.pinterest.com/pin/791296597016914688/>

<https://ahseeit.com/spanish/?qa=23471/el-chisme-con-su-sana-distancia-meme>

Consecuencias de las medidas: contaminación, enriquecimiento y salud mental

Dicen que todo tiene sus causas y consecuencias. Las causas de las medidas son proteger de la enfermedad que el virus provoca según la información oficial. Las consecuencias fueron esas sí vividas por toda la población como se presenta en seguida, descritas en los memes de formas muy diversas, entre la concientización, la crítica y el humor.

Se reitera en la calle y en los medios, incluso opinan los expertos y la población de los beneficios que para la naturaleza significó los días de confinamiento, al desaparecer la contaminación. Sin embargo, poco se habla de la nueva contaminación resultante de los novedosos objetos cotidianos, de la obsesión por la limpieza e higiene, y por cambios en el empaquetado de productos, como por ejemplo, el pan dulce o los plásticos de las compras y los envíos a domicilio. Aunado a esto, los nuevos protocolos médicos produjeron enormes cantidades de desechos de material sanitario: cubrebocas, guantes, caretas, contenedores de desinfectantes y vestimentas médicas, entre otros, generando toneladas de basura (caricatura 7). Por no mencionar todos los tóxicos químicos al emplear el gel y productos de limpieza de forma abundante. El caso del cubrebocas en el suelo de las calles o su llegada a los mares apareció en fotografías y memes.

Pero el ingenio memético muy ecológico y ambientalista, lo recicla todo, pero todo es todo, por lo menos en la imaginación y las posibilidades (meme 45).

Por otra parte, entre las consecuencias está el tema de quién sacó provecho económico de las medidas, que curiosamente no parece muy comentado en las noticias o entre la ciudadanía. En el caso de los memes, sí se señalan las ganancias por la venta de los productos de moda y obviamente toda la industria farmacéutica, medicamentos alópatas y tratamientos alternativos de todo tipo también se beneficiaron, profesionales de la salud física y mental, incluidos (memes 46, caricatura 8). El dinero público fluía en hospitales y profesionales sanitarios de algunos países de forma generosa y abundante, aunque no siempre difundido ni mucho menos debatido.

Caricatura 7



<https://eldesmarque.com/coronavirus/1383840-memes-del-coronavirus-19-de-marzo>

Meme 45



<https://eldesmarque.com/valencia/levante-ud/240141-los-mejores-memes-por-el-coronavirus-humor-en-tiempos-de-confinamiento-2-2>



El vato que vende
gel antibacterial



<https://www.memegenerator.es/meme/31370540>

<https://eldeforma.com/2020/03/17/gel-antibacterial-coronavirus-venta-forbes-carlos-slim/>

<https://www.paraloscuriosos.com/a27179/los-mejores-memes-acerca-de-cubre bocas-que-han-aparecido-en-internet>



—¿Cuánto cuesta el examen del Coronavirus?
—3 mil 700 pesos.
—Deme un Vick Vapourub.



Caricatura 8



<https://eldesmarque.com/valencia/levante-ud/240141-los-mejores-memes-por-el-coronavirus-humor-en-tiempos-de-confinamiento-2-2>
https://www.google.com/search?q=memes+pandemia+examen+historia&rlz=1C5CHFA_enMX992MX992&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKewitt7X_1c44AhUJ0QIHUK9BvwQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1363&bih=986&dpr=2#imgrc=Tf8KhtM_G760-M
<https://cxt.es/es/20210401/Politica/35653/joan-ramon-laporte-vacunas-astrazeneca-trombosis-capitalismo-mar-calpena.htm>

Por supuesto, las megatecnológicas de la información, los medios de comunicación, todo lo relacionado con la industria médica y farmacéutica, obtuvo muchos beneficios. Lo cual invita a pensar en quien salió perjudicado también por la pandemia y sus medidas.⁷

En relación con la salud mental, su deterioro fue y es obvio, constante y considerable, como la OMS (2020c; 2020d) y la OPS (2020b), y el propio gobierno de México anuncia, y varios estudios ya comprueban, por si alguien no lo hubiera observado enderredor suyo. Un par de memes para ilustrar un tema no sólo importante, sino fundamental en nuestros días, y que se alargará hacia el porvenir, desde la descripción ilustrativa del sentir hasta casi el humor negro del actuar (memes 47).

Quizás símbolos de nuestro tiempo, la basura y la contaminación ambiental, el enriquecimiento de los más ricos y las perturbaciones mentales y desequilibrios emocionales que distancian al humano de su centro, su interior y su ser. Además de las medidas que lo distancian del otro, de la comunidad, la convivencia y el intercambio social antaño considerado saludable. Lo cual inspiró memes existencialistas que recordaron frases de escritores o incluso expresiones más comunes (memes 48).

Y además de la salud mental personal y colectiva, está la salud social y política de la que no se habla ni preocupa ni ocupa, opacada por la física que cubre todo el espectro de preocupación pública e individual, de nuevo la *nuda vida* de Agamben (2021).

⁷ Todo lo cual abarca a un amplio espectro de empleos, comercios y servicios, sobre todo pequeños y medianos, un reajuste y readaptación, económico y social importante, que no se observó mucho en los memes, lo que sí apareció con insistencia y profusión fueron las consecuencias psicosociales.

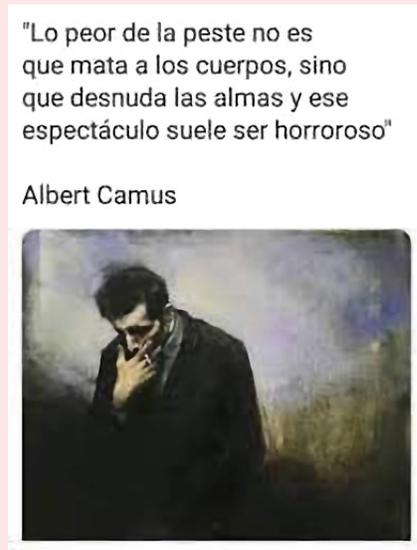
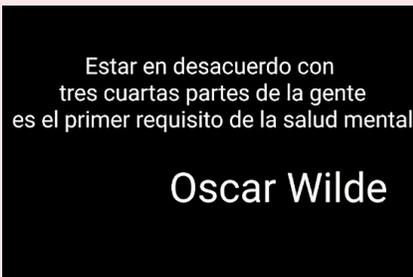
Memes 47



<https://www.eluniversal.com.mx/cartera/memes-la-medicina-psicologica-del-confinamiento-bid>

<https://www.meme-arsenal.com/en/create/meme/2333643>

Memes 48



<https://es-la.facebook.com/MemesDeCienciasSocialesOficial/posts/la-salud-mental/1979773592279575/>

<https://m.facebook.com/Memes-de-salud-mental-111277963965517/posts>

<https://todo-memes.com/meme-de/Por-salud-mental-a-veces-es-mejor-no-saber-nada-675664>

¿Y dónde quedó la libertad?

Para responder a este interrogante y como señala Bauman (2007), opacada por el discurso de la seguridad, quizás borrada por el miedo visceral a la muerte que se aloja en el tronco cerebral, tal vez por el miedo social del cerebro límbico al abandono o denigración social –recuerden los mensajes de algunos gobernantes y los medios acusando a quienes osaban tener ideas diferentes–, tal vez la disonancia cognitiva y la indefensión aprendida llegó como mecanismo de defensa a algunas personas y la restricción de libertades.⁸ El caso es que se está en los tiempos de la nuda vida (Agamben, 2021) y en época de la posverdad (Pigem, 2021). Y del miedo al enojo hay solo un paso, la amenaza también es parte de la siembra de miedo, del humor como violencia, o quizás es más correcto decir de la violencia sin humor, y eso se manifiesta independientemente de la posición de cada quien ante la pandemia. La siembra de miedo ante el virus de unos, puede recoger la cosecha de enojo, justicia o violencia, por parte de otros (memes 49).

De hecho, al final varias personas parecen mostrar cómo se trató y se trata de sobrevivir a todas las adversidades de la vida, con más o menos gracia, aceptación y humor. Sobre todo cuando la pandemia desaparece de un día para otro, aunque eso sí, bajo la amenaza de futuras pandemias, inoculaciones, certificados, solo para reducir la distopía a un tema, pues hay muchos más. Acompañados todos por los miedos en el discurso social de Bauman (2007), los riesgos discursivos creados (Beck, 2002), la cultura del miedo (Furedi, 2018), el horror en los medios (Bericat, 2005), en fin, el esbozo de un sociedad distópica presente y futura (Carrillo, 2019) (meme 50).

Para no cerrar este punto con mensajes pesimistas, justicieros o distópicos, presentar a continuación algunos ejemplos de la creatividad y el humor popular que fueron muy prolíferos, sobre todo en los primeros meses de la pandemia.

⁸ Todo esto no solo desborda lo presentado en estas páginas, es digno motivo para desarrollar en todo un libro sobre el tema del miedo y en torno al comportamiento social, pues aquí no es momento ni lugar para abordar.

Memes 49



<https://za.pinterest.com/pin/652107221038521021/>

<https://www.elmundo.es/espana/2021/09/19/6143c5d7e4d40890368b4695.html>

Meme 50



<https://www.mediotiempo.com/otros-mundos/memes-coronavirus-2-casos-confirmados-mexico?image=7>

Creatividad y humor

También es posible anotar como consecuencia la creatividad y el humor que los tiempos de pandemia y las medidas inspiraron, en especial animar la vida y mantener la economía: la piñata de virus o el disfraz, sopes, conchas, pan dulce, pasteles, todo aludía al protagonista mediático de esos días (imágenes 1). Una forma de convivir con la amenaza y transitar el miedo, con la intención de sino de revertir, sí suavizar y convivir con la adversidad, tal vez burlarse, quizás adaptarse, siempre esbozar sonrisas y aligerar la vida.

Finalmente, las consecuencias de las medidas según el relato de los medios, gobiernos y organizaciones internacionales es que salvaron vidas; sin embargo, se trata de un discurso más general y propagandístico que con datos e investigación científica al respecto. De hecho, poco a poco en las revistas científicas oficiales aparecen indicios que contradicen el discurso hegemónico y consensual (*Akasha Comunidad*, 2022; *Ciencia y salud natural*, 2022). Además de no contar con la diversidad de voces existentes, que se desconoce u oculta. Así que, en medio de esta distopía, veremos a quién absolverá la historia, de momento contentémonos con un pan dulce de coronavirus que es una resignificación popular de como afrontar el miedo. Resignificación que a veces, tiene que ver con viejos sentires, con nuevas propuestas, con el humor benigno o no tanto (memes 51).



Imágenes 1



<https://www.chilango.com/ocio/memes-cumbias-comidas-y-disfraces-del-covid-19/>

<https://www.facebook.com/742062752804293/posts/piñata-de-coronavirus-navideño-se-realiza-cualquier-figura-sobre-pedido-con-una-s/1375543326122896/>

<https://www.facebook.com/476865129724660/posts/717584578986046/>

<https://regeneracion.mx/ante-el-covid-19-redes-sociales-se-contagian-de-memes/>



 **Siente Veracruz**
17 h ·  

Los Jarochos no conquistamos en mundo porque no queremos...
Crean en #Veracruz la "picadavirus", hay de salsa ranchera y verde.
¿De qué la pedirías?
Foto tomada de redes sociales



<https://www.milenio.com/virales/coronavirus-iztapalapa-crea-conchavirus-pan-cdmx>

<https://www.lavanguardia.com/crifeo/viral/20201119/49542994306/panaderia-mexicana-sorprende-clientes-vendiendo-pan-coronavirus-viral-twitter.html>

<https://de10.com.mx/actualidad/llego-el-covisope-el-nuevo-antojito-mexicano-inspirado-en-el-coronavirus>

Pregunta, lo del posible cierre de los colegios es con los niños adentro o afuera? Digo, para organizarme jajaja



Para terminar

“Un estudio de la Asociación Americana de Psicología analizó el impacto de los memes en las personas durante los meses en los que la pandemia afectaba con más fuerza al mundo. Lo que descubrió fue que, gracias a esta manifestación humorística propia de nuestros tiempos, muchas personas pudieron bajar sus niveles de estrés” (Universidad, 2021).

Lo expresado en la cita anterior señala a un humor que colabora a sobrellevar el estrés, calmar la ansiedad, y también al hecho de exponer y compartir experiencias comunes que acompañan y hacen sentir acompañado, problemáticas similares dentro de comunidades con ideas afines, gracias a basarse en referentes culturales compartidos, así como, creencias sobre la pandemia y sus medidas, sean éstas las que fueren.

El humor siempre nos salvará dicen, se reitera, o si algo no cambiará con y tras la pandemia será el humor, de hecho es posible afirmar que el meme es una suerte de nueva noticia, incluso un intérprete de la ciencia, además de una universidad de lo risible. Ciencia y medios que han sido protagonistas, en estos días, ya cuentan con la competencia del meme. Sobre la información “la pandemia ha sido fuente de obras de humor inagotables. Su forma inmediata, el meme, logra a veces mayor contundencia informativa y polémica que la noticia. El meme no imita a la realidad; la noticia es la que ahora busca parecerse al meme, en contundencia, capacidad de fascinación y poder de síntesis” (Sprengelburd, 2020:104). En cuanto a la ciencia “Estos memes, *remakes* de canciones espantosas, *stickers* y apostillas interpretan al instante mucho mejor el pensamiento científico” (Sprengelburd, 2020:105). Eso sí, el mensaje y discurso a veces es ambiguo, otras claro y directo, en todo caso más allá de su consideración de humor anónimo planetario, lo cierto es que engarza con la “relativización de certidumbres globales” y “también moldea la percepción de nuestro espectador del futuro, por no hablar de los votantes o los maestros” (Sprengelburd, 2020:106). Esto es, el mensaje humorístico influye, crea consenso o disenso, retroalimenta el pensamiento de grupo (Tajfel, 1984; Huici, 2012); por supuesto, todo mundo es agente de su propia vida, no obstante, la fuerza de la obediencia y la conformidad también existe (Sunstein, 2019; Levine y Pavelchack, 2008), más aún el meme también puede ser con la cine-

matografía o la televisión, fuente de programación predictiva o primado negativo.⁹

Y del pasado al futuro, no el previsto por el meme –ya visto–, sino el recuerdo de lo vivido en los días de la pandemia que seguramente generó huellas cerebrales y generará memorias colectivas, y que los memes ahora son testigos y pruebas, evidencias informativas, patrimonio y folclore (Shifman, 2014; Lialina y Espenschied, 2009; Giovine y Romero, 2022) (memes 52).

Para concluir este capítulo sobre la aproximación descriptiva y reflexiva en torno a la percepción y apreciación de las medidas, quiero señalar en primer lugar y según la encuesta, la valoración favorable mayoritaria de las mismas. En segundo lugar, cuando hay disenso es por problemas prácticos de aplicarlas o mantenerlas, como la sana distancia en espacios públicos o el saludo a los más cercanos, con personas próximas como la familia.

Respecto a los memes, el abanico de opinión parece ampliarse, no tanto en cuestión de crítica directa a las medidas, que sí la hay pero escasa, sino en relación con incomodidades y dificultades de su seguimiento, en general a partir del humor. Un resumen de los hallazgos apunta primero, a una mayoría de expresiones que ensalzan y aplauden las nuevas normativas, algunas serias, otras cómicas. Quizás memes producidos desde profesionales, instituciones o gobiernos, tal vez originados y recreados de forma anónima, participativa, popular (Cortázar, 2014), en todo caso, con intención de influenciar, disciplinar o aconsejar, a veces agresivos (Berger, 1999; Martin, 2007), e incluso a modo de dispositivo social (Agamben, 2014) o como pensamiento de grupo (Tajfel, 1984; Huici, 2012) y conformidad y obediencia social (Levine y Pavelchack, 2008; Sunstein, 2019), como se reitera a lo largo de estas páginas.

Como segundo grupo –a veces entremezclado con el anterior y el posterior según su tendencia semántica– una considerable muestra de expresiones que relativizan o matizan las reglas, se quejan o burlan de forma ambigua, bromista y con relajo (Freud, 2008; Portilla, 1997). Una suerte de mensajes que señalan aceptación o no, adaptación a medidas, sobre todo acompañamiento para sobrellevar la situación, la aplicación incómoda y sus dificultades, así como las consecuencias no siempre gratas o deseables.

⁹ Pero sobre esto, como en otras temáticas, no es posible profundizar aquí, sólo mencionar y hacer un llamado a buscar información y reflexionar sobre el tema.

Memes 52



Los adolescentes del futuro intentando estudiar todo lo ocurrido en 2020 para el exámen de historia



<https://eldesmarque.com/coronavirus/1383840-memes-del-coronavirus-19-de-marzo>

<https://www.trecebits.com/2020/12/13/los-10-memes-que-definen-este-2020/>

https://as.com/tikitakas/2020/12/31/album/1609407935_631647.html

Siempre en principio, con la búsqueda de alivio según la teoría de la descarga –liberación de carga psíquica, removiendo represiones– y liberación de tensión (Freud, 2008a), con un humor que busca el placer aun en circunstancias desfavorables, y que consuela al yo y pone a salvo del sufrimiento (Freud, 2008b) en la medida de lo posible. Un alivio cognitivo y emocional, que explica en parte y acaricia también, para calmar mente y cuerpo, y hasta el alma y el espíritu según algunos autores (Berger, 1999; Hawkins, 2016).

Un tercer grupo realiza una crítica directa que señala desde el ingenio la incongruencia (Freud, 2008b) de las medidas. A modo de expresiones de sectores imposibilitados de presencia en otros medios (Scott, 2000). Es crítica y a veces conlleva un discurso alternativo de grupos minoritarios (Moscovici, 1996) con propuestas diferentes sobre la situación y las medidas. Al parecer los memes permiten expresar y difundir en espacios afines y comunidades de sentido otras miradas (Wiggins, 2019), divergentes o disidentes.

Finalmente y en general, se debe subrayar la aceptación de las medidas, remarcar sus problemáticas e inconvenientes, dificultades y contradicciones, reseñar la importancia del humor para señalar lo anterior, así como para aceptarlas y adaptarse o criticarlas y reirse. Un humor que si no resuelve, sí acompaña personalmente y vincula socialmente, de mejoramiento personal y afiliación social (Martin, 2007), según aquí se considera.

Unos memes que producen y difunden, replican y modifican, en general, mensajes de sumisión y complacencia, de aceptación y cohesión (memes 53). Un mimetismo de ideas, emociones y energías que se reproduce instánea y velozmente agrupando mentes y cuerpos, sensaciones y sentimientos, creencias y opiniones, en una suerte de condensación social.

A las preguntas iniciales de este apartado, sobre el humor en tiempos adversos, cabe decir que se encontró un humor y unos memes que son parte de la estrategia de resiliencia en circunstancias adversas y momentos difíciles (Vanistendael y Lecomte, 2002), fruto de necesidades y capacidades del humano de aceptar la realidad y fluir en ésta, desde todas las miradas, desde más allá de lo físico, en una suerte de redención que diría Berger (1999), no de rendición, sí de adaptación al principio de realidad existente.

Y para acabar, como dice Oscar Terol (2022), el humor es para que todo mundo sea feliz, no para convencer, no para reprochar, con objeto de compatir y como antídoto del miedo, un humor que humaniza y que pretende unir, un humor con amor y respeto. Como intenta ser este libro sobre humor y memes, pues a una pandemia de miedo ha tratado de mostrar y demostrar la otra pandemia: la de los memes.



Confinamiento: hábitos, emociones y humor

Una de las medidas, seguramente la más sentida por la ciudadanía en general fue el encierro, voluntario u obligatorio según países o regiones, pero reiteradamente aconsejado por organismos internacionales, instituciones estatales, y seguido por la población en México en buena medida. El confinamiento, cuarentena, o “Quédate en casa” como se llamó en tierras mexicanas, fue la medida más importante para todo el mundo donde se llevó a cabo, por sus consecuencias sociales, económicas y emocionales, entre otras cosas. Vivida vívidamente y con sus efectos durante su transcurso y, por supuesto posteriores, como se muestra en estas páginas.

Lo primero es lo primero, definir el concepto ¿cuarentena?, ¿confinamiento? Según la RAE “cuarentenar” es “Poner a alguien en cuarentena”, con el ejemplo, “Se cuarentenó durante la epidemia”; y “Pasar un periodo de cuarentena” con la ilustración, “Se permite el regreso a la ciudad de origen para cuarentenar”. En cuanto a “cuarenteno, na” es, entre otras cosas, “aislamiento preventivo a que se somete durante un período de tiempo, por razones sanitarias, a personas, animales o cosas” (RAE, 2021). Nótese lo ligado de la expresión a la sanidad y a la obediencia.

El diccionario afirma que “confinamiento” es “aislamiento temporal y generalmente impuesto de una población, una persona o un grupo por razones de salud o de seguridad”, por ejemplo, “el gobierno decretó un confinamiento de un mes”, y también “pena por la que se obliga al condenado a vivir temporalmente, en libertad, en un lugar distinto al de su domicilio” (RAE, 2021). Aquí de nuevo hay aislamiento impuesto y pena a condenado en libertad, también aparecen la salud y la seguridad. No se quiere perder

la oportunidad de definir “encierro”, término con el que algunas personas nombraron y expresaron su vivencia. “Lugar donde se encierra”, “clausura, recogimiento”, “prisión muy estrecha, y en sitio cerrado, para que el reo no tenga comunicación” (RAE, 2021). En este caso todo parece más que claro, se trata de una condena en prisión.

Como se verá según obras, autores, políticos, personas en general, eligen uno u otro vocablo. Por ejemplo, las encuestas hablan de cuarentena, los estudios de confinamiento, así que cada cual emplea su palabra, incluso hay diferentes definiciones que circulan por ahí sobre etimología, historia y significado. Pero todo mundo entiende de qué se trata en general. Finalmente, el gobierno de México lo resolvió con la orden “Quédate en casa”, lo mismo que la norma de aislamiento o distanciamiento social lo tradujo finalmente a “Susana Distancia”, sobre la que se habló en otro capítulo de esta obra.

Se emplea aquí la encuesta para la Ciudad de México, ésta tuvo lugar en la primavera del 2021 y contenía preguntas sobre el quedarse en casa –expuesta con anterioridad–. Sobre las encuestas para el país se trata de la casa encuestadora Consulta Mitofsky que realizó una serie a lo largo de toda la pandemia sobre diferentes temáticas con ella relacionadas –también ya empleadas en otros capítulos–, entre las cuales estaba la opinión sobre el “Quédate en casa” en diferentes momentos y aspectos relacionados con el tema que aquí se retoma y expone.

En cuanto a los memes, se recibieron a través de redes sociales y se buscaron en sitios creadores, medios reproductores y páginas de internet que los recopilan y difunden. Su selección fue guiada, en primer lugar, porque fueran creaciones de México, y en los años de este estudio, si bien también hay algunos de otros países que estuvieron presentes en el ciberespacio mexicano. En alguna ocasión también se emplean caricaturas. En segundo lugar, que se centraran en la cuarentena o confinamiento y expresaran algo sobre la medida, desde diferentes posiciones y alrededor de subcategorías al respecto. Para su estudio desde el análisis de contenido temático y sobre todo el de discurso social, se trabajó en clasificación por categorías y subcategorías, así como posicionamientos de distinta índole, todo siempre centrado en la narrativa o crónica social en tiempos de pandemia, un discurso como hecho social y proceso socio-semántico, como se viene reiterando en esta obra.

Se debe añadir que aquí se pregunta y responde sobre el confinamiento, discursos y mensajes, creencias y cumplimiento, tiempo y espacio, hábitos y cambios, actividades y consecuencias. Y sobre todo, tendencias y opinión cuantitativas, conceptos y campos semánticos cualitativos. Así como ¿qué opinión pública existe sobre el mismo?, y ¿cuál fue el papel de los memes en el tema, sus diferentes aspectos y consecuencias diversas?



Los discursos oficiales

Para empezar, la Organización Mundial de la Salud (OMS) solicitó dicha medida de confinamiento como forma de desacelerar la transmisión (OMS, 2020a). Con algún cambio en su relato (2020b) donde moderaba lo afirmado. Finalmente, subrayó las problemáticas creadas como consecuencia de la medida: económicas y mentales (OMS, 2020c, 2020d). Como suele ser habitual, la información es confusa pues algunos documentos piden el confinamiento y declaraciones de la misma institución y sus miembros, afirman no abogar por el mismo (*La Vanguardia*, 2020).

El gobierno mexicano adoptó la campaña “Quédate en casa” (Gobierno de México, 2020a), con determinadas instrucciones según el color del semáforo que señalaba la peligrosidad o la norma a seguir en cada momento –rojo, amarillo y verde–. El semáforo se guiaba en un porcentaje de la ocupación hospitalaria y en el aumento de casos. Si bien se afirmó era un confinamiento voluntario preventivo –aunque esto variaba según estados de la República y localidades–, la suspensión de actividades no esenciales, el cierre de instituciones, empresas, comercios y el miedo creado por la alerta en los medios, hizo que una buena parte de la población permaneciera en su vivienda. No obstante, varias ocupaciones consideradas esenciales y grupos sociales con necesidad de trabajar siguieron con sus labores habituales. De hecho, ante la solicitud mediática del confinamiento y la deserción en algunos ámbitos laborales a partir de la alerta de la OMS, el gobierno realizó llamamientos en el sentido de esperar a que las autoridades sanitarias decretaran las medidas en el país en el momento considerado oportuno. “Durante esta Nueva Normalidad y si tu localidad está en semáforo rojo, debes quedarte en casa” (Gobierno de México, 2020a) (infografía 1).

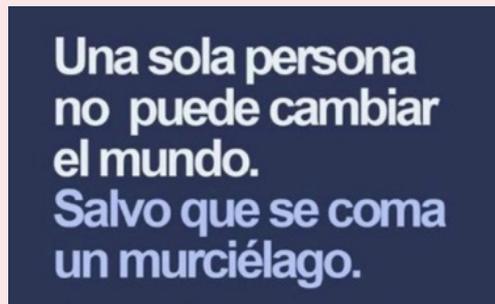
Junto a la campaña también señaló la importancia de mantener el ánimo y cuidar la salud mental durante la cuarentena (2020b, 2020c, 2020d). Sin duda, los memes contribuyeron a ello como ya hay estudios que lo señalan (Universidad, 2021). Aunque en honor a la verdad, el humor y los memes, como todo en la vida, pueden ser benéficos y estimular el mejor ánimo, o perjudiciales y motivar más miedo y estrés. En general, se tiende a remarcar el humor en su seno, pero en modo alguno hay que olvidar su lado oscuro (Pérez, 2017) (meme 1).

Infografía 1



Fuente: Gobierno de México <https://coronavirus.gob.mx/quedate-en-casa/>

Meme 1



<https://www.lacoope.net/lacoope/nota/2020-4-18-11-35-44-memes-virales-humor-en-tiempo-de-cuarentena>

Opiniones, aplicación y consecuencias según la población

Una encuesta en el país del mes en que la OMS creó la alerta sanitaria mundial (marzo) y el mes donde México la decretó en su territorio (marzo-abril) muestra cómo la mayoría de la población dice estar dispuesta a encerrarse en su vivienda, no salir y no ver a nadie, aumentando de un anuncio a otro (cuadro 1).

Cuadro 1. Consideración de la medida: dispuesto a encerrarse, no salir ni recibir a nadie (porcentaje)

	Marzo 2020	Abril 2020
Mucho/algo	76.3	86.2
Poco/nada	10.9	12.8

Fuente: Consulta Mitofsky, abril (2020a).

Esta misma casa encuestadora al interrogar en abril si estaba siguiendo la medida de quedarse en casa, obtuvo la mitad de respuestas afirmativas, sin embargo casi un cuarto de la población consultada afirma salir a comprar, y 16.1% que no puede adoptar dicha medida (cuadro 2), seguramente por cuestiones de ocupación laboral o de sobrevivencia material.

Cuadro 2. Seguimiento de la medida en el país (porcentaje)

Estás quedándote totalmente encerrado en casa	51.7
Me quedo, pero salgo algunos días a visitar parientes o amigos	2.5
Salgo casi todos los días a adquirir cosas	24.6
Definitivamente no puedo quedarme en casa	16.1

Fuente: Consulta Mitofsky, abril (2020a).

La misma pregunta ahora en la encuesta para la Ciudad de México resultó también en algo más de la mitad de la muestra consultada que afirmó sí quedarse en casa, y 41% dijo no hacerlo (cuadro 3). Remarcar que se trata de tendencias porcentuales similares y en la misma dirección que el ejercicio estadístico anterior para el país. En este caso, se acompañaba por un interrogante abierto cualitativo que expuso y profundizó el significado de la respuesta. Quienes afirmaron permanecer en su vivienda fue porque “se puede”, además de “protección” y “seguridad”, para “cuidarse” y “cuidar a la familia”, “porque es la medida más eficaz”, entre otras cosas. Por su parte, aquellos que declararon una respuesta negativa, argumentaron “tenemos que salir a trabajar” y “tengo la necesidad de trabajar”, y añadían “pero salgo con todas las medidas pertinentes”. De hecho, en esta misma encuesta que acompañaba la respuesta cerrada con otra abierta, se subraya la tendencia de opinión que la medida de quedarse en casa, como todas las medidas por otra parte, debió de haberse aplicado antes y además con más dureza e incluso castigos para quienes no la cumpliesen, esto por el bien de todos, bajo la queja de que la gente no cumplía las medidas por falta de consciencia y por irresponsabilidad, y el gobierno a su vez no hacía nada para obligar a su cumplimiento, o sea, solicitaban autoritarismo a las autoridades. Todo esto por lo menos en el discurso, ofrecido como respuesta a pregunta directa, otra cosa son las prácticas cotidianas personales y colectivas de cada quien, y otra más, la sino respuesta, sí información y formación de opinión de los memes, como se verá más adelante.

Cuadro 3. Seguimiento de la medida en la CDMX

	Sí	No	A veces
Se ha quedado en casa	185 (57%)	134 (41%)	4 (1%)

Fuente: Encuesta de la Ciudad de México, mayo de 2021.

Esta misma tendencia autoritaria en torno a la aplicación de las medidas es posible encontrarla en la encuesta para el país del mes de abril, ya presentada. La mayoría señala el acuerdo en prohibir la venta de alcohol, bloquear ciudades, multar a quien viole las reglas y prohibir salir de casa (cuadro 4).

Cuadro 4. De acuerdo con la posible adopción de las medidas (porcentaje)

<i>Desacuerdo</i>	<i>Prohibir venta alcohol</i>	<i>Bloquear ciudades donde se detecten muchos contagios</i>	<i>Multar a quien viole alguna de las reglas anteriores</i>	<i>Prohibir salir de nuestras casas durante un largo tiempo</i>	<i>Suspender transporte público para evitar aglomeraciones</i>
Acuerdo	77.4	76.4	74.4	63.1	46.5
Desacuerdo	18.5	18.4	20	30.3	44.9
N/S	4.1	5.2	5.6	6.6	8.6

Fuente: Consulta Mitofsky, abril (2020a).

En caso que se iniciara la apertura de algunas actividades, tanto deportivos como bares, restaurantes, escuelas y tiendas, en general no se debería permitir abrir según la mayoría de la población consultada, y casi la mitad opina lo mismo de jardines y parques (cuadro 5).

Cuadro 5. Opinión de apertura de actividades (porcentaje)

<i>Sí, ya se debe permitir</i>	<i>Abrir fábricas</i>	<i>Que la gente vaya a parques y jardines</i>	<i>Abrir restaurantes</i>	<i>Abrir tiendas y centros comerciales</i>	<i>Reanudar clases primarias y secundarias</i>	<i>Abrir bares</i>	<i>Permitir juegos deportivos con público</i>
Sí, ya se debe permitir	69.8	48.7	30.8	22.7	12	10.8	6.6
No, no se debe permitir	21.3	45.3	62.7	70.3	84.7	86.7	91.2
N/S	8.9	6	6.5	7	3.3	2.5	2.2

Fuente: Consulta Mitofsky, abril (2020a).

En una encuesta para el país en mayo, se reitera la pregunta respecto si ha permanecido en su vivienda, y de nuevo más de la mitad de la población afirman estar en casa, y un poco menos dicen que no (cuadro 6).

Cuadro 6. Se ha quedado en casa

	Sí	No
Se ha quedado en casa	57%	43%

Fuente: Consulta Mitofsky, mayo (2020b).

La medida fue acatada por buena parte de la ciudadanía, de hecho, hubo sectores que a pesar de que el gobierno les pidió mantenerse en sus ocupaciones, desde mediados de marzo dejaron de asistir a sus puestos de trabajo. A finales de ese mes se decretó la campaña “Quédate en casa” oficialmente, y con el cierre de centros educativos, comercios, deportivos y parques, servicios, administración y empresas, no había mucho que hacer en el espacio público, salvo pasear o correr por las calles y avenidas desiertas. Eso sí, en diversos barrios se mantuvieron las tiendas abiertas y los tianguis, y parte del comercio informal en la calle. Varios sectores, los medios principalmente, líderes de opinión, expertos científicos, en medicina y académicos, solicitaron la cuarentena al gobierno, algunos la hicieron, como se dijo, antes de que éste la decretara, fueron insistentes, intensos e incisivos en dicho punto. Como que en el caso mexicano es posible afirmar que el gobierno fue detrás de los medios y la opinión pública mediatizada o publicada, por nombrarla de alguna manera (Gil, 2003; Salazar, 2009). El horror en los medios y en las redes que reiteraban y exageraban la nota (Bericat, 2005) fue una constante, y los voceros de la oposición política también instigaron la opinión pública, junto a los organismos y medios internacionales con sus críticas al gobierno en varios momentos (*El Economista*, 2020; *El Financiero*, 2020). Así que al contrario del caso inglés (Dodsworth, 2021), donde expertos conductuales crearon miedo en la opinión pública para la solicitud y cumplimiento de las medidas, y luego fue éste tan exagerado que desbordó al propio gobierno; en el caso mexicano, también se siguió a la opinión pública, pero no tanto instigada por las autoridades federales, más bien por medios y redes, expertos, oposición, o

diferentes niveles de gobierno que reiteraron el peligro una y otra vez, en sendos discursos del heroísmo de no salir.

En algunos lugares al parecer se siguió el enfoque del *gadget* o la teoría del “empujoncito” desde las ciencias del comportamiento (Thaler y Sunstein, 2008) que ya parecen instaladas en algunas administraciones estatales en el mundo. En México el gobierno se lo tomó con calma y prudencia, informando de forma puntual y equilibrada, intentando tranquilizar y no infundir temor; sin embargo, los medios tomaron la delantera, y junto a la opinión pública publicada, solicitaron al gobierno medidas más expeditas y duras que las que las autoridades diseñaron y pusieron en marcha. El alarmismo de los medios (Bericat, 2005), ya señalado, y el pensamiento de grupo (Tajfel, 1984; Huici, 2012), también expuesto con anterioridad, se desarrollaron con fluidez, el contagio emocional en las redes también fue relevante, con lo que se configuró un clima emocional de miedo importante. Recordar que un clima emocional es una construcción de un estado de ánimo colectivo en un contexto social y político determinado, que al solidificarse crea consenso, un imaginario social (Castoriadis, 1983) y representaciones sociales (Moscovici, 1979), estableciéndose una suerte de norma del sentir (Conejero *et al.*, 2004), y se consolidan emociones predominantes según la coyuntura que los sujetos perciben que predomina (Páez *et al.*, 2001). De ahí que varios memes, con más o menos humor, reprodujeron y multiplicaron el mensaje de quedarse en casa, como su aportación al supuesto cuidado de la población (meme 2, infografía 2).

En cuanto a la valoración de la medida, la mayoría de la población de México la considera una decisión correcta, como apunta una encuesta del mes de junio para el país (cuadro 7).

Cuadro 7. La decisión fue correcta

Sí	86.2%
No	13.8%

Fuente: Consulta Mitofsky, junio (2020c).

Los memes en su propio relato, y si bien siguen las tendencias de la encuesta, a la vez muestran una visión más amplia y diversa de consideraciones, comportamientos y opiniones. Especialmente interesa no sólo la

Meme 2



Infografía 2



https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1895363497299612&id=100004779409112

<https://www.facebook.com/24PueblaNoticias/photos/a.1393323564109690/3351219241653436/?type=3>

aprobación y coincidencia con la opinión de la encuesta, sino también los sentires y vivencias de la población expresados, desde las indicaciones del deber ser a partir del disciplinamiento social (Agamben, 2014), hasta las miradas críticas que tal vez no es posible mostrar en otros medios (Scott, 2000), pasando por el humor que apoya y promueve la medida, el que colabora en sostenerla, quien la critica por poco dura o por ineficaz, y cuando se percibe incongruencia o se muestra inconformidad, o simplemente se describe y se burla con objeto de acompañar y aliviar. Debemos recordar que el alivio es una función del humor, incluso existe la teoría de descarga o liberación (Freud, 2008b; Martin, 2007), y que ante traumas, crisis y catástrofes siempre es bienvenida.



Quédate en casa, los memes que reiteran el discurso oficial

Este apartado también hubiera podido titularse: heroicidad y amenazas, o antihéroes heroicos. Para iniciar varios lemas de campañas en el país, como por ejemplo los de la Ciudad de México, recalcan y reclamaban el valor de quedarse en casa, en sus varias acepciones de la palabra, como ya se señaló en el apartado sobre el miedo y aquí se reitera con motivo del “quédate en casa” (infografías 3).

El lema “salva vidas, quédate en casa” o “sé un héroe, quédate en casa”, fue reiterado en varios espacios y por diversos medios (infografías 4). Como el “Si estás leyendo esto es que no estás en casa...” o “Por tus amigas usa cubrebocas”, “por amor”, “por respeto”, etcétera. Así que, desde mensajes para crear culpa o con objeto de amenazar, se expresó lo que se consideró una campaña de amor y respeto por la vida y por el prójimo. En todo caso, qué duda cabe que al leerlos pueden llegar a provocar estrés o incrementarlo, miedo, ansiedad, culpa. Lo mismo que los mensajes en redes, radio, televisión, periódicos y revistas que día con día difundían el número y el incremento de los casos, así como el número de muertos acumulados, con cierta espectacularidad y que las personas de a pie reiteraban y comentaban demostrando estar muy bien informadas, lo que se hizo en la mayoría de gobiernos y medios. Curiosamente estrategia contraria, por cierto, a la esgrimida y recomendada en los manuales de comunicación del riesgo de las propias organizaciones internacionales (OPS, 2003; OMS, 2017)

Además de los mensajes de heroicidad que invitaban a encerrarse como ya se comentó, también se detectaron algunas amenazas por parte de una de las campañas del gobierno de la Ciudad de México. Tal vez discriminatoria, quizás autoritaria, en todo caso con discursos un poco duros y muy directos. Como algún medio tituló “Quédate en casa. Quédate vivo”... la campaña que “enlutó” los parabuses de la CDMX (*Milenio*, 2020), si bien se expuso en varios espacios urbanos, no sólo en las paradas del transporte público. Finalmente, y ante ciertas críticas fue retirada de las calles. Al respecto, las imágenes valen más que mil palabras, aunque la palabra fue la protagonista del mensaje (infografías 5).

**SÉ UN HÉROE:
SALVA VIDAS
DESDE CASA.**

QUÉDATE EN CASA. QUÉDATE VIVO.

**QUÉDATE
EN CASA.
QUÉDATE
VIVO.**

FASE 3:

- 1. No salgas.**
- 2. No salgas.**
- 3. NO SALGAS.**

QUÉDATE EN CASA. QUÉDATE VIVO.



Infografías 4



► Foto personal, comx junio 2020. Foto personal, comx junio 2021.



► Foto personal, comx junio 2020.

Infografías 5

**A ESTE
POSTER
LE IMPORTA
MÁS TU
FAMILIA
QUE A TI.**
QUÉDATE EN CASA.
QUÉDATE VIVO.

SI PRESENTAS SINTOMAS DE COVID-19 EN CASA O EN UN LUGAR AL PÚBLICO
CON LA PRECAUCIÓN DEPORTIVA Y LA SALUD DE LOS OTROS.

**MEJOR
ENCERRADO
EN CASA
QUE BAJO
TIERRA.**



**NO QUIERES
ESTAR
ENCERRADO
EN CASA,
PERO SÍ
EN UN ATAÚD.**
QUÉDATE EN CASA. QUÉDATE VIVO.

**SI SALES
MATAS,
SI SALES
MUERES.**
QUÉDATE EN CASA. QUÉDATE VIVO.

**SI QUIERES
QUE TUS PAPÁS
ESTÉN BIEN,
NO SALGAS
A VERLOS.**
QUÉDATE EN CASA. QUÉDATE VIVO.

**SALIR
“UN RATITO”
ALARGA OTRO
“RATITO” LA
CUARENTENA.**
QUÉDATE EN CASA. QUÉDATE VIVO.

**SI SALES
SÓLO A VER
A TUS AMIGOS,
TE PUEDES
QUEDAR
SIN AMIGOS.**
QUÉDATE EN CASA. QUÉDATE VIVO.

**¿QUÉ VALE MÁS?
¿UNA SALIDA
O TU VIDA?**
QUÉDATE EN CASA. QUÉDATE VIVO.



<https://www.elasertivo.com/cdmx/campana-queda-en-casa-queda-vivo-no-es-iniciativa-de-gobiernos/>

<https://www.sopitas.com/mientras-tanto/queda-vivo-campana-busca-concientizar-gente-que-darse-casa-ante-pandemia-coronavirus-mexico/>

<https://www.excelsior.com.mx/comunidad/buscaran-modificar-mensaje-de-campana-queda-en-casa-queda-vivo/1380381>

<https://www.milenio.com/politica/comunidad/campana-queda-casa-queda-vivo-dura-necesaria>

<https://www.aquien.mx/queda-en-casa-queda-vivo-lanzan-campana-para-quiienes-no-creen-en-covid-19/>

Ante las voces sobre algunos memes irónicos, sarcásticos, de humor negro o amenazantes hay que contextualizar de cómo estaban los mensajes por esos días, en México y en el mundo, por supuesto desde el discurso global. Como por ejemplo, la publicidad oficial, voz de la comunicación social política, que históricamente se emplea en la sanidad con mensajes de seducción o intimidatorios en muchos casos (Ordoñana *et al.*, 2000). Todo ello para motivar y empujar a cumplir las medidas, por supuesto, por el bien de todos y todas, y con toda la buena intención del mundo (caricatura 1).

La población se quedó en casa. Eso sí, hubo quien trabajó mucho y quien trabajó poco, cada quién según sus circunstancias, veamos los diferentes casos.



Caricatura 1



El descanso excesivo

Todo mundo deseó ser un héroe como da cuenta una amplia muestra de memes al respecto. Incluso se quedaron no sólo en casa sino en la cama o en el sofá, como se observa en las imágenes, dignas más de un reflejo de desidia cuando no de depresión, o en todo caso, ilustración de un antihéroe heroico, por nombrarlo de alguna manera, que de un super héroe salvando vidas y ayudando al prójimo, como a sí mismo, como rezaba la propaganda oficial (memes 3). Una heroicidad que premia y alaba el valor de la pasividad y la obediencia, que al parecer impera en la actualidad como nueva virtud de la nueva normalidad del nuevo orden mundial internacional.

Este idílico momento para algunos o idealista incluso para otros, incluso estresante para varios, lo rompió el temblor del 23 de junio del 2020 y el del 7 de septiembre del 2021, cuando sonó la alerta sísmica preventiva que anticipa un terremoto en algunas regiones del país. En el caso de la Ciudad de México –y otros lugares, tales como Toluca, Oaxaca, Chilpancingo y Acapulco–, los sismos de la brecha de Guerrero de más de 6 grados Richter son detectados y avisa con 50 segundos de anticipación la llegada de ondas sísmicas importantes (Gobierno de México, 2015). Cuando sonó la alerta sísmica al parecer, hay quien dudó si salir del espacio en que estaba para proteger la vida y según las indicaciones oficiales cuando es el caso, o no salir para proteger la vida ante el virus que estaba acechando en la calle (meme 4). Todo un dilema que, fue recogido por los memes de forma instantánea, casi en tiempo real podría decirse, y compartido ampliamente, y que de no tenerse la prueba testimonial de los mismos podría sonar incluso a noticia falsa, tan de moda en esos días.

Una dura decisión que los memes resolvieron y reflejaron magistralmente, y que hicieron reír o sonreír ante la tensión, esta sí, realmente vivida (memes 5).

Y del excesivo descanso, y sin salir de casa, se pasa al excesivo trabajo y consiguiente cansancio, también sin salir de casa, o sea, de extremo a extremo. Eso sí, la duda de romper el confinamiento ante el temblor aplicó para todos.

Memes 3

Cuando mi abuelo
salvó al mundo



Cuando yo
salvé al mundo



**Me duele toda la
espalda pero mi
país me
necesita,
seguiré
acostado y sin
salir a ningún
lado.**

**Que decía mi
madre que tirado
en el sofa no
llegaría a nada en
esta vida. Y fíjate
aquí estoy,
salvando el
mundo.**



https://www.instagram.com/p/CP6AT10HWYb/?utm_source=ig_web_copy_link

<https://www.pinterest.com.mx/pin/762726886879937747/>

<https://juegoelbeso.com/memes-del-coronavirus-risas/>

Alguien: y no te aburres de estar todo el día en tu casa?

Yo:



"Utilicen el tiempo en cuarentena para aprender nuevas habilidades, leer y hacer ejercicio..."

Yo:



Todo mi 2020 resumido en dos fotos

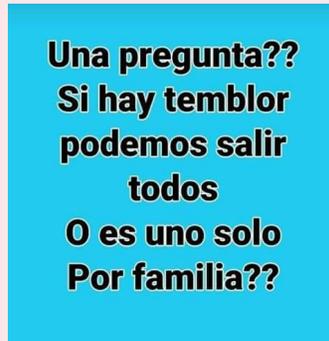


<https://www.instagram.com/p/CKrNBhYFq4/>

<https://www.guioteca.com/humor/entrenar-en-cuarentena-graciosos-memes-le-ponen-humor-al-ejercicio-en-casa/>

<https://www.facebook.com/GoBizNext/photos/a.277907179217433/1322338748107599>

Meme 4



<https://www.lacoope.net/lacoope/nota/2020-4-18-11-35-44-memes-virales-humor-en-tiempo-de-cuarentena>

Memes 5



<https://twitter.com/aspecom>

https://twitter.com/_axven/status/1275537903636975623

<https://heraldodemexico.com.mx/tendencias/memes-sismo-mexico-mejores-temblor-cdmx/>

<http://diariobasta.com/2020/06/23/sismo-2020-los-memes-que-dejo-el-temblor-del-valle-de-mexico/>

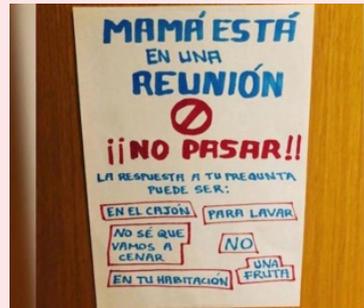
El excesivo trabajo

Si para algunos países la sociedad del cansancio y del rendimiento (Han, 2017) se antojaba europea, asiática o de ciertos grupos sociales; en el año 2020 mucha gente se levantó una mañana y la descubrió, en el trabajo en casa o con las clases en línea. Cuando el agotamiento se observó claramente y se experimentó en carne propia el estrés que antes parecía delegado a determinadas ocupaciones. Por supuesto, los memes recogen también las expresiones que presentan el agotador trabajo en casa o la apática teleeducación y educación a distancia que rezuma estrés y ansiedad, esto para no quedarse con la idea de un encierro en casa y en cama, hubo quien lo vivió de otra manera, ni mejor ni peor, diferente, pero no alegre ni tranquila (memes 6).

Pero, como a todo, el humano se adapta y se sobrevive, también a la sobrecarga y estrés de trabajo en casa. Lo mismo que la teleeducación de la infancia, que agotó a infantes y sus familias, y qué decir de la educación a distancia, en línea, virtual o remota de la educación superior, que estresó a profesorado y alumnado (memes 7). Así que, mientras algunas personas eran héroes saliendo a trabajar, otras lo eran en el sofá de su casa o en la cama, otras más estaban encadenadas a pantallas, heroicamente rediseñando su estudio y trabajo, y aprendiendo informática sobre la marcha, el sueño y plan de algunos grupos de poder que pronostican o predicen, mejor dicho dan por hecho, un cambio hacia la robótica, el transhumanismo y la inteligencia artificial en nuestras vidas (Schwab, 2013).

No sólo el trabajo y la educación incomodó a las personas y a las familias, la cohabitación intensa y extensa, también tuvo sus inconvenientes que los memes retratarán con gran aproximación.

Memes 6



<https://eldeforma.com/2020/03/19/home-office-memes-cuarentena-coronavirus/>

<https://www.laizquierdadiario.com/Mama-esta-en-una-reunion-doble-jornada-laboral-en-casa>

<https://m.facebook.com/homeofficememes/posts/159793775631684>

<https://www.pinterest.com.mx/pin/642255596851969911/>

<https://www.memecreator.org/meme/con-la-pandemia-debes-haber-descansado-bastante-soy-informtico/>

Cómo va tu hijo con las clases virtuales



Mi mamá: No hagan ruido, mi futuro abogado está en sus clases virtuales.

Yo:

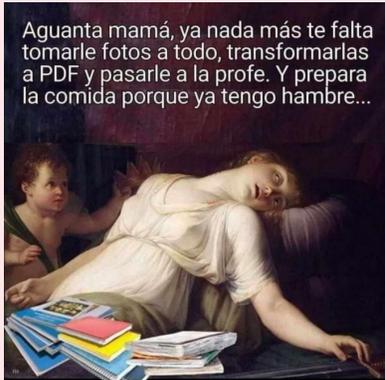


<https://www.facebook.com/101924334878835/posts/d41d8cd9/152905366447398/>

<https://ahseeit.com/spanish/?qa=2313/mama-hagan-ruido-futuro-abogado-esta-clases-virtuales-meme>

<https://lasillarota.com/nacion/los-ninos-regresan-a-clases-que-bueno-que-los-memes-nunca-se-van/311688>

Memes 7



<https://eldesmarque.com/valencia/valencia-cf/noticias/240556-los-mejores-memes-por-el-coronavirus-humor-en-tiempos-de-confinamiento-74l>

<https://eldesmarque.com/valencia/valencia-cf/noticias/240556-los-mejores-memes-por-el-coronavirus-humor-en-tiempos-de-confinamiento-74l>

<https://eldiariodelaeducacion.com/2020/05/08/7-mensajes-virales-sobre-la-educacion-en-tiempos-de-confinamiento/>

Tanto tiempo, tanto espacio y coincidir

Esto va de espacios, compañías y tiempos, de ahí su título. Sobre los espacios, eso sí, hay casas y casas, y de compañías a compañías en la cuarentena, además del paso del tiempo, pues los encierros se alargaban o se reanudaban, según el semáforo correspondiente y las indicaciones semanales de las autoridades que lo monitoreaban –algo similar a lo que acontece con el Popocatepetl, el volcán del centro del país y guardían según la tradición–, pero en este caso la alerta era en función de la ocupación de camas de hospital.

Las incomodidades del espacio habitado y habitable se hicieron presentes en la realidad y en los memes, y esto fue algo internacional; por supuesto, quienes más padecían el encierro fueron quienes tenían una vivienda más reducida o en condiciones no muy favorables (memes 8), como el tamaño, y aquellos no acostumbrados o proclibes a la convivencia, principalmente. Hubo adaptación de espacios y actividades en la nueva vida casera, con más o menos entusiasmo. Sobre todo, cama y comida, y muy especialmente, pantallas a todas horas y para todo, como más adelante se muestra.

Las relaciones y sus conflictos surgieron o se reavivaron en algunos casos. Varios fueron los mensajes irónicos en torno a este asunto, en particular se vieron afectadas las relaciones de pareja. Otra cosa fue el tema de la familia, que en México se revalorizó en muchos casos por el apoyo económico y emocional que significó en el tránsito de esos difíciles momentos, aunque también tuvieron lugar casos de violencia.

Según la encuesta para el país, al parecer las relaciones con la familia de origen y de procreación, así como las de pareja, en general siguen igual, incluso cierta cifra afirma, ha mejorado (cuadro 8), en consonancia como se dijo con algunos estudios.

Memes 8

Beyoncé: No salgan de casa por salud, no es tan malo estar en casa por unos días

Su casa

/

Mi casa



Pues yo aún no he decidido destino para esta Semana Santa.
¿Qué me aconsejáis?

- Maravillas del Recibidor.
- Pasillo Imperial.
- Grandes Tesoros del Congelador.
- Despensa Enigmática.
- Fregadero Esencial.
- Cuarto de la Escoba a tu Alcance.



Cuadro 8. Relaciones familiares antes y durante la cuarentena (porcentaje)

	<i>Tus hijos</i>	<i>Tus padres</i>	<i>Tu pareja</i>
Mejorando	28.9	23.2	22.2
Empeorando	2.5	3.3	5.5
Sigue igual	38.3	53.1	44.6
No tiene	28.4	17.4	24.0
No responde	1.9	3.0	3.7

Fuente: Consulta Mitofsky, mayo (2020b).

No parecen estar de acuerdo los memes que presentan sus gracias en torno a desaveniencias conyugales en esos momentos de ánimos exacerbados, y expresan toda una historia tradicional de bromas sobre el tema ahora adaptadas y acentuadas por el nuevo contexto (memes 9, caricatura 2).

Y además del espacio, el tiempo –el tiempo que pasa y nos vamos poniendo viejos y viejas, como reflejaron irónicamente los memes– el alargarse confinamientos y pandemia que se antojaban interminables. Una situación de permanente alerta y sobre la que no se avizoraba final alguno. Como anuncian personajes de ficción, políticos en acción, el incluso pronostica el horóscopo de todo el mundo (memes 10).

Así los espacios, los tiempos y las actividades fueron adaptadas para estar lo más confortable posible –física y mentalmente–. Los celulares, por su parte, estaban presentes en todo momento, ya fuese el metro o la ducha, las pantallas también en la cama o el sofá o haciendo cualquier actividad. Un utensilio que ya parecía extensión del brazo y la mano con objeto de seguir comunicados o distraídas ante el aislamiento casero, que trasciende tiempos y espacios, y supuestamente conecta con el otro o con lo otro (memes 11).

Si el contexto es importante, también lo es la personalidad de cada quien, y su modo de relacionarse.

Memes 9



=====

¡ATENCIÓN!

Amigos, tengan muchísimo cuidado, hay esposas que están cocinando sin sal y sin condimentos, para que sus maridos no sientan sabor y crean que tienen Covid, para que así no salgan a beber. No caigan en la trampa. ¡Cuánta maldad, Dios mío!

=====

CORONAVIRUS

- Distancia 2 metros
- Sin Abrazos
- Sin Besos
- Sin Actividad Social
- Sin Sexo

Como la vida de casado... pero con Tos!



<https://geronimodesade.blogspot.com/2020/04/memes-cuarentena.html>

<https://juegoelbeso.com/memes-del-coronavirus-risas/>

<https://eldesmarque.com/valencia/levante-ud/240141-los-mejores-memes-por-el-coronavirus-humor-en-tiempos-de-confinamiento-2-2>

<https://eldesmarque.com/valencia/levante-ud/240141-los-mejores-memes-por-el-coronavirus-humor-en-tiempos-de-confinamiento-2-2>

Caricatura 2



<https://www.infobae.com/america/tendencias-america/2020/03/21/mas-que-riesgo-pais-riesgo-divorcio-el-impacto-de-la-convivencia-prolongada-forzada-en-las-parejas-argentinas-2/>

Memes 10



<https://filmdaily.co/news/memes-covid/?lang=es>

<https://www.facebook.com/minutoaminutocom/photos/ya-pueden-salir-lópez-gatell-30-de-abril-de-2048/1644698682344014/>

<https://www.facebook.com/login/?next=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2F161646827187900962Fposts%2Fsu-horoscopo-de-la-semana%2F3134061233279763%2F>



<https://www.sopitas.com/mientras-tanto/1-de-abril-vs-1-de-mayo-memes-de-la-cuarentena/>

<https://ahseeit.com/spanish/?qa=19329/ultimo-social-antes-de-pandemia-primer-social-despues-meme>

Memes 11

Ya me vi en mi cuarentena 🤔 😊



Quedensé en casa pero hagan vida normal



Aislados y confluentes

La nueva situación de encierro no sólo separó familias y amistades, también dividió a la humanidad por características de personalidad. Los que gustan de quedarse en casa –quizás aislados–, y pueden hacerlo por sus condiciones sociales, económicas y laborales, pudieron disfrutar del momento, o por lo menos lo vivieron con menos drama. Los que necesitan estar rodeados de gente y disfrutaban las relaciones –confluencia– sufrieron la situación de forma más intensa (Muñoz, 2009), y también quienes precisan salir a ganar el sustento. Al margen de qué y cómo se expresaron, estos dos modos de relación –aislamiento y confluencia– mostraron su forma de desarrollo adaptativo o desadaptativo, en su caso (memes 12, caricatura 3).

Cuenta el contexto, y la personalidad, hay que añadir la relación familiar en cuestión, pues hay de familias a familias (memes 13).

Como en todo, hubo ventajas: fue posible, por ejemplo, aislarse de la familia o faltar al trabajo con una buena excusa (memes 14).

Como es lógico ante el anuncio de una nueva ola o un aumento de casos y ocupación hospitalaria, más personas se realizan la prueba y estadísticamente aumentan los casos. Lo cual y a su manera también aparece reflejado en los memes. Todas las personas conocían a algún enfermo o con resultado positivo –sintomático o asintomático– (meme 15). Curioso como muchos políticos anunciaron su caso al mundo, personajes conocidos lo proclamaban.

Más allá de la personalidad y modos de relación y todo lo anterior, hubo quienes vieron desmoronarse sus planes a corto y medio plazo, con más o menos fortuna en cada caso.

Memes 12



<https://www.okchicas.com/humor/15-memes-nos-dejos-la-cuarentena/>

https://www.cuantoabron.com/meme_forever_alone/a-el-ni-le-va-afectar-eso-de-estar-en-casa-por-el-coronavirus-ya-era-algo-normal-en-su-vida-antes

<https://www.guioteca.com/humor/humor-para-pasar-la-cuarentena-los-memes-en-tiempos-de-aislamiento/>

Caricatura 3

**Día 2 de la cuarentena ;
Mi mujer me ha dicho que salga a la calle que ella paga la multa.**



<https://eldesmarque.com/valencia/valencia-cf/noticias/240556-los-mejores-memes-por-el-coronavirus-humor-en-tiempos-de-confinamiento-74/>

<https://www.elnortedecastilla.es/sociedad/veinte-memes-coronavirus-20200317214717-nt.html>

Memes 13

**PRIMER DÍA DE LOS
NIÑOS EN CASA**



**A LA SEMANA DE
CONFINAMIENTO...**



**Dice un amigo que
con esto del
aislamiento en casa
ha estado hablando
un rato con su mujer
y que le ha parecido
muy simpática.**



***Nada malo puede pasar por unas
semanas aislado con la familia.
¡Relajaos!***



<https://m.facebook.com/MemesMazatenango/posts/231545344893206>

<https://www.generacionfiki.es/mundofiki/humor/los-mejores-memes-sobre-el-coronavirus-parte-5-esto-lo-superamos-con-humor-koiv/>

https://woman.elperiodico.com/lifestyle/sexo_y_pareja/convivencia-pareja-encierro-cuarentena-coronavirus

Memes 14

Vendo test de antígenos con resultado positivo, así no tienes que cenar con la familia de tu pareja. Total discreción, precio a convenir, no me desplazo.

Cuando todos tus compañeros de trabajo han dado positivo en Covid y tu tienes que hacer todo el trabajo



<https://eldesmarque.com/valencia/levante-ud/240141-los-mejores-memes-por-el-coronavirus-humor-en-tiempos-de-confinamiento-2-2>
<https://eldesmarque.com/valencia/levante-ud/240141-los-mejores-memes-por-el-coronavirus-humor-en-tiempos-de-confinamiento-2-2>

Meme 15

Si no tienes un amigo con Covid, igual es que no tienes amigos.



<https://eldesmarque.com/valencia/levante-ud/240141-los-mejores-memes-por-el-coronavirus-humor-en-tiempos-de-confinamiento-2-2>

Invitados a fluir y cumplir con el encierro

Quienes tenían varios planes y proyectos fueron invitados por la vida o el destino a fluir, aceptar y adaptarse. Algunas coincidencias no siempre satisfactorias entre el futuro ideado y el principio de realidad de la nueva normalidad (memes 16).

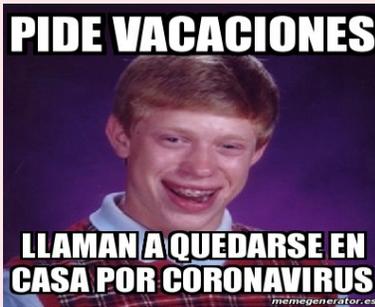
Un poco en el sentido de “el hombre planea, dios dispone y viene el diablo y todo lo descompone”, donde dice diablo, póngase coronavirus o pandemia.

Cumplir la instrucción del confinamiento es el reto bajo pena de sanción social o amenaza de muerte, individual o colectiva, material o divina (memes 17). Aquí se observa la obediencia y la conformidad (Levine y Pavelchack, 2008), así como el pensamiento de grupo (Tajfel, 1984), que se reitera, por ser una explicación aplicable a las circunstancias y conductas. Se amenaza con la muerte, la violencia, y nadie dice nada ante un discurso de odio y agresión, es legítimo, legal y políticamente correcto, para todo mundo al parecer.

Se trata de mensajes amenazantes e impositivos dignos de la teoría de la superioridad y la función de agresión en el humor (Martin, 2007). Hay quien opina que no se respetan las medidas y al parecer hay que hacer algo, aunque sea con memes motivadores, pues las campañas oficiales no alcanzan a poner orden (memes 18).

Como se observa, los memes invitan a fluir y adaptarse por un lado, de otro obligan a acatar las medidas, la situación y sus normas han de aceptarse, lo cual recuerda el dispositivo social de Foucault y Agamben (2014) y al meme como unidad cultural que se imita (Dawkins, 1993), idea o moda que está en el cerebro y se propaga por imitación (Blackmore, 1999).

Memes 16



<https://www.memegenerator.es/meme/31404424>

<https://www.eluniversal.com.mx/de-ultima/coronavirus-los-mejores-memes-del-covid-19>



<https://www.guioteca.com/humor/entrenar-en-cuarentena-graciosos-memes-le-ponen-humor-al-ejercicio-en-casa/>

<https://www.jornada.com.mx/ultimas/2020/03/20/memes-en-tiempos-de-covid-19>



<https://lt10.com.ar/noticia/315902--los-memes-ayudaron-a-combatir-la-ansiedad-y-la-depresion-en-pandemia>

<https://madrídsecreto.co/mejores-memes-confinamiento/>

Memes 17



<https://i.pinimg.com/564x/15/48/97/154897fb2bacb3a9a75fd33d7d3fce5e.jpg>

<https://makeameme.org/meme/quedate-en-casa-a996df938f>

<https://www.milenio.com/virales/coronavirus-en-mexico-los-memes-mas-graciosos-sobre-el-covid-19>

Memes 18



<https://www.facebook.com/login/?next=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2FtendenciaGro%2Fposts%2Fchingada-madre-a-mi-no-me-vengas-a-ver-quedate-en-tu-casa%2F137536841221925%2F>

<https://www.dopl3r.com/memes/graciosos/el-coronavirus-viendo-que-nadie-lo-respeta-en-mexico-8/945726>

Los que van a trabajar te saludan

Quienes no se quedaron en casa porque tienen que trabajar o los que necesitaron salir a comprar, como los gladiadores al César parecen decir: “los que van a trabajar te saludan”, a partir de un mensaje heroico, no sin ciertas ambigüedades y polifonía semántica. Varias ilustraciones sobre las labores esenciales que siguieron realizándose, las emociones y actitudes de quienes los llevan a cabo (memes 19).

Existen mensajes entre resignados y acomodados a la realidad que cada quien percibe y vive, con más o menos ánimo. Expresiones de héroes con imágenes no siempre heroicas, y palabras no siempre animadas (memes 20).

Los que no se quedaron en casa porque salieron a diversas cuestiones en general relacionadas con el trabajo. Los que no respetan el confinamiento y se juntan a celebrar. Algunos aparecen a menudo con sus consecuencias moralizantes de su acción inadecuada (memes 21, caricatura 4).

El quedarse en casa como medida sanitaria con objeto de proteger la salud causó también problemas de salud. Bromas a parte, la realidad es que hubo exceso de comida y falta de sueño, sedentarismo, nulo ejercicio, exceso de alcohol y adicción a las pantallas, entre otras cuestiones. Las encuestas y los memes ofrecen claro testimonio de todo esto.





Memes 20



<https://www.dopl3r.com/memes/graciosos/tengo-que-ir-a-trabajar-ah-no-cierto-que-hay-cuarentena-total-la-puta-madre-cierto-que-trabajo-igual/947261>
<https://www.oxygeno.fm/2020/los-mejores-memes-coronavirus-221445.html>



<https://www.jornada.com.mx/ultimas/2020/03/20/memes-en-tiempos-de-covid-19>
<https://filmdaily.co/news/memes-covid/?lang=es>
<https://www.memegenerator.es/meme/31427213>



Todos en cuarentena.

Mi jefe en el trabajo:



<https://www.de10.com.mx/top-10/mas-de-10-memes-para-sobrevivir-la-cuarentena-por-coronavirus>

<http://www.crear-meme.com/meme/gladiadores-coronavirus>

Memes 21



<https://aredessociales.com/memes/los-mejores-memes-del-coronavirus-covid-19/>

<https://ahseit.com/spanish/?q=19116/yo-respetando-el-confinamiento-por-covid-meme>

Caricatura 4



<https://www.facebook.com/veris.rodriguez.961/posts/24022880784325>

Consecuencias físicas

Muchas problemáticas derivadas del confinamiento y un quédate en casa, que como rezaba la publicidad ya presentada, “salva vidas”. Dos hábitos que son necesidades básicas físicas (Maslow 1954; Barret, 1998), como es la alimentación y el sueño se ven trastocados. Se suele comer más y no siempre saludable (memes 22), además se suele beber más, entre otras adicciones, tampoco saludables, y se padece de insomnio y otros trastornos del sueño, algo tampoco muy saludable. Además de la falta de movimiento y el no hacer ejercicio, de nuevo algo no saludable. Y qué decir de estar buena parte del día frente a la televisión, la computadora, la tableta o el celular. Y el no poder respirar aire libre o tomar baños de sol. Una serie de efectos o consecuencias del confinamiento que se realiza por la salud de la población, y perjudican la salud de la población.

Encuestas para el país señalan que al parecer ha subido de peso más de un tercio de la población y no siempre se ha comido mejor, y la mayoría afirma haber cocinado (cuadros 9 y 10); no obstante, la popularidad de los videos sobre concinar en cuarentena, incluso los poco saludables y dulces pasteles, o tal vez precisamente debido a esto. Modas, tendencias que las redes promocionan y los memes comentan, cual reporteros de la informacion y de sus consecuencias (memes 23).

Cuadro 9. Hábitos alimentarios antes y en la cuarentena (porcentaje)

	<i>Has subido de peso</i>	<i>Has comido mejor</i>
Más	37.4	Mejor, 35.5
Menos	12.6	Peor, 18.6
Igual	49.7	Igual, 44.8
No responde	0.3	No Responde, 1.1

Fuente: Consulta Mitofsky, mayo (2020b).

Memes 22



**Todas
subiendo sus
rutinas de
ejercicios** v



<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.hola.com%2Factualidad%2F20200410165277%2Fmemes-divertidos-cuarentena%2F&psig=AOvVaw1nMl-raPaqpbGz0n54mLwhm&ust=1654038741725000&source=images&cd=vfe&ved=0CAwQjRvqFwoTCMDj9CsiPgCFQAAAAAdAAAAABX>

<https://www.guioteca.com/humor/entrenar-en-cuarentena-graciosos-memes-le-ponen-humor-al-ejercicio-en-casa/>

<https://www.cuantarazon.com/1137345/cocinando-en-cuarentena>

Yo: seguro no adelgazo por tanto estrés / El estrés



**ASÍ MANEJAN
EL ESTRÉS
LOS DEMÁS**

**ASÍ LO
MANEJO YO**



Cuadro 10. Cocinar durante la cuarentena
(porcentaje)

Sí	74.7
No	24.5
No responde	0.8

Fuente: Consulta Mitofsky, mayo (2020b).

Sobre el permanecer en casa y en cama ya se mostraron imágenes, con el paso del tiempo también se empiezan a observar los problemas de sobrepeso (memes 24).

A ello contribuyó también la falta de ejercicio y el sedentarismo del trabajo y la escuela en casa, además del breve circuito del sofá a la cama, y el estar conectado todo el día. Según la encuesta, más de un tercio disminuyó su rutina de ejercitación (cuadro 11), a esto se debe añadir que no sólo fue la falta de ejercicio para quienes lo practican, sino de movilidad y actividad en general.

Cuadro 11. Ejercicio antes y en la cuarentena
(porcentaje)

Más	23.8
Menos	34.1
Igual	38.9
No responde	3.2

Fuente: Consulta Mitofsky, mayo (2020b).

Memes 24



<https://www.facebook.com/animacionesinfantilesaeiou/photos/a.539482946145943/2874648819295999/?type=3>

<https://www.tiempoar.com.ar/cultura/meme-el-fenomeno-viral-que-puede-salvarte-de-enloquecer-por-un-virus/>

<https://www.lavanguardia.com/vivo/20200515/481146121572/sobrepeso-confinamiento-coronavirus-dieta-engordar.html>

Problemas de sueño

Respecto a los problemas de sueño, tienen que ver con cambios de rutinas y horarios, permanecer encerrados, sin desconocer el desequilibrio emocional, el estrés en los cuerpos y el clima de miedo, entre otras cosas, tales como la adicción a las pantallas y sus consecuencias neuronales. Según la encuesta se duerme igual 40.7%, si bien 37.7% afirma que menos, y obviamente no es por falta de tiempo (cuadro 12).

Cuadro 12. Dormir antes y en la cuarentena
(porcentaje)

Más	21.1
Menos	37.7
Igual	40.7
No responde	0.5

Fuente: Consulta Mitofsky, mayo (2020b).

Los memes retrataron reiteradamente el insomnio que mucha gente tuvo, con más o menos gracia (memes 25).



Memes 25

Yo: Me voy a levantar a las 7 de la mañana a hacer ejercicio.

Yo a la 1 de la tarde.



Yo: Hoy si me dormiré temprano.



Yo el primer día de cuarentena:

Yo en lo que parece 1 año de cuarentena:



<https://gcdn.emol.cl/humor/files/2020/06/meme-entrenando-en-casa-13.jpg>

<https://laverdadnoticias.com/viral/Memes-graciosos-sobre-insomnio-20210720-0042.html>

<https://purosarcasmo.net/memes-dedicados-al-insomnio-en-esta-cuarentena/>

El alcohol

La temática del alcohol merece una reflexión aparte y mayor, por su reincidente aparición en los memes alrededor de varias categorías de la pandemia, y más allá de ser éstos atractivos para el consumo a partir de la publicidad de ciertos grupos y marcas, es también reflejo de su uso o abuso especialmente en tiempos difíciles y en circunstancias adversas. Parte del gancho comercial y material, parte de cierta orientación social programática, parte de la evasión de las personas o la necesidad de tranquilizarse. En todo caso, instituciones de gobierno nacionales e internacionales, encuestas y memes están de acuerdo y muestran el aumento en su consumo en esos meses.

En el caso de la encuesta que se presenta en estas páginas (cuadro 13), no se reflejó el aumento, no obstante, despierta la curiosidad el elevado porcentaje de personas que no respondieron el interrogante y que cada quien saque sus cuentas e impresiones; puede ser que la pregunta no aplica porque el encuestado no toma nunca y la graduación de la pregunta cerrada no ofrece dicha alternativa, o puede deberse a que no desea contestarla. Lo mismo con el fumar.

Cuadro 13. Ingesta de alcohol antes y durante la cuarentena (porcentaje)

	<i>Has tomado vino, cerveza o alcohol</i>	<i>Has fumado</i>
Más	8.9	7.5
Menos	23.3	11.4
Igual	48.1	40.9
No responde	19.7	40.2

Fuente: Consulta Mitofsky, mayo (2020b).

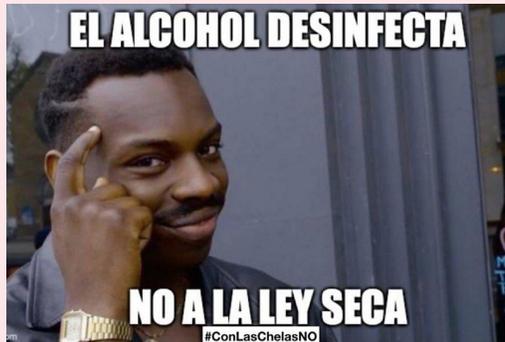
En el caso de los memes, éstos fueron abundantes y claramente ilustrativos al respecto y sin tapujos mostraron la popularidad del alcohol en la cuarentena (memes 26, caricatura 5).



<https://www.ambito.com/informacion-general/twitter/coronavirus-los-videos-e-imagenes-virales-mas-graciosos-pasar-la-cuarentena-n5091025>

<https://juegoelbeso.com/memes-del-coronavirus-risas/>

<https://juegoelbeso.com/memes-del-coronavirus-risas/>



<https://www.mediotiempo.com/otros-mundos/memes-coronavirus-mexico-enloquece-desabasto-cerveza>

<https://www.univision.com/radio/radio-nacional/un-happy-hour-de-memes-escasez-de-cerveza-en-mexico-desperto-la-creatividad-en-las-redes-fotos>

Caricatura 5



<https://www.pinterest.com/pin/516647388508757462/>

Adicción a las pantallas

Y qué decir de la adicción a las pantallas, por necesidad laboral o educativa, por entretenimiento, para comunicarse, o por estar enganchados a las mismas. En primer lugar, se detecta un aumento en navegar por internet, ver noticias e interactuar en redes. En segundo, entre las actividades más usuales en la cuarentena, están ver series, películas y televisión, además de quienes toman cursos en línea o practican con videojuegos (cuadros 14 y 15).

Cuadro 14. Pantallas antes y durante la cuarentena
(porcentaje)

	<i>Has navegado por internet</i>	<i>Has visto noticias</i>	<i>Has interactuado en redes sociales</i>
Más	69.5	54.9	53.4
Menos	4.1	11.0	8.9
Igual	24.7	33.5	37.0
No responde	1.7	0.6	0.7

Fuente: Consulta Mitofsky, mayo (2020bn).

Cuadro 15. Actividades en la cuarentena
(porcentaje)

	<i>Ver series, películas, programas de TV</i>	<i>Tomar algún curso en línea</i>	<i>Jugar videojuegos</i>
Sí	77.2	35.5	25.2
No	22.4	63.2	74.4
No responde	0.4	1.3	0.4

Fuente: Consulta Mitofsky, mayo (2020bn).

Tuvo lugar un avance arrollador en el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, celulares y computadoras principalmente, el tener equipo y conexión fue imprescindible para seguir trabajando,

estudiando, comprando, comunicarse con familiares y amistades, y estar supuestamente informado y formado, sobre todo entretenido (memes 27, caricatura 6).

Finalmente, estas cuestiones quedarán como parte de las vivencias de una época en la memoria popular, y todavía está por verse cómo se recogerán en la historia oficial, si como avance tecnológico o humano, o ambas cosas. Las encuestas y los memes ya proporcionarán su opinión y visión.

El arreglo personal

Otra cuestión fue el arreglo personal, o el desarreglo quizás debe titularse, en el sentido de no tener ganas de hacerlo, vestirse, maquillarse o afeitarse, o no poder ir al salón a pintarse el cabello. Pero eso dio lugar al ingenio en los memes, quizás reflejo de lo vivido o muestra de hacer cualquier cosa por aburrimiento (memes 28).

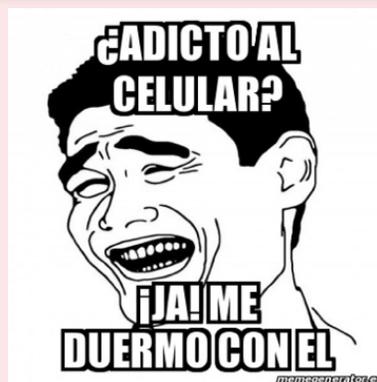
Anécdotas a parte, hubo cuestiones más que importantes como el desarreglo en la salud mental y emocional, ya mencionado en un capítulo anterior, pero que se desea aquí reiterar, como parte de las consecuencias.



Memes 27



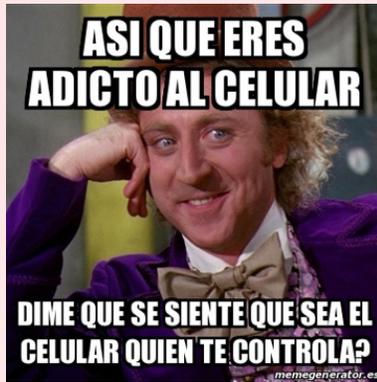
Yo cuando me entero que la clases serán por televisión y yo la acabo de ir a empeñar.



<https://eldesmarque.com/coronavirus/1383840-memes-del-coronavirus-19-de-marzo>

<https://memejadas.com/memes-del-regreso-a-clases-por-television/>

<https://www.memegenerator.es/meme/15250597>



Caricatura 6



<https://www.memegenerator.es/meme/30452110>

<https://www.pinterest.com.mx/barubazarboutique/adictos-al-celular/>

<https://www.pinterest.com.mx/barubazarboutique/adictos-al-celular/>

Memes 28



-Y cómo va a querer sus uñas?

-Sencillas, pero ponles algo que este de moda.



Se imaginan que digan..

"Bueno hasta acá llegó la cuarentena"

mañana todos a trabajar y ustedes así...



<https://eldesmarque.com/valencia/deporte-valenciano/239286-los-mejores-memes-por-el-coronavirus-humor-curva>

https://twitter.com/PhDPalma/status/1239280118545211394?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Cwterm%5E1239280118545211394%7Ctwgr%5E9%7Ctwcon%5Es1__&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.sinembargo.mx%2F16-03-2020%2F3749311

<https://es.digitaltrends.com/sociales/mejores-memes-coronavirus/>

¿Y la salud mental?...

La salud mental en la pandemia se vio perjudicada como todo mundo puede observar en su entorno, o incluso su persona, además de las noticias al respecto después de las medidas, como si no se hubiera podido prever y conocer sus consecuencias, y en especial del aislamiento social o el encierro. Y si bien organismos internacionales alertaron (OMS, 2020d; OPS, 2020b) y el Gobierno de México informó (2020b, 2020c, 2020d), fueron las numerosas investigaciones posteriores las que aportaron cifras y testimonios, y por supuesto, esto se seguirá haciendo en el porvenir. Eso sí, los memes se adelantaron, definieron, describieron, explicaron, detallaron, y comprendieron esta consecuencia indeseada de la pandemia y del quedarse en casa (memes 29).

Y tras el impacto del encierro sorpresivo, el trauma de ahora sí, salir de casa, con el síndrome de la cabaña o sin él, pues no fue fácil iniciar y mantener el confinamiento, como tampoco lo fue dejarlo.

Dejar la cuarentena

Si las medidas y el confinamiento fueron traumáticos en buena medida, cambiar los hábitos adquiridos también lo puede llegar a ser, como algunos ejemplos en los memes hacen eco de ello. Están algunas personas ansiosas por salir, y también hay quienes presentan temor y apatía por hacerlo. Luego están también los tiempos y las condiciones en las que aventurarse al exterior, al espacio público colectivo, las inseguridades y los miedos. Así hubo quien salió raudo y quien mostró resistencia (memes 30).

Una de las categorías más populares fue sin duda el regreso a clases presenciales de millones de estudiantes de todas las edades y niveles educativos, reflejado en caricaturas y memes con cierta gracia (memes 31, caricatura 7).

Y si hay consecuencias insatisfactorias y perjudiciales, también hay algunas agradables y benéficas como veremos. Ya que se enumeraron las consecuencias poco saludables del encierro, ahora por equidad y justicia se presentan las consideradas por muchos, saludables.

Memes 29



<https://m.facebook.com/cecip.edu/photos/a.318998481518320/3706846082733526/?type=3>

<https://eldesmarque.com/coronavirus/1383840-memes-del-coronavirus-19-de-marzo>

<https://www.dopl3r.com/memes/graciosos/yo-estres-ansiedad-deudas-covid-desamor-cuarentena-home-office/955980>

TEST DE SALUD MENTAL:
¿USTED SE LEVANTA DE BUEN HUMOR POR LAS MAÑANAS?

SI.

NO.

CHINGA TU MADRE.

viernes

“¿Crees que las restricciones de la pandemia han afectado tu personalidad?”

Yo:



 **Pablo Chávez**
@chvzstcrz

Si no subiste de peso, alteraste tu ritmo de sueño o no sufriste de ansiedad, estás haciendo mal la cuarentena

Translate Tweet

12:04 AM · Apr 29, 2020 · Twitter for Android



<https://me.me/i/test-de-salud-mental-usted-se-levanta-de-buen-humor-16997864>

<https://www.voxpopuli.net.ar/pero-claro-que-si-un-estudio-revelo-que-los-memes-ayudaron-a-combatir-la-ansiedad-y-la-depresion-en-pandemia/>

<https://purosarcasmo.net/memes-dedicados-al-insomnio-en-esta-cuarentena/>



Memes 31



Caricatura 7



<https://www.infobae.com/america/mexico/2021/08/30/los-mejores-memes-del-regreso-a-clases/>

<https://www.elimparcial.com/locuroso/Los-mejores-memes-virales-del-regreso-a-clases-presenciales-2021-20210830-0115.html>

<https://www.educacionrespuntocero.com/noticias/memes-vuelta-al-cole/>

Salud para la naturaleza y el mundo libre de humanos

Al parecer, si bien no fue saludable el encierro para los humanos como ya se demostró, sí lo fue para la naturaleza como algunos memes comprueban, haciéndose eco de las innumerables noticias en ese sentido. Primero llegaron imágenes bucólicas del mundo donde los animales se paseaban por ciudades o reaparecían en las orillas de los mares, disfrutando los espacios que antes ocupaban las personas que encerradas en sus casas los miraban por la pantalla del televisor o en las fotografías de las redes –no por la ventana. México no quiso ser menos y quedarse atrás, pronto rediseñó y publicó sus propias imágenes a modo de memes. Una revitalización de la naturaleza que se concreta en la aparición de especies animales en espacios otrora muy contaminados o urbanos (memes 32).

Y tras la loa a la revitalización de la naturaleza, siguió la recuperación de especies extintas, y se prosiguió con la reconstrucción urbana. Ingenio y creatividad, miradas abiertas y libres, simpáticas y humorísticas (memes 33). Si bien tienen por omisión o latencia el peligro que el humano representa para la naturaleza y la vida. Mensaje no tan agradable o positivo.

Eso sí, tras lo bucólico y la ocurrencia, hay cierta intención, como se dijo. Se dio un respiro a la naturaleza y a la Madre Tierra, se aireó y renovó, hasta ahí todo perfecto. Todo perfecto, pero recuerda un viejo y polémico refrán “la mujer es el piojo del hombre”, por supuesto se trata de un pensamiento inhumano, como inhumano –hablando de humanos– sería creer que “el humano es el piojo –o virus siguiendo la moda actual– de la Tierra”.

Se sembró y quedó el mensaje de culpa y de cómo el hecho de que “somos muchos”, somos los responsables, no tanto el sistema sino la persona, sin diferenciar que no todo humano quiere o ni siquiera puede contaminar, además de la distancia de responsabilidades entre gobiernos y empresas o ciertos estratos sociales y el común de los mortales, todo lo cual se desdibujó u obvió. Culpas y responsabilidades que hay quien las compra, ficticias o reales poco importa, no siempre correctas, acertadas, en todo caso, siempre mal distribuidas.¹ Y tú ¿qué piensas al respecto?

¹ Si bien esta cuestión sumamente importante, desborda los objetivos del texto, queda anotada para que cada quien reflexione y discierna. Hay quien dice por ahí que somos muchos y la Tierra no puede con todos, no sólo en la televisión, también tu pariente o amigo lo afirma.

Memes 32

En Hermosillo ahí la llevamos también.
#NosotrosSomosElProblema



HILARANTVMX

A menos de una semana de cuarentena y los delfines vuelven ya al Río de los Remedios en Ecatepec.



<https://www.unotv.com/entretenimiento/los-mejores-memes-de-2020-que-hicieron-reir-a-los-mexicanos/>
<https://www.mediotiempo.com/otros-mundos/coronavirus-mexico-memes-humor-pandemia-covid-19>

Aquí podemos ver el desierto de los leones!!!



Qué impresionante, así se ve El Parque de los Venados en CDMX, a una semana de cuarentena. Nosotros somos el problema.



<https://www.mediotiempo.com/otros-mundos/coronavirus-mexico-memes-humor-pandemia-covid-19?image=8>
<https://www.mediotiempo.com/otros-mundos/coronavirus-mexico-memes-humor-pandemia-covid-19?image=8>

Memes 33

Y el Río Santiago!



3:23 p. m. · 22 mar. 2020 · [Twitter for Android](#)

Aquí un avance de cómo estamos en Iztapalapa.



3:45 p. m. · 22 mar. 2020 · [Twitter for Android](#)



Humor negro del encierro

Hablando de culpas individuales o colectivas, conscientes o inconscientes, reales o imaginadas, en ocasiones apareció cierto humor negro ante el encierro, que reflexiona sobre qué podría haber sido todavía peor. La intención puede ser múltiple, desde el humor negro puro y duro, hasta el mensaje de tener que estar contentos de estar conectados a partir de internet, como si dicha premisa borrara la inicial de estar encerrados, más allá de las condiciones de cada quien. Mensajes de resignación, consuelo pasivo, aceptación activa y adaptación propositiva, entre otros más que son dignos de analizarse desde el discurso y la psicología profunda, inversa u oscura (memes 34).

No sólo podría ser peor sino que se esboza un futuro distópico –como ya se vio en algún momento–, tal vez programación predictiva, quizás primado negativo, hasta es posible que una gracia de alguien que emplea la terapia de imaginar qué es lo peor que podría pasar. Además del mensaje amenazante y agresivo, que se reitera en los memes y que nadie ha osado señalar o criticar en los estudios realizados sobre la producción memética durante la pandemia. Al parecer la nueva normalidad es que todo esto es normal. Amenazas, maltratos, violencia verbal, iconográfica y simbólica, son parte normalizada de nuestra vida. Aunque ésta se vista de humor y memes, sigue siendo violencia.

A continuación se presentan algunas miradas más o menos críticas, en todo caso diferentes que invitan simplemente al sentido común, al darse cuenta, al discernimiento, a meditar sobre la situación a partir de otras narrativas si no alternativas, sí más equilibradas y reflexivas, hasta llegar a posturas directamente subversivas.

Memes 34



Los veo muy contentitos saliendo a la calle...



¿Ya tienen su plan funerario? 🇲🇪



<https://eltajo.com.ar/pandemia-y-encierro/>

<http://mexadas.com/meme/memes-mexas-semana-enero-2021/>

<https://de10.com.mx/top-10/mas-de-10-memes-muy-acidos-sobre-el-coronavirus>

Voces críticas sobre efectos adversos y daños colaterales

Por supuesto, el confinamiento trajo enfermedad mental, como no podría ser de otra manera, y como ya se vio, se trató de una combinación de la ráfaga de noticias alarmantes, el clima emocional de miedo, el estado de alerta y estrés en la población. La opinión pública y los memes también fueron parte del discurso mediático de temor apocalíptico. Todo ello agudizado por el aislamiento del quedarse en casa. Pero antes de las voces alarmadas, ahora de las organizaciones internacionales y las instituciones de sanidad gubernamentales, los memes ya dieron la voz de alerta, adelantándose a una obviedad que sorprende que a las instituciones sorprenda. Por fortuna hubo un toque de humor para expresar y mostrar la situación del desequilibrio emocional y el deterioro de la salud mental (meme 35).

Más allá de las habituales bromas, hubo miradas críticas y alternativas a la medida del confinamiento, éstas no fueron expuestas en los medios, más bien sujetas a persecución y censura. Sin embargo, ya una vez pasado el confinamiento fueron apareciendo estudios que señalaban lo poco eficaz y justificado de la medida, y subrayaban la vulnerabilidad económica, la violencia familiar, la reducción de la calidad de vida y los problemas de salud mental (Santos, 2020; *Ciencia y salud natural*, 2020).

Parte de cierta crítica a la medida del confinamiento, con diferente grado e intención, y en general de carácter humorístico y superficial, se vio en el punto de las consecuencias: sedentarismo, sobrepeso, trastorno del sueño, aumento del consumo de alcohol, adicción a las pantallas. A lo que se debe añadir desequilibrios emocionales, sentimientos desagradables o dolorosos, y el miedo biológico y social, que paraliza y somete a personas y colectivos, y que se abordó en otro punto. Así hay que subrayar los perjuicios en salud física y mental en general. Tal vez esto se pudiera tomar como efectos secundarios y daños colaterales de las medidas en general, y especialmente del confinamiento de una forma particular, quizás como mal necesario. No obstante, también se puede visionar como aprendizaje, un darse cuenta y algo aprender y evitar en el futuro

Mensaje de la Sociedad de Psiquiatría

Queridos Amigos:

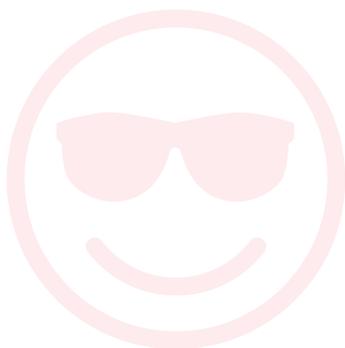
**Si debido al Aislamiento Social Obligatorio,
usted comienza a hablar con sus plantas, es
normal. No llame. Solo llame si sus plantas
le contestan.**



Miradas y consejos alternativos

Dentro de la vorágine de memes, sobre todo al inicio, destacan aquellos consejos que ponen su mirada en una vida saludable, y en tratamientos más que alternativos, tradicionales. Enfoques propositivos algunos de ellos descalificados como bulos, peligrosos o noticias falsas (memes 36, caricatura 8). Siendo mensajes opacados con el tiempo ante la irrupción de las vacunas como único tratamiento, que focalizaron la atención y el sentido de la vida de mucha gente.

Quizás visiones minoritarias, pero existentes. Como existentes otros enfoques ya directamente disidentes de la narrativa oficial.



Memes 36



Caricatura 8



<https://mobile.twitter.com/revdigital4t>

<https://www.mediotiempo.com/otros-mundos/memes-coronavirus-2-casos-confirmados-mexico?image=10>

<https://www.ejecentral.com.mx/mexico-recibe-al-coronavirus-con-memes/>

Obediencia y conformidad, acusaciones de negacionismo *versus* soberanía y libertad

Algunos memes con soberanía de pensamiento y libertad de opinión, expresaron disconformidad, mostrando una mirada crítica, como parte del humor (Pérez, 2017), una de sus funciones (Ziv, 1984; Martin, 2007) (memes 37). También hubo memes que contestaron dicha postura mostrando sanciones desde el disciplinamiento social y su función reproductora del imaginario social instituido (Castoriadis, 1983) hasta las representaciones sociales imperantes (Moscovici, 1979), la crítica a la crítica, como se verá más adelante. Así que hubo una gran diversidad de miradas, si bien una clara tendencia mayoritaria a favor del discurso oficial, como se muestra ampliamente en estas páginas.

Es curioso cómo, si bien las posiciones dudosas, críticas y cuestionadoras fueron minoritarias, por lo que en principio y numéricamente no eran importantes, la respuesta a las mismas fue amplia y muy contundente.² Una suerte de sobre-reacción del discurso oficial, creado y difundido, ya por profesionales de la comunicación encargados del tema, ya por anónimos héroes ciudadanos que se adhirieron a la causa de defender la peligrosidad de la pandemia y la necesidad de las medidas, codo con codo con filántropos, organizaciones globales y los consorcios mediáticos, tecnológicos y farmacéuticos.

Las acusaciones de negacionismo a quienes portaban una opinión diferente a la narrativa única global sobre la pandemia, o alternativa en las medidas, fueron constantes y reiteradas, en algunos gobiernos cruenta, las organizaciones internacionales lo llamaron infodemia, e incluso consideraron ésta más peligrosa que la pandemia (OMS, 2021). La academia tendía a señalarlos como teorías de la conspiración (Lewandowsky y Cook, 2020). Las siempre bien intencionadas verificadoras de contenido y los medios de comunicación masiva y redes digitales se focalizaron en negar cualquier mensaje discrepante, poco o mucho, que dudara, negara, criticara

² También es cierto que memes que critican miradas discrepantes hay muchos, y fácilmente localizables. Y memes que reflejan dichas miradas hay menos y difícil de encontrar sino se pertenece a la comunidad que los crea y transmite.

Memes 37



https://static.elmundo.sv/wp-content/uploads/2020/03/90507087_3080712518626818_5847883129267683328_o.jpg
<https://twitter.com/davidpareja/status/1469345413832581135>



<https://i.pinimg.com/564x/0b/59/cc/0b59cc75e801a6a5a89cc445ae33508a.jpg>
<https://fctscience.wordpress.com/tag/virus/>

y presentara propuestas distintas al discurso oficial. La explicación que construyeron y reiteraron las instituciones globales y medios mundiales, discriminó cuando no acusó de bulo de forma agresiva y poco argumentada, a cualquier consejo herbolario, saberes ancestrales, otras medicinas, tratamientos alternativos, toda opinión diferente fue defenestrada y enviada a la hoguera de la información falsa. Sin importar que viniera de un científico premio nobel o de un filósofo académico, de un creador de vacunas, de un religioso, de una psicóloga o de un *youtuber*, todos respetables, por supuesto. En cada país difirió la respuesta de todo esto, siendo algo más atemperado en unos que en otros. Pero las y los buenos ciudadanos estuvieron alerta en todas partes, guiados por la verdad del poder, el entusiasmo de la psicología de masas (Le Bon, 2005), las leyes de la imitación (Tarade, 1962), la obediencia y la conformidad social (Levine y Pavelchack, 2008).

En este afán de ayudar a la salvación de la humanidad, tal vez bajo el efecto de subirse al carro de la mayoría (Bermejo, 2015), se sumaron alegremente los memes, ya desde su producción viral o también su creación memética (Shifman, 2014) (memes 38).

De hecho, resulta sumamente interesante cómo las verificadoras presentan su bulo, o mejor dicho, en este caso “viral” o noticias falsas con imágenes y palabras comparables con una creación memética, que más allá de la elocubración mental sobre el asunto y las casuales coincidencias, sería posible afirmar su semejanza, y cabría preguntarse, ¿por qué estas parecidas formas?, ¿quién fue primero el meme o la desmentida de las verificadoras? Otra curiosidad es que ante la censura de mensajes alternativos éstos podían consultarse en sus portales, esto es, la verificadora de contenido mantenía al día de la información alternativa.³

Todo es posible en los memes y las ilustraciones humorísticas como las caricaturas, desde retratar a una afirmacionista, hasta ser negacionista por negar el negacionismo (caricaturas 9). Ahí se comprueba que siempre nos quedará el humor, en este caso desde la teoría de la incongruencia y el absurdo, entre parodia e ironía (Freud, 2008; Martín, 2007; Berger, 1999).

³ Todo lo cual requiere y queda pendiente para una amplia y exhaustiva investigación. Ante la dificultad de encontrar en la red de redes mensajes alternativos, la alternativa fue consultar las organizaciones internacionales y las verificaciones pues ahí estaban entre otras noticias verificadas como falsas.



Caricaturas 9



No obstante, algunos memes mostraron directamente el humor crítico, irónico o sarcástico, que reflejaba el autoritarismo de las medidas, la configuración del comportamiento social, como de la obediencia y la conformidad (Levine y Pavelchack, 2008; Sunstein, 2019), la preponderancia del pensamiento de grupo (Huici, 2012) y la falta de pensamiento crítico (Zemelman, 2005). Un espacio, los memes, donde se pudo expresar lo que en otros no se podía (Scott, 2000), pudiendo soltar tensión (Freud, 2008b), además de mostrar opiniones disímiles y alternativas en un mundo cuyo discurso único las desconoce, condena u oculta (Bauman y Donskis, 2019).

Varios mensajes iban sobre la obligatoriedad por mandato de la autoridad, presión social, o reducción de libertad, sobre las inoculaciones, para poder dejar el confinamiento, o incluso viajar y acceder a los lugares, además de al trabajo o poder ver a la familia, se solicitaba como requisito el certificado de vacunación, no importa si es legal o no, legítimo o ilegítimo, ético o amoral, necesario o innecesario. De hecho, en países como México sin obligatoriedad formal, es usual solicitarlo a los trabajadores por parte de empresas y comercios, para contratar en nuevos empleos, incluso para acceder a deportivos o centros públicos y privados. Una dolorosa experiencia, ya que aunque la ley reconocía la libertad como muestran los comunicados de la Secretaría de Salud y la Secretaría del Trabajo, los usos y costumbres fueron otros, la desinformación y el autoritarismo reinaron por mucho tiempo, por supuesto, con el beneplácito de la mayoría de la población que se otorgaba el derecho de preguntar al otro si estaba vacunado.⁴ Se traen algunas ilustraciones, ya que una condición que flotaba en el ambiente para poder regresar a las actividades y movilidades anteriores a la cuarentena era la vacunación. Frases y dibujo o foto, muestran el autoritarismo de la medida como condición de dejar el encierro (caricatura 10, meme 39).

⁴ Dejamos el tema que sólo es ejemplo del autoritarismo formal o informal de las medidas, la presión y sanción social, y la libertad de violentar al prójimo no sólo sin consecuencias de ningún tipo, sino con el aplauso popular. Quizás en el futuro se revise este abuso a la luz de los derechos y libertades políticas y sociales, más allá del derecho a la salud que cada quien elige.



La teoría de la incongruencia (Martin, 2007) apareció en estos mensajes en más de una ocasión, así como el ingenio del que hablaba Freud (2008b) para el humor en el chiste (memes 40).

Se habla de la opinión pública como inspiradora de las políticas y también como reproductora de los medios (López, 2020), una realidad o ficción creada por éstos y una opinión en sintonía con ellos (Sanpedro, 2013). Cuestión que algunos ejemplos señalaron con más o menos fortuna y humor (caricatura 11).

Como se dijo, la reacción a las voces críticas fue considerable y lejos de la autocrítica de cada mirada, se manifiestan los ataques entre ellas, esto es, las comunidades afines, con identidades diferentes, crean y recrean sus propios mensajes y los que agreden a los otros, como el favoritismo y positivismo del endogrupo y el negar y despreciar al exogrupo (Tajfel, 1984; Huici, 2012). Con objeto de foralecer el grupo y sus creencias y comportamientos, se configura una alteridad negativa (Jodelet, 2006).



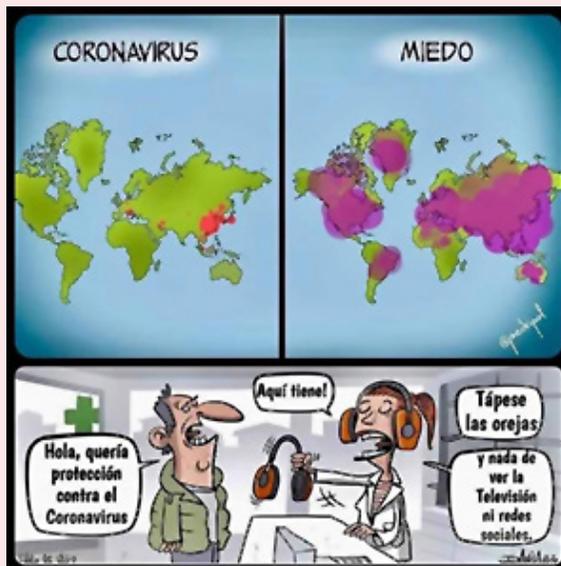
Memes 40



https://www.hispanidad.com/sociedad/diario-pandemia-sociedad-borregos_12030485_102.html

<https://eldesmarque.com/valencia/valencia-cf/noticias/240556-los-mejores-memes-por-el-coronavirus-humor-en-tiempos-de-confinamiento-741>

Caricatura 11



<https://elgritodelsur.com.ar/2020/03/los-mejores-memes-del-coronavirus.html>

Las críticas a las críticas

Los expertos oficiales en desmentir bulos, rumores, mitos y noticias falsas son las ya famosas verificadoras de medios que hay quien ya cita en la academia como una valiosa y verdadera fuente de información, luchadoras por la libertad de expresión, gracias a las cuales se persigue y condena la mentira; hay también quien las equipara a una policía del pensamiento en la línea de la más clara ciencia ficción distópica que ya parece tomar visos de realidad. Si bien, se reitera, estas verificadoras pertenecientes a medios e instituciones y financiadas por determinadas empresas, son los jueces y defensoras de la verdad en nuestros días, también aparecen varios memes o virales que las emulan o colaboran con ellas en dicho emprendimiento noble y desinteresado, seguramente (caricatura 12, meme 41).

La crítica en todas direcciones, desde lo saludable de hacerla y sobre todo de poder hacerla. La crítica hacia los críticos desde la mencionada incongruencia. La crítica hacia una ciencia que cada vez se parece más a una religión con un pensamiento único y que acompaña a un modelo político que parece conducir hacia los totalitarismos (Agamben, 2021; Han, 2022; Arendt, 2006) (meme 42).

Y ante toda esta situación que impuso medidas inusuales lesivas de derechos humanos y libertades individuales y sociales (Agamben, 2021), bien vale la pena reflexionar, y esto va para todas las posiciones en juego. Quizás nadie tiene la verdad total y cada quien tiene su verdad, pero para llegar a acuerdos es necesario dialogar o debatir, cosa que no se ha hecho, pues la postura oficial, global y globalista, se impuso a pesar de voces discordantes de científicos disidentes o de personas que pedían libertad o simplemente la ejercían (meme 43).

Incluso hay memes autocríticos y reflexivos, en una sociedad donde el discurso desde el poder es único y global, y la opinión pública consensuada y hegemónica en torno al mismo le rinde culto a un cientificismo que poco tiene que ver con lo que se dice, es o fue, la ciencia: duda, crítica, debate, empirismo, cambio.



“No me vacunaré, no dejaré que metan cosas dañinas en mi cuerpo”



Meme 42



<https://twitter.com/davidpareja/status/1469345413832581135>

Meme 43



<https://twitter.com/davidpareja/status/1469345413832581135>

Apuntes finales

Retomando el interrogante al inicio del capítulo sobre todo lo vivido en el confinamiento y el papel del meme en el tema, es posible afirmar que fue variado, y curiosamente aportando diversas miradas críticas a la medida.

Algo a destacar es que hay memes de todo y para todo (Pérez, 2017), como se observa y reitera, y también memes sobre los memes de cada tema tratado por ellos, especialmente los importantes, socialmente hablando. Estos, usualmente, desde la ironía y el humor negro, críticos con los propios memes, pero sin desmotivar, perseverando en su creación. Es decir, entroncan mensajes pesimistas y catastróficos con la intención aparente de mantener cierto rayo de esperanza, miradas más que risueñas, irónicas, y como que algo se salva del naufragio social, aunque sea sólo continuar con la creación de memes (memes 44).

Como se dijo, entre todas las medidas sociosanitarias, la más dura por sus vivencias y consecuencias, fue el quedarse en casa. Según las encuestas la mayoría de la ciudadanía parece de acuerdo y la aplaude, es más, considera que como otras normas su exigencia de cumplimiento debiera ser mayor y con sanción. Dicho lo cual, también se observa un considerable porcentaje que afirma no haberla acatado, en general por motivos laborales o razones de supervivencia. No obstante, se cuida y toma las medidas prescritas al salir, y se considera del todo correcta. El creer, decir y hacer, no siempre coinciden.

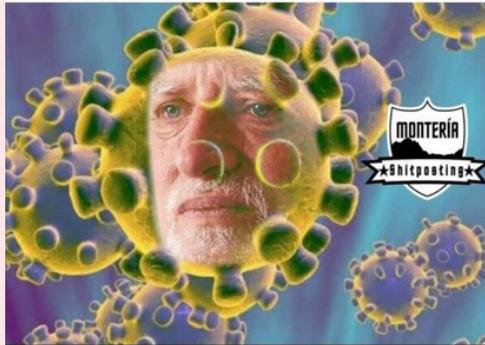
Por supuesto, a la hora de revisar los memes se muestra que éstos siguen la misma tendencia cuantitativa, fruto como son, de la opinión pública publicada (Gil, 2003), no obstante, presentan también otras miradas, sobre todo dotan de significado a las cifras de la encuesta, ofrecen definiciones, descripciones y explicaciones, y amplían el panorama cognitivo, emocional y comportamental existente.

Por una parte, secundan las campañas alarmistas de los medios (Bericat, 2005) y amenazadoras de algunos gobiernos. Por otra, reflejan la complacencia y aplauso social por las medidas. Lo primero a partir del miedo, lo segundo ya con algo más de sentido del humor. En general, reina el mensaje de aceptación con burlas con la incomodidad y mensajes humorísticos de adaptación. A veces exageración de la vivencia, otras crónica social de la realidad misma. Casi siempre con una pizca de broma o ironía que adereza suficientemente el mensaje para crear complicidad, y si no carcajada, sí el esbozo de una sonrisa, a la ligereza del sentir.

Memes 44



El coronavirus viendo que en vez de fabricar una cura, fabrican memes.



La teoría de la incongruencia fue constante, ya fueran mensajes apaciguadores, ya se trate de discursos disidentes. El enfoque del alivio también prevaleció sobre la amenaza, y el humor negro, reconfortando los momentos difíciles y complejos. Siempre el humor y en este caso el meme, en pos de la resiliencia (Jáuregui y Fernández, 2012).

En un repaso somero se observan memes reproductores del mensaje oficial del “quédate en casa”, incluso con dudas manifiestas en momentos de terremotos, que apelan al humor de la contradictoria decisión y acción. Hay memes que subrayan los problemas en los espacios, el paso del tiempo y las relaciones, y los resolvieron, o más bien, los expusieron con gracia y humor. Existieron otros centrados en las personalidades que gustaban del aislamiento y las propensas a la confluencia (Muñoz, 2009), describiendo rasgos de modos de relación. Hubo algunos amenazantes, impositivos según la teoría de la superioridad y la función agresiva del humor (Martin, 2007), más allá de su creación por profesionales desde el poder o personas anónimas (Cortázar, 2014) que colaboran en el discurso del cuidado sanitario y el confinamiento, desde la obediencia, la conformidad y el pensamiento de grupo (Levine y Palvechack, 2008; Tajfel, 1984). No faltaron los que agudizaron percepción y apreciación, mostraron y demostraron, las consecuencias del encierro. En ellos desfilaron el sedentarismo y la falta de movimiento y ejercicio, la cocina y la alimentación no siempre satisfactoria, la subida de peso, la irregularidad de horarios y rutinas, así como los problemas para el descanso y el sueño, con el consiguiente insomnio. Los problemas con el alcohol o su aumento en ingesta, y la agudización también de la adicción a todo tipo de pantallas, para informarse, trabajar, estudiar, divertirse, comunicarse, para todo y en todo momento, que llenaban las horas del día en el encierro (memes 45). Y qué decir de la salud mental que la producción memética captó rápida y eficientemente, incluso antes de los expertos y autoridades globales se posicionaran o informaran sobre el tema. También hubo algunas cuestiones saludables para la tierra dentro de tanta insalubridad para los humanos y de los humanos, aunque no siempre con intención humanista.

Finalmente, aunque son una minoría, sí se difundieron memes críticos hacia el discurso único global oficial de la pandemia en general, y en particular la ineficacia y efectos negativos de la cuarentena; eso sí, con sus luces y sombras, contradicciones y autocríticas. No obstante, al parecer algunos mensajes disidentes y con propuestas alternativas encontraron grietas de expresión en este espacio en redes, cosa imposible en los gran-



Hoy en MANUALIDADES DE CUARENTENA trabajaremos con materiales fáciles de conseguir en casa, necesitaremos:

- Vaso.
- Hielo.
- Ron.
- Coca cola



Tratamiento Covid19



des medios de comunicación de masas públicos o privados. Prueba que el humor, quizás, y sólo quizás, todavía conserva cierto grado de creatividad e innovación y libertad, en una era de la falta de alternativas (Bauman y Donskis, 2019) y de persecución de la verdad y la libertad (Agamben, 2021). El futuro nos dirá si es cierto que siempre nos quedará el humor, los memes eso parecen afirmar mientras se autoafirman ellos mismos con personalidad propia.



Curiosidad pandémica

Este texto debió llamarse papel higiénico y cerveza en la pandemia, pero por razones entre estéticas y académicas se tradujo en la versión actual por algo menos coloquial. Puede considerarse un anexo, que más allá del miedo y las medidas, se focaliza en el consumo material y humorístico. Se trata de indagar sobre el misterioso caso de la compra aparentemente exagerada del papel de baño, así como, del anhelo supuestamente extremo por la cerveza agotada. El primero al parecer fue un acontecimiento mundial, el segundo se circunscribe al territorio mexicano. Así también, se cierra este libro con un tema menos duro, no tan polémico, más tranquilo, divertido, y muy, muy humorístico, como se verá.

En los estudios que ya hay sobre los memes, uno en España subraya cómo la temática más numerosa en torno a la pandemia es el confinamiento (129 memes de 360 analizados). Aderezado esto “con bromas acerca de la cotidianidad: desde las salidas a hacer compras, el vaciado de determinados productos de primera necesidad en los supermercados como el papel higiénico, las restricciones a la hora de salir, los encuentros con vecinos en el balcón, las actividades en casa para soportar el paso del tiempo y el aburrimiento, la forma de entretener a los niños...” (Sola, 2020:48). El papel higiénico y la cerveza, como se dijo, fueron fenómenos que llegaron a ser noticia, o tal vez noticias que crearon el fenómeno, o quizás una interrelación bidireccional retroalimentada. En todo caso, y más allá de anécdotas y curiosidades varias, pueden llegar a ser, de hecho lo son, un ejemplo del nivel de consciencia en el que navega la actual sociedad, del grado de patología de la normalidad que diría Fromm (2018), o quizás como expertos y medios insinúan el grado de manipulación y control a que está sometido

da, comercial, política, y sobre todo, mentalmente (Baños, 2021). Y aquí se preguntarán qué tiene que ver el papel higiénico y el control mental. Pues bien, un acercamiento a la respuesta de este interrogante se encuentran en este estudio, junto al acompañamiento cómico de los memes que estuvieron en estado de alerta en todo momento –antes, durante y después–: creando necesidades, incentivando compra y consumo, reflejando el comportamiento social, tildado además de irracional, burlándose y riéndose en medio de un caos al que habían contribuido a crear, y quien sabe si todo parte de experimento de memes o virales como señala Shifman (2014). Aunque también pudo tratarse de una simple operación mercantil de empresas y comercios, o quién sabe si simple espontaneidad casual en la imaginación popular errática y confundida, casualidad o causalidad, ahí está la cuestión.

Cada país o grupo tiene su propia cosmovisión y hábitos, aunque las directrices actuales apuntan hacia la creación de una cultura global, la mentalidad local se resiste y las tradiciones sobreviven, incluso el sentido del humor de cada comunidad o región, excepto en algunas necesidades básicas como son beber y defecar que al parecer fueron muy populares en diversas latitudes y constituyen un caso curioso de observar y comentar (memes 1).



Memes 1



La SEP: — Vámos a suspender clases para que los mexicanos estén seguros en sus casas.

Los mexicanos:



<https://eldesmarque.com/valencia/valencia-ci/noticias/240556-los-mejores-memes-por-el-coronavirus-humor-en-tiempos-de-confinamiento-741>

<https://www.yosoiu.com/viral/general/panico-por-coronavirus-desata-ola-de-divertidos-memes/370742>

<https://www.facebook.com/memesdecoronavirus/photos/ahora-que-lo-veo-ya-no-me-da-tanto-miedo-fuente-lo-vi-en-internet-coronavirus-memes/113202440307201/>

EN EL SALVADOR

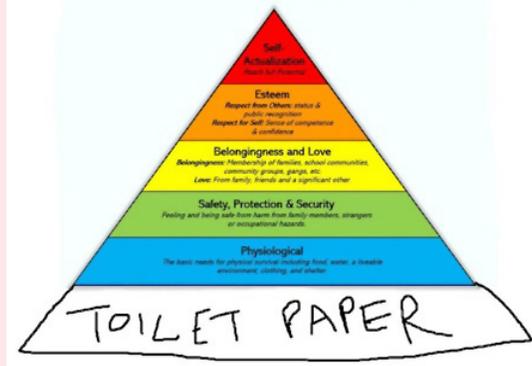


**YA ENCONTRAMOS LA CURA
PARA EL CORONAVIRUS**

**-Mamá ¿qué hay de
comer hoy?**

**-Papel higiénico con
tomate.**

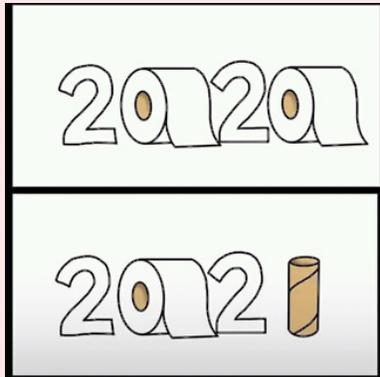
Maslow's Hierarchy of Needs



<https://www.yosoiu.com/viral/general/panico-por-coronavirus-desata-ola-de-divertidos-memes/370742>

<https://laverdadnoticias.com/viral/Los-mejores-MEMES-sobre-la-excesiva-compra-de-papel-higienico-tras-coronavirus-20200315-0063.html>

<https://laverdadnoticias.com/viral/Los-mejores-MEMES-sobre-la-excesiva-compra-de-papel-higienico-tras-coronavirus-20200315-0063.html>



<https://trome.com/viral/memes/coronavirus-memes-papel-higienico-panico-peru-video-fotos-noticia/>

<https://www.tumgic.com/tag/papel%20hig%C3%A9nico>

<https://www.pintzap.com/pic/106368/creen-que-el-papel-higienico-los-va-a-salvar-del-coronavirus-dr-house>

Las necesidades: papel de baño y cerveza

Existen necesidades primarias (Maslow, 1954; Max Neef *et al.*, 2010), niveles de consciencia relacionados en parte con éstas (Barret, 1998), y capacidades humanas (Nussbaum, 2003). Las primeras son necesarias para la vida biológica, psicológica y social, incluso para la trascendencia; las segundas refieren lo que una persona es capaz de hacer y ser en la vida. Aquí se revisan los memes en torno al papel de baño y la cerveza, necesidad de higiene, fisiológica y de seguridad emocional, y consumo de entretenimiento o evasión, según se desee enfocar, es decir, también se toman en cuenta aquellas necesidades psicológicas; las compras de pánico son necesidad de seguridad, y porqué no, de pertenencia al grupo, al hacer lo que todo mundo hace, como parte del comportamiento humano. Esto último además, es una suerte de capacidad de hacer algo, y especialmente de demostrar identidad social y ser parte del grupo o la sociedad, lo cual proporciona seguridad.

Además están todas las teorías psicosociológicas que en esto es posible aplicar y desarrollar. Por ejemplo, la psicología de masas de Le Bon (2005) y el pensamiento de grupo de Tajfel (1984), entre otros enfoques, como los conductistas y neurocientíficos actuales, sin obviar el contagio emocional, el clima creado por creencias, sensaciones y hábitos, y recreado por un estado de estrés ya incorporado en el cuerpo y la mente, por las circunstancias de alerta sanitaria. El clima emocional (Conejero *et al.*, 2004) es fundamental pues orienta el sentir y el hacer, además de la personalidad y los conflictos de cada quien, el contexto social se impone, en él se vive y de él se depende biológica y culturalmente, para la sobrevivencia, real o imaginaria.

Los dos temas que se abordan aquí, las compras de papel de baño, y la búsqueda y desabasto de cerveza, se relacionan con las compras de pánico, quizás más la primera que la segunda. Pero en ambos casos, se trata de comprar y consumir, de guardar y reservar por seguridad, de sentir la sobrevivencia asegurada. Pero hay más, mucho más, esto puede ser genuino o avivado por los medios y las redes, desde la creación del miedo (Bericat,

2005), hasta seguir el comportamiento de grupo, pasando por la identidad y la pertenencia (Huici, 2012), o el efecto de arrastre de hacer lo que todo mundo hace (Bermejo, 2015), como ya se comentó.¹

Las compras de pánico

Los memes sobre compras de pánico abundaron en las redes los primeros días de pandemia, e incluso antes de su alerta oficial. De los productos que aparecieron en las imágenes y frases destacan los dos aquí abordados. Hay quien dice que más allá del fenómeno social y psicológico a estudiar, determinadas superficies comerciales y, en concreto algunas marcas, motivaron y animaron la sugestión de la compra exagerada o compulsiva a través de redes y luego medios de comunicación con las imágenes de lo que supuestamente acontecía masivamente, además de los memes al respecto. Lo que recuerda a los estados nerviosos y cómo éstos se crean a partir de los medios y las redes en tiempo real. “Cuando unos sucesos se desencadenan a una velocidad vertiginosa y las emociones se inflaman, se produce una repentina anulación de cualquier perspectiva fidedigna de la realidad” (Davies, 2019: 13).

De hecho, en el caso de México se observan los centros comerciales y los productos con sus nombres. En todo caso, más allá del origen y la producción del viral o el meme como hay quien denomina y diferencia (Shifman, 2014), en este punto serían los primeros que luego se reconvierten en los segundos, su reproducción popular difundió con amplitud el asunto (memes 2).

Por supuesto, las compras de pánico fueron de todo tipo, especialmente productos de uso cotidiano y en particular alimentos, pero algunos destacaron como se verá en estas páginas.

¹ En fin, lo dejamos aquí porque teorías se podrían aplicar muchas y diversas, y seguramente amerita una investigación más rigurosa que la que aquí se despliega.

Memes 2



No mame, con el coronavirus da gripa, no diarrea señora.



<https://lasillarota.com/replicameme/encuarentenalosmexicanos-por-covid-19-todos-en-casa-menos-los-memes/371864>

<https://conexionmigrante.com/2020-03-13/los-mejores-memes-sobre-el-covid-19/>

<https://www.sinembargo.mx/12-03-2020/3747133>

El misterioso y extraño caso del papel higiénico

“Muchos memes son chistes internos, referencias que un cierto grupo entiende porque pasa por una experiencia en común. Las calles estarán vacías, las escuelas y los *malls* cerrados, pero pobre del que se enfrenta a las manadas que corren a comprar papel de baño, desinfectante y harina para matar el tiempo haciendo bizcochos. El nuevo paradigma de la lucha por la supervivencia es el viaje al supermercado” (Dávila, 2020:1).

En varios países al parecer pasó algo similar con la compra de papel higiénico, tanto que no sólo salió en las noticias, sino que se hicieron innumerables memes al respecto. Y es que el meme y la caricatura se adelantaron a las teorías psicológicas y estudios empíricos que luego fueron llegando y lo señalaron como fenómenos psicosociales, destacado, incluso masivo e irracional. Ilustraciones sobre el tema hay muchas, aquí se trae sólo una selección (memes 3).²

De hecho, varias son las hipótesis que se conjugan sobre el tema, y los memes tienen las suyas propias en tono de humor. Y quién sabe si éstos contribuyeron a crear un fenómeno, que luego reflejaron, esto es, inducen a la compra y luego la muestran como exagerada y además cómica, lo cual es visto y a su vez revitaliza el consumo, en una suerte de bucle interminable, como anteriormente se hizo notar.

Respecto a las teorías más oficiales en medios periodísticos –que hoy pasaron del cuarto poder al primero–, se menciona desde el efecto de imitación a la psicología de supervivencia, del efecto encuadre a la teoría de los sesgos cognitivos. Incluso se habla del síndrome FOMO –miedo por perderse algo, *Fear of Missing Out*– parte de la adicción a las redes, y la reacción de si todo el mundo lo hacer ¿por qué yo no?, y es que se quiere ser como todo mundo. Lo cual remite al comportamiento de masas y mentalidad de rebaño impulsada por las redes y la cobertura de noticias en los medios, esto según palabras de expertos consultados al respecto (BBC, 2020; National Geographic, 2020; Villagrana, 2020).³

² Aunque cabe preguntarse qué fue primero: el meme impulsor de la compra del papel, o la realidad vivida inspiró la creación del meme.

³ No es posible ahondar en estas teorías o las enunciadas con anterioridad, sí anotarlas porque resulta interesante su formulación pública para este com-

Memes 3



<https://www.jornada.com.mx/ultimas/2020/03/20/memes-en-tiempos-de-covid-19>
<https://twitter.com/PhDPalma/status/1239280118545211394/photo/2>



<https://twitter.com/PhDPalma/status/1239280118545211394/photo/3>
<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.yosoiu.com%2Fviral%2Fgeneral%2Fpanico-por-coronavirus-desata-ola-de-divertidos-memes%2F370742&psig=AQvVawOKRBWxGee2dmM-mv2PvGpdU&ust=1654039497541000&source=images&cd=vfe&ved=0CAwQjRqFwoTKD9p7viPgCFQAAAAA-dAAAAABAI>
<https://laverdadnoticias.com/viral/Los-mejores-MEMES-sobre-la-excesiva-compra-de-papel-higienico-tras-coronavirus-20200315-0063.html>



¿quieres pasar esta cuarentena conmigo?



<https://a2colores.es/blog/diseño-memes-coronavirus/>

<https://www.yosoitu.com/viral/general/panico-por-coronavirus-desata-ola-de-divertidos-memes/370742>

A todo lo cual no es ajeno el anuncio de las marcas de papel de baño que informaron del aumento en las ventas de sus productos, lo mismo que las grandes superficies que también contribuyeron. Además de la sobreexposición en los medios de esta situación. Pero esto sería la propaganda y manipulación del mercado que ejerce continuamente sobre la sociedad, y que en últimas fechas ha sumado a los memes, entre sus estrategias de venta.

Se puede ahondar más en otras cuestiones más importantes como las teorías apuntadas por los expertos. Enfoques éstos que curiosamente no se aplican a otros comportamientos durante la pandemia, y sería útil hacerlo, por lo menos como aprendizaje y reflexión de todo lo acontecido y vivido, tal vez así se adquiriera no sólo vivencia sino también experiencia de ello (Rogers, 2006). Es decir, si las teorías antes propuestas, y otras similares que puedan formularse, son válidas para la adquisición de forma “exagerada”, “irracional” y “visceral” de un producto higiénico (memes 4) ¿Podrían éstas aplicarse al miedo exagerado, la adicción a las noticias alarmantes, la aceptación de las medidas sanitarias que restan libertades y eliminan derechos?, ¿la popular aceptación de tratamientos? La pregunta queda abierta para que cada quien en uso de sus facultades cognitivas y emocionales, y echando mano de su raciocinio y discernimiento se la responda. ¿Qué es más irracional adquirir cantidades importantes de papel higiénico o dejar de ver a los amigos y besar a la familia, o encerrarse en casa a hacer pasteles, pegarse a la televisión o al celular?

Volviendo al papel higiénico, tal vez se trató de una estrategia comercial de determinadas marcas o comercios, como se dijo (memes 5). Quizás de la sensación de la gente, ya que les crea seguridad y pertenencia (Maslow, 1954; Tajfel, 1984). Seguramente, una combinación, pero lo que parece fundamental repensar es el comportamiento social, cómo los medios y las redes publicitaron el tema haciendo que éste se desbordara y la inicial curiosidad o genuino interés, pasó a ser un comportamiento de masas, de grupo, mimetismo y contagio colectivo (Le Bon, 2005; Tarde, 1962; Tajfel, 1984; Bermejo, 2015). Algo que fue muy vívido en muchos temas en la pandemia y curiosamente poco investigado en espacios académicos hasta la fecha. Aun a costa de la reiteración es de gran importancia observar cómo hay teorías que se aplican a una conducta, pero se ignoran para otra, pa-

portamiento social y no otros que también tuvieron lugar en la pandemia, y que fueron muy similares.

Memes 4



-mamá, cuando va a acabar el corona?

-cállate y cómete tu papel d váter



https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fas.com%2Fepik%2F2020%2F03%2F16%2Fportada%2F1584362559_866229.html&psig=AOvVaw3U4sXFUN6r-CX4mVaHTX7Fo&ust=1654036221677000&source=images&cd=vfe&ved=0CAwQjRxqFwoTCJj0vKijiPgCFQAAAAAdAAAAABAJ

https://as.com/tikitakas/2020/12/31/album/1609407935_631647.html

<https://www.elagoradiario.com/coronavirus/una-epidemia-de-memes/feed/>



*Quando tu abuelita se pone
las pilas ante la crisis del papel*



<https://www.memegenerator.es/meme/31422317>

<https://eldeforma.com/2020/03/18/desabasto-papel-higienico-por-coronavirus-memes-tiendas-costco/>

<https://m.cuantarazon.com/1133456/como-es-posible>

Memes 5



reciera una suerte de mostrar sin mostrar, un sesgo ideológico, o simplemente una curiosa casualidad.

En lo relativo a los memes, con más o menos humor en cada caso, lo cierto es que fueron parte protagónica de la creación del comportamiento social y a la vez reflejo del mismo, como se vio y se repite aquí. Ejemplo excelente de cómo se produce, difunde e instala un comportamiento. Cabría interrogarse ¿qué fue primero el meme o la conducta? La respuesta está en el viento. Como en el aire está la moneda sobre todo lo vivido ¿fue un hecho real o una interpretación de segundo orden? que diría Watzlawick (2003) y ¿fue un miedo genuino con función de sobrevivencia o social y derivativo? en palabras de Bauman (2007). ¿Fue parte de un clima emocional instalado? (Conejero *et al.*, 2004). Para poner otro ejemplo más distante –en el tiempo y el espacio– y que con ello puede poseer algún grado mayor de objetividad ¿Las brujas llevadas a la hoguera en la Europa de la Edad Media se relacionan en algún punto con los interrogantes anteriores? De nuevo cada quien que reflexione y se conteste.



Consumo de alcohol y la ley seca

Otro caso, éste más localizado en tierras mexicanas, fue la ley seca ya abordada, pero además se sumó el fenómeno inesperado de la falta de la tradicional y popular cerveza. En todo caso, lo cierto es que el mundo aumentó el consumo de alcohol, y algunas problemáticas derivadas del mismo, ya en apartados anteriores se abordó el tema del alcohol tan popular en esos momentos (meme 6).

En varios lugares, fines de semana y festividades, fue prohibida la venta de alcohol. Como curiosidad, en los estados de la frontera se viajaba al país del norte con objeto de consumir la preciada bebida embriagante –como antaño se hizo a la inversa– mientras en la Ciudad de México, sólo había que cruzar una calle y cambiarse de Alcaldía política para poder adquirirla. Pero anécdotas aparte, estaba la inquietud de la relación alcohol con virus, y claro, ahí entraba la ecuación alcohol-fiesta-contagio, por lo que para evitar fiestas y casos positivos se desestimó la venta en determinados días como fines de semana y festividades varias (memes 7). No se debe olvidar además la relación memética entre el alcohol y el gel antibacterial, así como, productos de limpieza, y el alcohol de consumo humano que también parece oportuno como antiviral, de ahí los ejemplos numerosos sobre el tema, ya expuestos en otro apartado.

Por supuesto, y como en otros temas –y como aconteció también en diversas latitudes– no faltó la idiosincrasia del país. Se estudia para Uruguay, “Las operaciones identitarias se afirman en un juego de oposiciones y representaciones de nosotros/los otros: externos, internos y próximos” (Simonetti, 2021:80). En este caso, quizás más como identidades locales, políticas y sociales al interior del país, si bien también hacia otros, los vecinos. Para México se observó una crítica política y autocrítica social, a veces en comparación con otros países –como el típico chiste de las nacionalidades ahora reconvertido en meme–, en especial sobre el tema de política sanitaria, y también en torno al incumplimiento por parte de la población, además del multipresente tema del alcohol (memes 8).

Una encuesta presentada en otro capítulo expresa un moderado aumento de consumo de alcohol y sobresale su destacada y elevada presencia en los memes. Sin embargo, la información oficial posterior parece sorprenderse con el tema, de nuevo como si no fuera lógico lo acontecido. Tanto el propio Gobierno de México como la OMS y la OPS (2021), apuntan el notable incremento en el consumo de alcohol, incluso en personas que

Meme 6

cuando tu amigo chino dice k ha traído Corona pero no ves ninguna cerveza



<https://www.elagoradiario.com/coronavirus/una-epidemia-de-memes/memes-coronavirus-covid19-mayo-risas-humor/>

Memes 7



Señor, no permitas que mis amigos borrachos se queden sin cervezas en esta cuarentena.



<https://www.blogdelregio.com/2020/04/los-mejores-memes-tras-paro-de-distribucion-de-cerveza/>

<https://larepublica.pe/tendencias/2020/01/25/ley-seca-memes-en-facebook-viral-imagenes-graciosas-invasen-las-redes-sociales-a-un-dia-de-las-elecciones-congresales-2020-fb-face-fotos/>

<https://eldeforma.com/2020/04/01/desabasto-cerveza-por-coronavirus-en-mexico-rumor-tendencia-twitter/>

<https://www.facebook.com/MemesAlcoholicos/photos/d41d8cd9/566514494059213/>

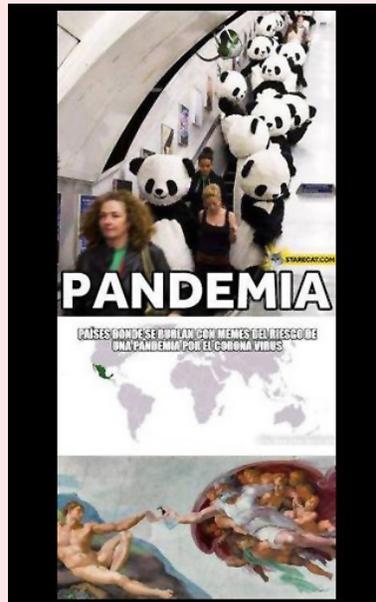


<https://eldeforma.com/2020/04/01/desabasto-cerveza-por-coronavirus-en-mexico-rumor-tendencia-twitter/>

<https://www.sopitas.com/mientras-tanto/memes-declaratoria-ley-seca-por-coronavirus-nuevo-leon-tabasco-alcohol-cerveza/>



Memes 8



<https://conexionmigrante.com/2020-03-/13/los-mejores-memes-sobre-el-covid-19/>

<https://www.jornada.com.mx/ultimas/cultura/2020/03/20/memes-humor-catartico-contra-el-covid-19-3294.html>

lo habían dejado o en jóvenes y adolescentes que se iniciaron en el mismo, todo ello por la alarma sanitaria y el confinamiento (memes 9).

Por su parte, los memes sí lo registraron desde el principio, incluso hicieron sus propios sondeos de opinión, con singular agudeza, muestra de su estudio sociológico en tiempo real de la realidad social circundante, a veces con sobresaliente gracia (memes 10).

Consumo de alcohol y de diversas sustancias, por supuesto, y además aumento del consumo. Únicamente añadir que con los memes, como en otros espacios y medios, se contribuyó a esto, pues en general se potencia entre broma y broma, o en caso de crítica, es benévola y refleja aceptación y diversión, como por otra parte, demuestra libertad de decisión de cada quien, aunque las marcas, como la cerveza en particular se aprovechan y producen memes continuamente con objeto de posicionarse y animar el consumo y el mercado. Cuestión que si bien viene siendo usual se amplificó en la pandemia.



Memes 9

#GrupoModelo ya me vi el primero de junio 🤔

-Cuando termine la cuarentena
Yo:



¿Y Ya Extrañas A Tus Kaguzakis? :v



Memes 10

60 pavos el puto test me ha costado; pero bueno, al menos me quedo tranquilo.

TEST	RESULT
covid-19	Negative
cocaine	Positive
ketamine	Positive
mdma	Positive
acid	Positive
amphetamine	Positive
cannabis	Positive

Encuesta Coronavirus

Considera que, a causa del corona virus, está tomando más alcohol de lo habitual?

Si

No



**-CAMBIO PAPEL DE
BAÑO POR CERVEZA**



facebook.com/selva/granada
Cambio papel higiénico
por cerveza, hice mal
los cálculos... bebo más
de lo que cago.
facebook.com/selva/granada



**CAMBIO ROLLO
POR CERVEZAS**



<https://twitter.com/raulpolloortiz/status/1246572731740483584>

<https://www.pinterest.com.mx/pin/623889354618929787/>

<https://www.lifeboxset.com/musica/mexico-sin-cerveza-memes/>

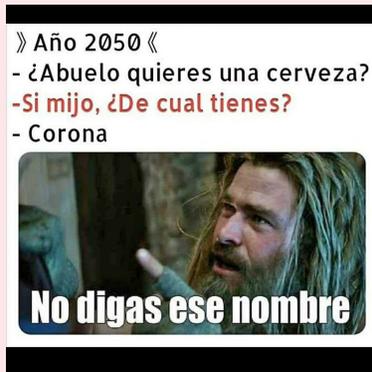
¿Y qué pasó con la cerveza?

Unos dicen que por las compras de pánico, otros que por el cierre de las plantas de producción, el caso es que se agotó. Innumerables memes surgieron, muchos o la mayoría al parecer con la marca de Corona –por razones obvias al ser líder del mercado y reina de los memes–, pero también hubo de otras, de hecho, prácticamente de todas. No se sabe y quizás ni se sabrá quién los creó, desde dónde, para qué, con qué intención, se puede eso sí hipotetizar por lógica y sospechar con sentido común o discernimiento. En todo caso, apareció una batalla de memes que discutía primero, sobre qué era más importante el papel de baño o la chela –vocablo popular de cerveza–. Lo primero que llegó a la ocurrente mente memética es el trueque o intercambio entre el papel higiénico acumulado por la cerveza agotada, al parecer hay prioridades ante la alarma, el miedo y el encierro (meme 11). Pura lógica y sentido, algo tan poco habitual hoy para otros asuntos.

De hecho, sobre las cervezas siempre ha habido memes, pero es justo reconocer que durante los confinamientos éstos revivieron y se multiplicaron, sean virales o memes (Shifman, 2014), el caso es que su difusión fue amplia, intensa e insistente. Está detrás de este fenómeno la mano de las cerveceras y la publicidad, o la espontaneidad y anonimato popular y participativo de la gente, lo cierto es que las redes estallaron en memes sobre el tema, también recogido por los medios, ahora también al servicio de aquellos (memes 12).

Se aduce que fue el cierre de las plantas decretado por el gobierno como actividad no esencial, lo que provocó desabastecimiento en abril del 2020 y se alargó la orden en mayo, por lo que los inventarios en bodega se agotaron. Hubo aumentos de precio, baja de ingresos en el comercio, y desabasto en los hogares (memes 13, caricatura 1). Más de uno comparó la desesperación ante la falta de cerveza y la necesidad de comprar papel higiénico. Todo explicable, en un país que es el mayor exportador de cerveza al mundo y uno de los que más la consumen, si bien ya todas sus marcas y plantas –excepto las artesanales– las compraron corporaciones internacionales. Curiosamente otras industrias de alcohol siguieron trabajando (EFE, 2020; Sheridan, 2020). De nuevo anécdota y curiosidad pandémica, donde la lógica sanitaria y social se ensombrecen, y no es posible encontrarla a veces.

Meme 11



<https://www.pinterest.com.mx/pin/647533252666356787/>

Memes 12



<https://www.teredavila.com/post/memes-en-los-tiempos-del-coronavirushttps://www.debate.com.mx/viral/Los-mejores-MEMES-sobre-la-eterna-cuarentena--20200416-0073.html>

Memes 13



<https://www.lifeboxset.com/musica/mexico-sin-cerveza-memes/>

<https://www.blogdelregio.com/2020/04/los-mejores-memes-tras-paro-de-distribucion-de-cerveza/>

<https://www.blogdelregio.com/2020/04/los-mejores-memes-tras-paro-de-distribucion-de-cerveza/>



**He puesto 3
cervezas 🍺 en
cada habitación,
esta noche hago
una ruta de bares
estoy emocionada**



Caricatura 1



<https://www.facebook.com/abarrotescarrill/>

<https://www.facebook.com/abarrotescarrill/>

<https://www.football-addict.com/es/articulo/evante-ud/los-mejores-memes-por-el-coronavirus-cerveza-casera-y-el-trailer-de-2021/5fae38a0a8cb7b000893c41a>

Como se observa, el tema del alcohol y la cerveza dio para mucha producción de mensajes en chistes, caricaturas, comunicaciones casuales y memes. Por lo menos sirvieron para la creación y recreación del humor y el relajo social (Portilla, 1997), tan necesario siempre y más por esos días.

Finalmente, las medidas sanitarias se tomaron bajo el discurso de un mal menor ante el mal mayor de la pandemia, habría que discutir sobre necesidad, sentido común y eficacia. Pero lo que aquí interesa son sus consecuencias en la salud física y mental; en concreto la considerada “irracional” compra de productos de baño, y la aparente “ansiedad” del embriagante, o se dirá también que son daños colaterales o efectos adversos inevitables. El tiempo y el distanciamiento tienen la última palabra, en el sentido de observar e investigar desde otro contexto espacio temporal, además y muy importante el discernimiento que sería bueno interponer a la reacción automática o la obediencia ciega.



Nota final

Se remarca la importancia del doble rol de los memes, como creadores de opinión y como reflejo de vivencias. Documentan la vida, y también informan y la conforman (Shifman, 2014). Así también, el humor en internet que refuerza clichés de la sociedad red globalizada, puede también hacer caer estructuras culturales (Alarcón, 2017). En el tema del papel higiénico y sobre las teorías que aparecieron en los medios de comunicación y que proponen expertos, sería interesante ampliar su aplicación a otros fenómenos de infodemia mediática y comportamiento grupal. Por ejemplo, cambiar el papel de baño por la pandemia, o la cerveza por el virus, y reflexionar si en estos fenómenos también es posible emplear las mismas hipótesis y enfoques que al parecer los especialistas acuerdan son correctas a los otros temas. O tal vez fue un experimento dentro del experimento global, o quizás las teorías discriminan y sólo sirven para lo que alguien dice que sirven, pero no para todo lo demás que no es posible ni conveniente pensar, cuestionar y debatir, porque el dogma de la ciencia al parecer ya ha dictado su última palabra, por el bien de todos y todas. Pero el tiempo pasa, las ideas cambian y seguramente se ahondarán y extenderán los interrogantes, y crecerán una serie de respuestas frescas y diversas, que inundarán cerebros y corazones e indudablemente se reinterpretará la historia, las historias que nos cuentan y que nos contamos.

Conclusiones

“Cuando te ríes de algo que te ha molestado ya no tiene poder sobre ti. El sentido del humor es el sentido más elevado que tenemos”.

ERIC ROLF

Se cierra este texto con Peter Berger, con el cual se abrió la obra al tema del humor, exponiendo las palabras que transcribe del teólogo Helmut Thielicke: “El mensaje que reside en el humor y se alimenta de éste, es el *kerygma* –la proclamación– de que se ha vencido al mundo” (1999:317). También citando a otro teólogo, Reinhold Niebuhr, afirma:

La íntima relación entre el humor y la fe procede del hecho de que ambos se ocupan de las incongruencias de nuestra existencia. El humor se encarga de las incongruencias inmediatas de la vida y la fe de las incongruencias últimas. Tanto el humor como la fe son expresiones de la libertad del espíritu humano, de su capacidad para distanciarse de la vida, y de sí mismo, y contemplar el panorama en su conjunto (1999:317).

Según sus propias palabras, el humor trasciende la realidad de la existencia cotidiana postulando otra distinta, apunta a la risa salvadora que puede hacer más soportable la vida por un breve tiempo y en un contexto determinado.

De hecho, en estas páginas se ha perseguido una de sus consideraciones: pensar el humor como una puerta de entrada del estudio de la realidad social por parte de la investigación en ciencias sociales. Toda vez que,

poner en práctica esa mirada de libertad que el humor todavía conserva, cuando mantiene su fuerza y su poder, su independencia y libertad, en fin, su creatividad realmente anónima y popular, humana y trascendente, que energiza y vivifica. El humor, como se afirmó en un inicio, posee beneficios y algún perjuicio, lo segundo es su uso o intención, lo primero todavía y en principio lo más común, o por lo menos esto se considera y se desea creer desde esta obra (caricatura 1, meme 1).

Si bien se esbozaron diferentes teorías, funciones y estilos del humor, aquí se retoma la perspectiva del alivio, ya se emplee desde la agresión o desde el afecto, el humor puede igual mover y conmover, así como descargar tensión como se dijo (Freud, 2008b); tensión ante un trauma o una crisis, un problema importante; tensión también por permanecer en la tristeza, por sostener el miedo o retener el enojo, así al sacar esta congestión fisiológica, cognitiva, emocional y energética, se obtiene liberación de energía que lo sostenía y de presión por no expresar; y esto último se hace de una forma seguramente menos peligrosa y dañina para todo el mundo, quien lo saca y quien en algún momento es el receptor. Si bien se suele subrayar la perspectiva afiliativa (Martin, 2007), no debemos olvidar que la creación del lazo social de un grupo puede ser a costa de la separación, expulsión o sanción de otro, esto es, para unos se trata de identidad, pertenencia y solidaridad en el endogrupo, y la discriminación y violencia se ejerce hacia el exogrupo (Tajfel, 1984; Huici, 2012), quien es diferente por razones de cultura, étnica, ideología o también enfoque científico. Esto se ha dejado patente en estas páginas al observar el posicionamiento ideológico y social, por llamarlo de alguna manera, ante la pandemia y sus medidas. La obediencia y conformidad (Levine y Pavelchack, 2008) que potencian la mayoría de los memes (Cortázar, 2014), así como, la disrupción y crítica que fomentan una minoría, lo que hace es crear y recrear en este segundo grupo, comunidades culturales o tribus que Maffesoli (2009) considera alejadas de ciertos valores imperantes como la universalidad y el racionalismo –entendidos como dogmas científicos–.

En el caso estudiado es posible afirmar que hay sectores amplios que sí comparten los principios sociales establecidos, esto es, la creencia oficial en virus, pandemias y medidas sanitarias, y que además son las mayorías consensuadas (Moscovici, 1996), en torno a un único discurso, y verdad única y global, que denominan ciencia, y que hoy hay quien desafía y considera dogma (Agamben, 2021). Son quizás las minorías creativas de Moscovici (1986), los grupos heréticos de Berger y Luckmann (1986), la re-

Caricatura 1 / meme 1



sistencia popular de Scott (2000) o el contrapoder de Foucault (1991). Quién sabe si en el futuro cambie la mirada hacia estos grupos, y como las brujas endemoniadas del siglo XVII pasen a ser las mujeres sabias del siglo XXI, como al parecer ha pasado en la historia de la humanidad con varias comunidades estigmatizadas y perseguidas en su momento.

Es posible afirmar que encuestas y memes son parte de imaginarios y representaciones sociales, del imaginario instituido e instituyente, producto y proceso, combinan la perspectiva cuantitativa con el significado de la misma. Sobre el miedo, según encuestas, hay mucho, hacia diversas cosas, y se incrementa con el tiempo. Miedo biológico y miedo social, reacción a la alerta y alarma social y a lo que se debe sentir, configuración de climas sociales y movilizador de comportamientos colectivos. Los memes reflejan el miedo, lo relativizan e intentan esquivarlo o burlarlo; también son creadores del mismo, amenazantes y difusores con objeto de disciplinar y obtener obediencia; y algunos incluso, lo desafían cuestionando la causa y fundamento del mismo.

En cuanto a las medidas, la opinión pública posee una valoración favorable mayoritaria, con algún inconveniente, que no las cuestiona, pero sí dificulta su cumplimiento. Los memes comparten esta mirada, algo más diversificada, con mensajes en general favorables, pero desde una posición muchas veces humorística, que colabora a su difusión y aceptación, incluso de manera directa. Algunos además esbozando quejas y burlas de forma ambigua o aliviando su aceptación. Unos pocos añaden la crítica directa como mensaje acompañados por el humor. Sobre el confinamiento es posible señalar tendencias de opinión, creencias y prácticas similares a las otras medidas, tanto en los datos como en los relatos.

Un resumen de lo revisado en esta obra reitera preguntas tales como ¿las encuestas de opinión son opinión pública u opinión publicada?, ¿los memes cuentan o crean la realidad?, y ambas fuentes, ¿son crónica o producción de la misma? Ambas fuentes, como se dijo, son parte de discursos sociales, que como se apuntó en la introducción, son productos semióticos en los que los sujetos se construyen y construyen del mundo. En el caso de los memes, e independientemente de lo que cada quien piense, es posible aportar tres enfoques semióticos que aúnan lenguaje, sociedad, comunicación, esto es, el significado social, el análisis de sentido, y las funciones y usos, que tienen que ver con la intención y el propósito; todo lo cual recorre las ideas y palabras de este libro de forma continua, insistente y persistente.

En primer lugar, constituyen expresión emocional, gestión del agobio y cierto alivio, contribuyen a sobrellevar la adversidad, desahogarse, liberar y relajar tensión, a modo de función catalizadora emocional. El humor es quizás su principal aliado en dicho propósito y función, entretener, divertir y distraer, esto último en lo positivo o negativo que signifique. No hay que olvidar, por otra parte, y en este orden de cosas, que lo mismo que la emoción y el humor sostienen y acompañan, o airean y liberan, también pueden ejercer la fuerza contraria, esto es, crear miedo y opresión, con lo cual paralizan o deprimen, sin negar que haya risas de por medio. No obstante, se apuesta por lo primero desde una mirada optimista y propositiva.

En segundo lugar, la función cognitiva que puede ir orientada en diferentes direcciones ideológicas como tradicionalmente se consideraba, o incluso espirituales, si se revisa la cultura a la luz de lo trascendente. La producción y reproducción del sistema imperante o una nueva construcción en paralelo de una nueva humanidad o forma de desarrollo social, mental, emocional, lo tan anunciado sobre un cambio de paradigma científico, o incluso, otro nivel de consciencia. Es dispositivo del discurso político público que legitima el poder, recurso de manipulación y control social, a modo de disciplinamiento, amenaza o seducción. Se construye y reconstruye sentido, influencia, desde la opinión pública mediatizada o publicada, ideas sembradas en los sujetos sujetados, en cuanto a actitudes y comportamientos. Lo que se llamaba hegemonía, consenso, conformidad, cuando la verdad es monopolio del poder y se modelan pensamiento y visión del mundo, ya sea a partir de la seducción como se dijo, o por medio de la amenaza de exclusión, como también se vio. En esta función también aparece la mirada rebelde, personas acalladas en otros espacios y medios por el sistema político y social global, que aquí encuentran grietas y medios. Critican y proponen, desde la resistencia o persistencia, narrativas alternativas, reflexiones críticas, transgredir, subvertir, resignificar, más allá de su influencia real, se trata de una dirección más allá también de lo material y el sistema social establecido. Anuncio tenue de ruptura o desaparición de paradigmas, velados imaginarios instituyentes en el horizonte de la humanidad.

En tercer lugar, algo importante también y que tiene que ver con los dos puntos anteriores, con lo emocional y lo cognitivo, se trata de la configuración de grupos y comunidades con perfiles similares y prácticas de sociabilidad. Comunicar, compartir, vivenciar, vincular, la identidad y la pertenencia, en la coetaneidad de los tiempos y en espacios afines, parti-

cipación colectiva, hacia la creación y co-creación de una comunidad de sentido vivencial, de ideas y de intenciones. Esto en la dirección que cada grupo elija y decida. Tan importante en momentos de miedo, distanciamiento, aislamiento, polarización social y política, confusión, señalamiento, exclusión o dictadura del pensamiento, expresión y comportamiento. Un humor que alivia y expresa, acaricia y acompaña a sujetos y colectivos.

Los memes finalmente, documentan la realidad a modo de crónica social, además de crearla y recrearla como se espera haber dejado claro en estas páginas, son narrativas, lo que hoy se denomina contar historias en comunicación política. Los memes aparecen en un contexto y con una ideología, con una emoción, cognición, y sobre todo intención –consciente o no– que es preciso tener presente a la hora de su estudio, además también, de su creación y difusión, quien así lo considere. Activan discursos, prácticas, representaciones, actitudes, valores y comportamientos, refuerzan la cohesión social, o también, y esto no hay que olvidarlo, pueden hacer todo lo contrario, desvincular, enfrentar, amenazar y dividir (memes 2). El discurso está moldeado por instituciones, estructuras y situaciones, y a su vez les da forma, esto es, contribuye a sustentar y reproducir el *status quo* y también a transformarlo (Fairclough y Wodak, 2001). Así, los memes, constituyen un discurso social, con lenguaje icónico y verbal, que organiza la experiencia personal y colectiva, otorga sentido a la existencia trascendente y a la vida cotidiana, como proceso semiótico que el discurso es (Greimas, 1987). Dan voz e ilustran ideas y sentires, acontecimientos, comportamientos, comunican con fuerza en ocasiones persuasiva (Van Dijk, 2001a; 2001b), en fin, esbozan la crónica social discursiva de una situación concreta, como se presenta y reitera en estas páginas.

Aquí resuenan las palabras de Blackmore:

Es posible que los memes se transmitan con facilidad principalmente por su característica de ser memorables y no por la importancia de su contenido ni porque sean útiles. Algunas teorías científicas equivocadas pueden haberse transmitido, sencillamente, porque su contenido era de fácil comprensión y porque se amoldaban a otras ya existentes. Un pésimo libro puede ser un éxito de ventas porque su título se recuerda con facilidad y al entrar en la librería no hay que hacer grandes esfuerzos de memoria (1999:99).

Así, los memes en internet refuerzan y consolidan ideologías o las socaban y deslegitiman, desde creencias religiosas hasta teorías científicas, sin

Memes 2



obviar la economía, la política, el orden y la organización social misma. El éxito de una teoría científica, como de un meme, radicaría en reiterar algo existente o creíble y su impacto sugerente.

El reciente libro de Xiao Mina (cit. Flores, 2020b) expone cómo funcionan los memes en los movimientos sociales, siendo un elemento de comunicación social y de influencia cultural y política, que puede concientizar sobre la salud pública, el medio ambiente y también generar miedos. Habla de cinco elementos: llamar la atención sobre un tema y que produzcan conversación sobre el mismo; el humor atractivo; refuerzan los rumores; elementos para recordar; parte de una narrativa. Pueden reflejar, amplificar o distorsionar la realidad, sea lo que sea eso que llamamos realidad (Watzlawick, 2003). Remarca el aporte de profesionales creativos en la comunicación. Señala dos funciones, la “ignorancia pluralista” cuando un grupo piensa que sus opiniones no son compartidas por la sociedad, y al compartir un meme descubre que existen similares perspectivas sobre el tema. La “sincronización de opiniones” es cuando hay mayor convergencia entre la ciudadanía, lo cual favorece la manifestación de inconformidad y el planteamiento de soluciones (Flores, 2020a). Como se dijo en varias ocasiones en este texto, predomina la conformidad e incluso el consenso (Sunstein, 2019); su reflejo y fomento en los memes. También se considera, poseen capacidad crítica, que aglutina frustraciones y descontento no siempre fácil de expresar en otros medios en las condiciones del capitalismo de la vigilancia actual, por ejemplo (Wiggins, 2019; González, 2020; Zuboff, 2020).

Finalmente, se debe remarcar que la mayoría de los memes tienen sentido humorístico y algo a destacar, más allá de su mensaje e intención, el humor es saludable, como numerosos estudios apuntan, más aún se preconiza el buen humor y la risa para el bienestar en general, así como enfrentar o sobrellevar la enfermedad o en tiempos adversos, de crisis, catástrofes y desastres naturales y sociales (Fernández, 2016).

La capacidad de estar de buen humor imprime sentido de perspectiva a nuestros problemas; la risa, por su parte, brinda una liberación física de las tensiones acumuladas y, por tanto, se espera que todo aquello que logre mantener al ser humano emocionalmente estable y lejos de experiencias desagradables puede contribuir a que el sistema inmunológico funcione óptimamente (Moure *et al.*, 2011:7).

Además, y como se ha señalado ya:

No son sólo ejemplos visuales de la satirización de un tiempo vivido, sino también testimonios de las formas compartidas del pensar irónico sobre nuestro presente, de cómo un país supo reír, de cómo una sociedad sobrellevó con sarcasmo sus contradicciones, sus impotencias, condensando en imágenes sus desilusiones sobre la cosa política. Y qué duda cabe, todo ello es parte esencial de lo que somos y de lo que ha de conformar el relato, necesariamente ya visual y poliédrico, desde luego, de nuestra historia (Martin, 2019: 8).

Memes como expresión emocional, con función cognitiva, configuración comunitaria, humor que alivia, y crónica histórico social. Este recorrido por emociones, medidas y comportamiento social en la pandemia, a modo –como se reitera– de crónica social es parte ya de los memes que ahora son fuente de patrimonio cultural folclórico popular y memoria colectiva de lo vivido –en su caso, comunicación política adoctrinadora o expresión disidente, en su momento–. Un recorrido que espera haber cumplido sus objetivos, la diversión y la reflexión, además de lo señalado con anterioridad sobre la crónica social desde el humor.

No se olvida que aquí se acudió también como recurso a las encuestas, y en comparación con los memes, la información vertida arroja como conclusión que la opinión pública en dicho ejercicio estadístico está alineada con el discurso hegemónico desde el poder global, mientras las composiciones intertextuales guardan cierta reserva de duda y algún punto de crítica, aunque sea minoritario.

Como se presentó en el apartado inicial, el meme es una unidad cultural de imitación. Nada más real que observar cómo la sociedad actual se basa en ellos. De hecho, siguiendo a Dawkins (1993) o a Blackmore (1999), es posible concluir que la pandemia, además de ser objeto de sufrimiento y humor, fue un meme. Meme en el sentido que ellos propugnan y defienden como una idea mínima de información cultural para transmitir e imitar, que salta de cerebro en cerebro.

Investigar es una aventura “el miedo es el peor enemigo del conocimiento” (Michel, 2006: 10), sobre todo el temor cuando afecta a nuestros hábitos, valores y concepción del mundo y de la vida, de ahí la importancia del camino del corazón. Y en el mundo actual el miedo parece mandar, paraliza, somete, y sólo el amor puede integrar y liberar, mientras tanto

tenemos el humor o mejor dicho, el buen humor, como se dijo en un inicio y se ha desplegado en estas páginas.

Esta obra invita a la reflexión, como se expone desde su introducción y se reitera a lo largo del capitulado, y por ello se realizan aquí unos comentarios finales con objeto de ampliarla y profundizarla. Existen dos maneras de reaccionar ante el mundo y las condiciones que nos rodean, por medio de la mente emocional inferior o la superior según Annie Marquier. Al respecto cabe decir que “las fuerzas de involución, que tienden a mantener al ser humano prisionero de la materia y de los mecanismos del ego, tanto personal como colectivamente, deben dejar paso a las fuerzas de evolución, que harán que cada ser humano viva según la voluntad de su alma” (Marquier, 2006:608). Añade que no son las circunstancias las que determinan la condición humana, sino su limitado nivel de consciencia. Por lo que “Para que se establezca en la tierra un sistema más justo y armonioso es necesario un cambio de consciencia” (2006:11). Para favorecer el cambio está la sanación colectiva mediante la sanación individual, la retirada de las viejas organizaciones de la consciencia inferior, quitarles el poder sin combate, y la construcción de sistemas nuevos de consciencia superior. Todo lo cual afirma no será fácil:

En primer lugar, porque el ego se resiste a soltar las riendas y no está dispuesto a deshacer sus mecanismos. Y en segundo lugar, porque la resistencia del ego se ve reforzada por las fuerzas materialistas, cuyo objetivo es mantener al conjunto de los seres humanos prisioneros de la materia, utilizando todos los miedos de manipulación a su alcance para que permanezcan atados a la consciencia inferior. (¿Pero quién decide ver esos programas?). En la actualidad se utilizan otros muchos medios de manipulación, algunos muy sofisticados. La hipnosis colectiva así creada da lugar a una presión social orientada hacia el materialismo, de la que no es fácil liberarse. La masa inconsciente de esos mecanismos; se sumerge a su influencia en el ámbito familiar y social, con lo que los refuerza constantemente (2006: 619).

Por lo que si se quiere cambiar el sistema hay que dejar de participar en el mismo. En concreto, propone que:

La manera de proceder respecto al viejo sistema consiste en una retirada simple y tranquila, pero firme. No hay que declararle la guerra: Luchar para intentar destruir es dilapidar una energía que se debe utilizar para construir. Las ener-

gías de guerra son energías de la consciencia inferior; no se puede manifestar la consciencia superior utilizando medios de la consciencia inferior... El mejor medio de “combatir” las fuerzas de involución y de hacerlas desaparecer del planeta es reconocerlas y retirarse conscientemente de su influencia. Cuando ya nadie responda a su espejismo, habrán perdido todo su poder sin que haya habido que jugar. Entonces tendremos un mundo diferente (2006:620).

Eso sí, retirarse del viejo sistema no equivale a retirarse de la vida colectiva, sino participar más activamente en la edificación del nuevo sistema de comportamiento basado en respeto, colaboración y responsabilidad, sin juegos de poder, “un sistema basado en la dinámica de la manifestación del ser” (2006:622), afirma Marquier.

En el mismo sentido Eckhart Tolle apunta hacia la necesidad de la sensación de liberación del saber pues no somos esa “voz que llevamos en la cabeza”. “¿Quién soy entonces? Aquel que observa esa realidad. La conciencia que precede al pensamiento, el espacio en el cual sucede el pensamiento, o la emoción o la percepción” (2006:19). No hay que calificar los sucesos como buenos o malos, sino dejar que las cosas sean “¿Significa eso que no debemos hacer nada por generar cambios en nuestra vida? Todo lo contrario. Cuando la base para toda acción es la consonancia interior con el momento presente, la inteligencia de la vida misma imprime poder a nuestros actos” (2006:179). Eso sí, es el estado de consciencia quien cambia el mundo, pues por mucho que hagamos, si no hay una transformación interna, nada se logra. “Cuando no estamos en estado de aceptación, gozo o entusiasmo, al mirar atentamente descubrimos que estamos creando sufrimiento para nosotros mismos y para los demás” (2006:263). Lo importante es concentrarnos en una actividad que nos conecte con otros seres humanos y con el Todo, “debemos vernos como fuente de inspiración y de enriquecimiento para un sinnúmero de personas a través de nuestro trabajo. Debemos sentir como esa actividad no solamente enriquece y confiere profundidad a nuestra vida, sino a la de muchas personas más. Debemos sentir que somos la puerta a través de la cual fluye la energía desde la fuente inmanifiesta de toda vida, para beneficio de todos” (2006: 271).

En lo que concierne a esta obra, el camino sería, no aplaudir la alerta de pandemia, el miedo, las medidas; no oponerse en sentido beligerante; tampoco dejar de pensar y actuar; más bien crear un mundo paralelo y seguir con la vida, como diversas voces y prácticas cada día más, ya muestran hoy. Y que haya libertad para que cada quien pueda decidir qué

Meme 3

+ En el 2020, la humanidad estuvo batallando contra la extinción, había pánico en todo el planeta como nunca antes.

- Y tú que hacías abuelo?

+ Le enviaba memes a mis amigos



camino elegir y qué hacer con su existencia. Desde esta mirada diversa e incluyente, respetuosa y no discriminatoria cabemos todos y todas en esta Tierra. Y el humor acompaña, alivia, relaja, acerca, vincula, refresca cálidamente, un humor envuelto de crítica y preñado de amor, mientras este último se recupera de su adversario el temor.

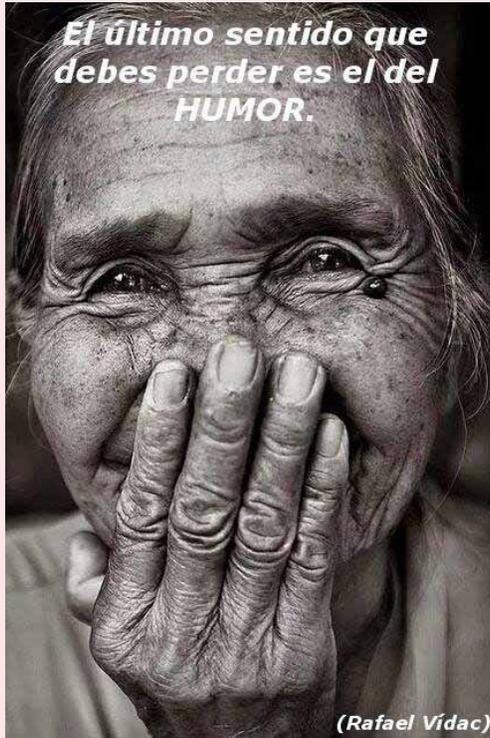
Se cierra este trabajo, esperando –no de espera sino de esperanza– que la lectura haya sido divertida para quienes eligieran el sendero del humor y el meme, y de forma secundaria –pero no menos importante– la reflexión que comporta; lo mismo que enriquecedora para aquellas personas que seleccionaron la carretera de la reflexión que proporciona la investigación social salpicada y aderezada con el humor (meme 3). Ambas sendas llegarán a la autopista que algún día nos conducirá a la nueva tierra y a una existencia más espiritual, esperemos que también con sentido del humor.

No deseo acabar esta obra sin demostrar la importancia del humor en esos días, el humor que tú y yo podemos crear, satisfactorio y aireado, gratificante e innovador, en la cotidianeidad como alivio y vivificación. Por ejemplo, cuando te presenten el interrogante estrella del 2021 –¿Ya te has vacunado? –frase coreada cual mantra y reiterada como si hubiese sido inoculada en el cerebro meméticamente–. Es posible responder: –No, como está en fase experimental y se necesita un grupo de control, yo me ofrecí voluntaria. Otro ejemplo, en 2022 la frase favorita de todo mundo –¿Cómo te ha tratado la pandemia? –¿La de la viruela del mono o la gripe aviar? Bien ¿y a ti? A veces a palabras necias, o el tema de tendencia del momento, no es posible prestar oídos sordos, por buena educación y por humanidad, pero sí responder con la imaginación al poder o desde el poder del ser, y es que siempre, siempre, siempre, nos quedará el humor.

“Un abrazo pa’ la risa
para la vida una canción.
Para la guerra nada
Para la guerra nada
Para la guerra nada”.

Marta Gómez, *Para la guerra nada*

*El último sentido que
debes perder es el del
HUMOR.*



(Rafael Vídac)



<https://twitter.com/petunchipetro/status/920997711645675523?lang=ar-x-fm>

Referencias

- Agamben, Giorgio (2014). *¿Qué es un dispositivo? Seguido de El amigo y de La Iglesia y el Reino*. Barcelona: Anagrama.
- (2021). *¿En qué punto estamos? La epidemia como política*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Aguilar, Luis (2017). “Una reconstrucción del concepto de opinión pública”, *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 12 (23), pp. 125-148 <<http://www.scielo.org.mx/pdf/rmop/n23/2448-4911-rmop-23-00125.pdf>>.
- Akasha Comunidad (2022). “Qué más da respirar bien cuando se es obediente”, 11 de abril <<https://t.me/akashacomunidad/1295>>.
- (2023). “Usos del cubrebocas”, 11 de mayo <<https://t.me/akashacomunidad/2665>>.
- Alarcón, Violeta (2017). “Humorismo como creación y fortalecimiento de los vínculos en la sociedad red: el caso de los memes sobre filósofos”, *Revista de Comunicación*, 18 (1), pp. 122-146 <<https://revistadecomunicacion.com/article/view/1011>>.
- Arendt, Hannah (2003). *Eichmann en Jerusalén. Un estudio sobre la banalidad del mal*. Barcelona: Lumen.
- (2006). *Los orígenes del totalitarismo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Arias, Manuel (2016). *La democracia sentimental*. Barcelona: Página Indómita.
- Asch, Solomon (1951). “Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments”, in H. Guetzkow (edit.), *Group, leadership and men*. Pittsburgh: Carnegie Press <<https://www.gwern.net/docs/psychology/1952-asch.pdf>>.
- Austin, John, (1955). *Cómo hacer cosas con las palabras: palabras y acciones* <www.philosophia.cl>.

- Balarezo, Gunther (2020). “Reír para no sufrir: la pandemia del coronavirus a través del humor de los memes en el whatsapp”, *Paideia*, 10 (2), pp. 555-572 <<https://revistas.urp.edu.pe/index.php/Paideia/issue/view/251>>.
- Baños, Pedro (2021). *El dominio mental*. Barcelona: Ariel.
- Bañuelo, Jacob y Omar Cerrillo (2020). “La construcción de la imagen pública de Hugo López-Gatell a través del meme en el contexto de la pandemia de covid-19”, *Virtualis*, 11 (21), pp. 1-22 <<https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/356>>.
- Barret, Richard (1998). *Liberating the corporate soul: Building a visionary organization*. New York: Routledge.
- Bajtín, Mijail (1995). *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais*. Madrid: Alianza Universidad.
- Bauman, Zygmunt (2007). *Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores*. Barcelona: Paidós.
- Bauman, Zygmunt y Leonidas Donskis (2019). *Maldad líquida*. México: Paidós.
- BBC Redacción (2020). “Coronavirus. Por qué tanta gente compra desesperadamente papel de baño ante la pandemia del covid-19”, 15 de marzo <<https://www.bbc.com/mundo/noticias-51893598>>.
- Beck, Ulrich (2002). *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Benassini, Claudia (2020). “Memes en internet: multimodalidad, intertextualidad e interdiscursividad en tiempos de Covid-19”, *Virtualis*, 11 (21), pp. 1-26 <<https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/353>>.
- Berger, Peter (1999). *La risa redentora. La dimensión cómica de la experiencia humana*. Barcelona: Kairós.
- Berger, Peter y Thomas Luckmann (1986). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bergson, Henry (2008). *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Madrid: Alianza Editorial.
- Berk, Jay (1998). “Trauma y resiliencia durante la guerra: una mirada a los niños y a los trabajadores de ayuda humanitaria en Bosnia” <<https://www.psicoanalisisapdeba.org/wp-content/uploads/2019/02/berk.pdf>>.
- Bericat, Eduardo (2002). “¿Sienten las sociedades? Emociones individuales, sociales y colectivas”, en Fernández, P. y N. Ramos (coords.), *Corazones inteligentes*. Barcelona: Kairós.
- (2005). “La cultura del horror en las sociedades avanzadas: de la sociedad centrípeta a la sociedad centrífuga”, *REIS*, 110, pp. 53-89 <<https://reis>.

cis.es/REIS/jsp/REIS.jsp?opcion=articulo&ktitulo=1976&autor=EDUARDO+BERICAT+ALASTUEY>.

- Beristain, Carlos; Dona Giorgia; Darío Páez, Pau Pérez e Itziar Fernández (1999). *Reconstruir el tejido social: un enfoque crítico de la ayuda humanitaria*. Barcelona: Icaria.
- Bermejo, Pedro (2015). *Quiero tu voto*. Madrid: LID.
- Bernays, Edward (2008). *Propaganda*. Madrid: Melusina.
- Blackmore, Susan (1999). *La máquina de los memes*. Barcelona: Paidós.
- Bourdieu, Pierre (1992). “La opinión pública no existe”, *Debates en sociología*, 17, pp. 301-311 <https://sociologiac.net/biblio/Bourdieu_OPE.pdf>.
- Bourdieu, Pierre y Jean-Claude Passeron (2009). *La reproducción*. México: Fontamara.
- Bude, Heinz (2017). *La sociedad del miedo*. Barcelona: Herder.
- Burkart, Mara; Damián Fraticelli y Tomás Várnagy (2021). “Introducción”, en *Arruinando chistes. Panorama de los estudios del humor y lo cómico*. Buenos Aires: Teseo.
- Campos, Roy (2020). “Coronavirus México, por consulta Mitofsky; AMLO, usa cubrebocas”, *El Economista*, 3 de agosto <<https://www.economista.com.mx/politica/Coronavirus-Mexico-por-Consulta-Mitofsky-AMLO-usa-cubrebocas-20200803-0055.html>>.
- Carlón, Mario (2021). “El poder del humor en una sociedad hipermediatizada”, en Burkart, Mara; Damián Fraticelli y Tomás Várnagy (coords.), *Arruinando chistes. Panorama de los estudios del humor y lo cómico*. Buenos Aires: Teseo.
- Carrillo, Emilio (2019). “Distopía y realidad” <<https://emiliocarrillobenito.blogspot.com/search?q=distopia&max-results=20&by-date=true>>.
- Castañeda, Walter (2020). *Los memes: un mecanismo para comunicar mensajes virales*. Manizales: Universidad de Caldas.
- Castillo, Brenda (2020). “Los mejores memes del ‘Apocalipsis’ tras el fuerte sismo en México”, *Guía Universitaria* <<https://guiauniversitaria.mx/los-mejores-memes-del-apocalipsis-tras-el-fuerte-sismo-en-mexico/>>.
- Castoriadis, Cornelius (1983). *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona: Tusquets.
- Champetier, Brigitte (2020). *Constelaciones familiares. Los desafíos de la vida actual*. Madrid: Gaia.
- Chavarría Cruz, Almícar (2020). “El meme en internet. El skin-o-meter como estrategia del dispositivo de poder”, *Virtualis*, 11 (21), pp. 159-178 <<https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/349/385>>.

- Chazenbalk, Liliana (2006). “El valor del humor en el proceso psicoterapéutico”, *Psicodebate*, 6, pp. 73-84 <<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/psicodebate/article/view/442>>.
- Ciencia y salud natural (2020). “Máscaras crean serios riesgos y no protegen”, 15 de mayo, pp. 1-27 <<https://cienciaysaludnatural.com/mascaras-riesgos-a-la-salud-no-protegen/>>.
- (2023). “Quieren volver a imponer máscaras cuando se sabe que no funcionan”, 25 de agosto, pp. 1-8 <<https://cienciaysaludnatural.com/quieren-volver-a-imponer-mascaras-cuando-se-sabe-que-no-funcionan/>>.
- Cohen, Néstor y Gabriela Seid (2019). *Metodología de la investigación ¿Para qué?* Buenos Aires: Teseo/Clacso.
- Conejero, Susana; Dario Páez y Joseph de Rivera (2004). “Alteración afectiva personal, atmósfera emocional y clima emocional tras los atentados del 11 de marzo”, *Ansiedad y estrés*, 10 (2), pp. 299-312 <https://www.researchgate.net/publication/235608238_Alteracion_afectiva_personal_atmosfera_emocional_y_clima_emocional_tras_los_atentados_del_11_de_marzo>.
- Consulta Mifofsky (2020a). “El coronavirus en México. Décima primera encuesta nacional”, abril de 2020 <<http://www.consulta.mx/index.php/encuestas-e-investigaciones/>>.
- (2020b). “Mexicanos en cuarentena”, mayo de 2020 <<http://consulta.mx/index.php/encuestas-e-investigaciones/item/1352-cuarentena-mx-may20>>.
- (2020c). “Los miedos de la nueva normalidad en México”, junio <<http://www.consulta.mx/index.php/encuestas-e-investigaciones/item/1365-miedos-nuevarealidad>>.
- (2021). “El coronavirus en México”, junio <<http://www.consulta.mx/index.php/encuestas-e-investigaciones/mexico-opina>>.
- (2022a). “El coronavirus en México. Centésima décima primera encuesta nacional”, marzo de 2022 <<http://www.consulta.mx/index.php/encuestas-e-investigaciones/item/1474-covidmx>>.
- (2022b). “El coronavirus en México. Centésima décima cuarta encuesta nacional”, abril <<http://www.consulta.mx/index.php/encuestas-e-investigaciones/item/1474-covidmx>>.
- (2023). “Mitofsky. Reinventing research” <<https://www.mitofsky.mx/search?q=coronavirus&sort=newest&type=blogs>>.
- Cortázar, Francisco (2014). “Imágenes rumorales, memes y selfies: elementos comunes y significados”, *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 35

(22), pp. 191-214 <<https://revistaiztapalapa.izt.uam.mx/index.php/izt/article/view/149/300>>.

Cousins, Norman (2011). *Anatomía de una enfermedad*. Barcelona: Kairós.

Daille, Lauren (2012). *La lógica del síntoma*. Barcelona: Beráγγελ.

— (2016). *La biología del superego o el medio al otro y su posible sanción*. Barcelona: Beráγγελ.

Damasio, Antonio (2006). *El error de Descartes. La emoción, la razón y el cerebro humano*. Barcelona: Crítica.

Dávila, Tere (2020). “Memes en los tiempos del coronavirus” <<https://www.teredavila.com/post/memes-en-los-tiempos-del-coronavirus>>.

Davidson, Patrik (2012). “The language of internet memes”, Mandiberg, Michael (ed.) *The social media reader*, pp. 120-134 <https://www.researchgate.net/publication/263564286_The_Language_of_Internet_Memes>.

Davies, William (2019). *Estados nerviosos. Cómo las emociones se han adueñado de la sociedad*. México: Sextopiso.

Dawkins, Richard (1993). *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*. Barcelona: Salvat.

Delgado, Paula (2020). “La crónica” <<https://celee.uao.edu.co/la-cronica/>>.

Dodsworth, Laura (2021). *A State of Fear: How the UK government weaponised fear during the Covid-19 pandemic*. United King: Pinter & Martin.

Duranti, Alessandro (2000). *Antropología lingüística*. Madrid: Cambridge University Press.

Dynel, Marta (2022). “La vida de los memes de mascarillas covid-19: un estudio diacrónico del panorama memético durante la pandemia”, *Comunicar*, 72, XXX, pp. 73-85 <<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=72&articulo=72-2022-06>>.

EFE (2020). “No hay cerveza”: la escasez por la crisis de covid-19 se evidencia en México” <<https://www.efe.com/efe/america/mexico/no-hay-cerveza-la-escasez-por-tesis-de-covid-19-se-evidencia-en-mexico/50000545-4234387>>.

Eje Central Redacción (2020). “México recibe al coronavirus con... memes”, 28 de febrero <<https://www.ejecentral.com.mx/mexico-recibe-al-coronavirus-con-memes/>>.

El Gráfico Redacción (2022). “Memes de Covid Omicron se hacen virales en redes, usuarios pasan del terror a la risa”, 12 de enero <<https://www.elgrafico.mx/viral/memes-de-covid-omicron-se-hacen-virales-en-redes-usuarios-pasan-del-terror-la-risa>>.

- El Economista* (2020). “México es el peor país para vivir en tiempos de Covid-19; con la tasa de mortalidad más alta de 53 países”, 24 de noviembre <<https://www.eleconomista.com.mx/politica/Por-que-Mexico-es-el-peor-pais-para-vivir-en-tiempos-de-Covid-19-20201124-0097.html>>.
- El Financiero* (2020). “México, el peor país para vivir durante la pandemia de COVID-19, según ranking de Bloomberg”, 24 de noviembre <<https://www.elfinanciero.com.mx/salud/mexico-el-peor-pais-para-vivir-durante-pandemia-de-covid-19-segun-ranking-de-bloomberg>>.
- El Universal* (2020). “Las otras vidas de Susana Distancia”, 1 de mayo <<https://www.eluniversal.com.mx/nacion/susana-distancia-la-heroina-de-la-salud-y-del-empoderamiento-de-la-mujer>>.
- Esquivel, Fernando (2017). “Los memes como arma electoral”, *Revista Latinoamericana de Opinión Pública*, 7, pp. 171-184 <<https://revistas.usal.es/index.php/1852-9003/issue/view/1200>>.
- Fernández Poncela, Anna María (2016). *Humor en el aula*. México: Trillas.
- (2020). “Humor viral o pandemia de expresiones humorísticas”, *El Cotidiano*, 221, pp. 69-80 <<https://www.elcotidianoenlinea.com.mx/pdf/221.pdf>>.
- (2022). *El rumor, el humor y el amor en tiempos de la influenza*. México: UAM/Juan Pablo Editores.
- Fernández Solís y Jesús Damián (2008). “Pedagogía del humor”, en *El valor terapéutico del humor*. Bilbao: Desclée De Brouwer.
- Foucault, Michel (1991). *El sujeto y el poder*. Bogotá: Carpe Diem.
- Fratlicelli, Damián (2021). “El humor hipermediático. La nueva era de la mediatización reidera”, en Bukart, Mara; Damián Fratlicelli y Tomás Várnagy (coords.), *Arruinando chistes. Panorama de los estudios del humor y lo cómico*. Buenos Aires: Teseo.
- Freud, Sigmund (2008a). “El humor” <<http://www.psicopsi.com/El-humor/>>.
- (2008b). *El chiste y su relación con el inconsciente*. Madrid: Alianza Editorial.
- Flores, Mauricio (2020a). “El impacto viral de los memes en la comunicación política” <<https://www.ciencia-politica.com/post/2020/04/09/el-impacto-viral-de-los-memes-en-la-comunicaci-c3-b3n-pol-c3-adtica>>.
- (2020b). “Gana dinero haciendo memes: un trabajo para el comunicador político digital” <<https://www.ciencia-politica.com/post/gana-dinero-haciendo-memes-un-trabajo-para-el-comunicador-pol%C3%ADtico-digital>>.
- Frankl, Viktor (2003). *El hombre en busca de sentido*. Herder.

- Fredrickson, Bárbara y Christine Branigan (2000). “Positive Emotions”, en Ma-yne, T. J. y G. A. Bonnano (eds.), *Emotions: current issues and future directions*. New York: Guilford Press, pp. 123-151 <<http://www.aperturas.org/articulo.php?articulo=0000555>>.
- Fromm, Erich (2018). *La patología de la normalidad*. México: Paidós.
- Fry, William (1993). “Medical perspectives on humor”, *Humor & Health Letter*, 2(1), pp. 1-4.
- Furedi, Frank (2018). *How Fears Works. Culture of Fear in the Twenty-First Century*. London: Bloomsbury Continuum.
- García Walker, David (2002). *Los efectos terapéuticos del humor y de la risa*. Málaga: Sirio.
- Girard, Rene. (1983). *El chivo expiatorio*. Barcelona: Anagrama.
- Gil Calvo, Enrique (2003). *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Giovine, María Andrea y Martha Elena Romero (2022). “Los memes y su valor potencial como patrimonio cultural en el contexto del giro iconotextual”, *Nierika*, 21, pp. 22-43 <<https://nierika.iberomx.com/index.php/nierika>>.
- Gobierno de México (2015). “¿Cómo funciona la alerta sísmica?” <<https://www.gob.mx/segob/articulos/como-funciona-la-alertasismica>>.
- (2020a). “Quédate en casa” <<https://coronavirus.gob.mx/qyedate-eb-casa>>.
- (2020b). “Salud Mental” <<https://coronavirus.gob.mx/salud-mental/>>.
- (2020c). “Herramientas y técnicas espaciales de salud mental en confinamiento, al alcance de la población” <<https://www.gob.mx/sct/prensa/herramientas-y-tecnicas-espaciales-de-salud-mental-en-confinamiento-al-alcance-de-la-poblacion>>.
- (2020d). “Recomendaciones para cuidar la salud mental de los adultos mayores durante la pandemia COVID-19” <<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/554778/SaludMentalAdultosMAyores.pdf>>.
- (2020e). “El gobierno de México tomó las medidas más adecuadas para la contención y mitigación de COVID-19”, 20 de octubre <<https://www.gob.mx/salud/prensa/168-el-gobierno-de-mexico-tomo-las-medidas-mas-adecuadas-para-la-contencion-y-mitigacion-de-covid-19>>.
- González, Jesús (2020). *Medios de comunicación ¿Al servicio de quién?* Buenos Aires: Clacso <<http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20200423054514/Medios-de-comunicacion.pdf>>.
- González, Roberto (2019). “El meme político, la nueva caricatura política al alcance de todos”, *Revista Legislativa de Estudios Sociales y Opinión Pública*, 12 (26), pp. 127-147 <<https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/534167>>.

- González, Gabriela y Sergio Rivera (2020). “Virus y viralidad: los memes durante la pandemia por COVID-19”, *Virtualis*, 11 (21), pp. 27-51 <<https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/347>>.
- Greimas, Algirdas Julien (1987). *Gramática estructural. Investigación metodológica*. Madrid: Gredos.
- Han, Byun-Chul (2017). *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder.
- (2022). *Infocracia*. Barcelona: Taurus.
- Hamer, Rike (2004). *Resumen de la nueva medicina germánica*. Madrid: Amici di Kirk.
- Hernández, Silvia (2012). “Especies de humor”. 7 de abril <<https://es.scribd.com/document/476040259/Especies-del-humor>>.
- Hawkins, David (2016). *Trascender los niveles de conciencia*. Barcelona: El grano de mostaza.
- Hobbes, Thomas (1980). *Leviatán*. Madrid: Editora Nacional.
- Hochschild, Arlie Russell (1979). “Emotion work. Feeling rules, and social structure”, *American Journal of Sociology*, 85 (3), pp. 551-575 <<https://www.jstor.org/stable/2778583>>.
- Huici, Carmen (2012). “Composición y estructura de grupo”, en Huici, Carmen; Fernando Molero; Ángel Gómez y J. Francisco Morales (coords.), *Psicología de los grupos. Desviación opiniones y normas*. Madrid: UNED.
- Hutcheon, Linda (1981). “Ironía, sátira y parodia. Una aproximación pragmática”, *Poétique*, 46, pp. 1-16 <<https://es.scribd.com/document/409844576/Ironia-Satira-y-Parodia>>.
- Iturrieta, Sandra y Jonathan Franco (2021). “Futuro incierto en un mundo inabarcable: rentabilización política de memes en tiempos de COVID-19”, *Última Década*, 36, pp. 213-243 <https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22362021000200213>.
- Jenkins, Henry (2008). *Convergente culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- Jáuregui, Eduardo y Jesús Fernández (2012). “El humor y la resiliencia”, en Forés, A. y J. Grané (eds.) *La resiliencia en entornos socioeducativos*. Madrid: Narcea.
- Jodelet, Denise (2006). “El otro, su construcción, su conocimiento”, en Valencia, Silvia (coord.), *Representaciones sociales. Alteridad, epistemología y movimientos sociales*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Kalcker, Andreas (2021). *Bye bye COVID. El remedio del coronavirus que no quieren que sepas*. Valencia: Voedia.

- Kant, Emmanuel (2003). *Crítica del juicio*. Buenos Aires: Biblioteca Virtual Universal <<http://www.biblioteca.org.ar/libros/89687.pdf>>.
- Katie, Byron (2006). *Amar lo que es*. Barcelona: Urano.
- Klappenbach, Augusto (2012). “Filosofía de la risa” <<https://umer.es/wp-content/uploads/2015/05/n71.pdf>>.
- Knobel, Michele y Lankshear, Colin (2007). “Online memes, affinities, and cultural production”, in Land, Peter (ed.), *A new literacies sampler*, pp. 199-227 <https://www.researchgate.net/publication/283968435_Online_memes_affinities_and_cultural_production>.
- La Vanguardia* (2020). “La OMS descarta los confinamientos para frenar el avance de la Covid”, 12 de octubre <<https://www.lavanguardia.com/vida/20201012/484007749977/oms-descarta-confinamientos-frenar-avance-covid19-coronavirus.html>>.
- Le Bon, Gustave (2005). *Psicología de las masas*. Madrid: Morata.
- Ledoux, Joseph (1999). *El cerebro emocional*. Barcelona: Ariel.
- Lewandowsky, Stephan y John Cook (2020). *Guía para las teorías de la conspiración*. University of Bristol/The University of Western Australia <https://www.climatechangecommunication.org/wp-content/uploads/2020/06/ConspiracyTheoryHandbook_Spanish.pdf>.
- Levine, Peter y Ann Frederick (1996). *Curar el trauma*. Barcelona: Urano.
- Levine, John y Mark Pavelchack (2008). “Conformidad y obediencia”, en Moscovici, Serge (coord.), *Psicología social. Influencia y cambio de actitudes. Individuos y grupos*. México: Paidós.
- Lialina, Olia y Espenschied, Dragan (eds.) (2009). *Digital folklore. To computer user, with love and respect*. Stuttgart: Merdz & Solitude <https://monoskop.org/images/9/91/Lialina_Olia_Espenschied_Dragan_eds_Digital_Folklore_2009.pdf>.
- Lipovetsky, Gilles y Sebastien, Charles (2008). *Ciencias sociales y desastres naturales en América Latina: un encuentro*. Barcelona: Anagrama.
- Lippmann, Walter (1964). *La opinión pública*. Buenos Aires: Compañía General Fabril Editora.
- López, Rafael (2020). “Opinión pública y encuestas de opinión en España”, *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 15 (28), pp. 149-179 <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112020000100149>.
- Lozano, Jorge; Peña-Marín, Cristina; Abril, Gonzalo (1999). *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid: Cátedra.
- Luján Illescas, Elvia (2010). “La risa. Significado y beneficios” <www.tiffotos.com/hedonimso/alegría/humor>.

- Maffesoli, Michel (1997). *Elogio de la razón sensible*. Barcelona: Paidós.
- (2009). *El tiempo de las tribus*. México: Siglo XXI.
- (2012). *El ritmo de la vida*. México: Siglo XXI.
- Manciaux, Michel; Lecomte, Jacques; Vanistendael, Stefan y Dolf Schweizer (2010). “Conclusiones y perspectivas”, en Manciaux, Michel (comp.), *La resiliencia: resistir y rehacerse* (pp. 303-318). Barcelona: Gedisa.
- Manes, Facundo y Mateo Niro (2014). *Usar el cerebro*. México: Paidós.
- Marina, José Antonio (2007). *Anatomía del miedo. Un tratado sobre la valentía*. Barcelona: Anagrama.
- Markolin, Caroline (2008). “German New Medicine” <https://learninggnm.com/documents/skype_meeting.html>.
- Marquier, Annie (2006). *La libertad de Ser*. Barcelona: Luzíndigo.
- Martin, Rod; Publick, Patricia; Larsen, Qwen; Grey, Janette y Kelly Weir (2003). “Individual differences in uses of humor and their relation to Psychological well-being”, *Journal of research in personality*, 37 (1) pp. 48-75 <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0092656602005342>>.
- Martin, Rod (2007). *The Psychology of Humor: an Integrative Approach*. Amsterdam: Elsevier.
- Martín Prada, Juan (2019). “Introducción”, en Rivas, Regina y Alicia Adarve, *Folklore digital y política en España*. España: Gobierno de la Rioja <<https://drive.google.com/file/d/1gCIbXclCdp68KnxIXBZlj2JaMC70Weg/view>>.
- Martínez, Eva (2016). “De la ironía al sarcasmo: una aproximación al discurso parlamentario español”, *Textos en proceso*, 2 (2), pp. 194-216 <<http://oa.edice.org/index.php/tep/article/view/46>>.
- Maslow, Abraham (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row.
- Max-Neef, Manfred; Antonio Elizalde y Martín Hopenhayn (1986). *Desarrollo a escala humana. Opciones para el futuro*. Santiago: CEPUR <<http://habitat.aq.upm.es/deh/adeh.pdf>>.
- Milenio (2020). “Quédate en casa, quédate vivo...la campaña que “enlutó” los parabuses de CDMX”, *Milenio*, 6 de junio <<https://www.milenio.com/politica/quedate-casa-quedate-vivo-campana-publicitaria-covid-19>>.
- Michel, Guillermo (2006). *Aprende a aprender*. México: Trillas.
- Milgram, Stanley (2016). *Obediencia a la autoridad*. Madrid: Capitán Swing.
- Mills, Wright (2004). *La élite del poder*. México: FCE.
- Montmollin, Germaine (2008). “El cambio de actitud”, en Moscovici, Serge (coord.) *Psicología social. Influencia y cambio de actitudes. Individuos y grupos*. México: Paidós.

- Morin, Edgar (1999). *El método. El conocimiento del conocimiento*. Madrid: Cátedra.
- (2007). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa.
- Moscovici, Serge (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Santiago: Huemul.
- (1996). *Psicología de las minorías activas*. Madrid: Morata.
- Moure, Patricia; del Pino, Dayron y Ramón Alvarado (2011). “De lo psicológico a lo fisiológico en la relación entre emociones y salud”, *Revista Psicología Científica*, 13 (13), pp. 1-9 <<https://www.psicologiacientifica.com/relacion-emociones-y-salud/>>.
- Muñoz Polit, Myriam (2009). *Emociones, sentimientos y necesidades. Una aproximación humanista*. México: IHPG.
- National Geographic Redacción (2020). “El coronavirus y la compra compulsiva de papel higiénico”, 16 de marzo <https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/coronavirus-y-compra-compulsiva-papel-higienico_15318>.
- Nicoletti, Marisol; Tarallo, Nicolás y María Laura Sciurano (2020). *La risa, un arma cargada de futuro. Humor para los tiempos difíciles*. S.l.: Mar y sol ediciones <<https://www.periodicoelcorreo.co/wp-content/uploads/2021/01/Libro-risa-COVID19.pdf>>.
- Norstrom, Roza y Pawel Sarna (2021). “Memes de internet en tiempos de confinamiento por Covid-19 en Polonia”, *Comunicar*, 62, pp. 75-85 <https://www.researchgate.net/publication/350323457_Memes_de_Internet_en_tiempos_de_confinamiento_por_Covid-19_en_Polonia>.
- Nussbaum, Martha (2003). “Capabilities as fundamental entitlements: Sen and social justice”, *Feminist Economics*, 9 (2-3), pp. 33-59 <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1354570022000077926>>.
- (2019). *La monarquía del miedo*. México: Paidós.
- Olson, Georgina (2020). “Buscarán modificar mensaje de campaña “Quédate en casa, quédate vivo”, *Excelsior*, 6 de mayo <<https://www.excelsior.com.mx/comunidad/buscaran-modificar-mensaje-de-campana-quedate-en-casa-quedate-vivo/1380381>>.
- OMS (2017). “Comunicación de riesgos en emergencias de salud pública” <<https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/272852/9789243550206-spa.pdf>>.
- (2020a). “Alocución de apertura del director general de la OMS en la rueda de prensa sobre la COVID-19 celebrada el 11 de marzo de 2020” <<https://www.who.int/es/director-general/speeches/detail/who-direc>

- tor-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>.
- (2020b). “Inmunidad colectiva, confinamientos y COVID-10”, 31 de diciembre <<https://www.who.int/es/news-room/q-a-detail/herd-immunity-lockdowns-and-covid-19>>.
- (2020c). “Aumentar sustancialmente las inversiones para evitar una crisis de salud mental”, 14 de mayo <<https://www.who.int/es/news/item/14-05-2020-substantial-investment-needed-to-avert-mental-health-crisis>>.
- (2020d). “Los servicios de salud mental se están viendo perturbados por la COVID-19 en la mayoría de los países según un estudio de la OMS”, 5 de octubre <<https://www.who.int/es/news/item/05-10-2020-covid-19-disrupting-mental-health-services-in-most-countries-who-survey>>.
- (2021a). “Aplanemos la curva de la infodemia” <<https://www.who.int/es/news-room/spotlight/let-s-flatten-the-infodemic-curve>>.
- (2021b). “Cronología de la respuesta de la OMS a la COVID-19”, 29 de enero <<https://www.who.int/es/news/item/29-06-2020-covid-timeline>>.
- OPS (2003). *Preparativos de salud para situaciones de desastres. Guía para el nivel local*. OPS.
- (2020a). “La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia” <https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=15756:who-characterizes-covid-19-as-a-pandemic&Itemid=1926&lang=es#:~:text=v%20La%20epidemia%20de%20COVID,un%20gran%20n%C3%BAmero%20de%20personas>.
- (2020b). “Consideraciones psicosociales y de salud mental durante el brote de COVID-19”, 18 de marzo <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52571/OPSWNMHMHCCovid-1920040_spa.pdf?sequence=3&isAllowed=y>.
- (2021). “Alcohol use during the COVID-19 pandemic in Latin America and the Caribbean” <<https://iris.paho.org/handle/10665.2/53908>>.
- Ordoñana, Juan Ramon; Gómez, J. y F. Galván (2000). “El uso del miedo en los mensajes de salud”, *Gaceta Sanitaria*, 14 (3), pp. 45-59 <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6388134>>.
- Ortiz, Juan (2020). “Crónica periodística: características, estructura, tipos, ejemplos” <<https://www.lifeder.com/cronica-periodistica/>>.
- Páez, Darío; Fernández, Itziar y Carlos Beristáin (2001). “Catástrofes, traumas y conductas colectivas: procesos y efectos culturales”, en San Juan, Carlos (ed.) *Catástrofes y ayuda de emergencia: estrategias de evaluación, prevención y tratamiento*. Barcelona: Icaria.

- Pérez, Gabriel; Aguilar, Andrea y María Ernestina Guillermo (2014). “El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake”, *Argumentos*, 27 (75), pp. 79-100 <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952014000200005>.
- Perales, Mariana (2020). “Profesor del TEC y estudiante ayudan en la campaña de Susana Distancia”, *Conecta. Tecnológico de Monterrey* <<https://tec.mx/es/noticias/estado-de-mexico/educacion/profesor-del-tec-y-estudiante-ayudan-en-la-campana-de-susana>>.
- Pérez Salazar, Gabriel (2017). *El meme en internet. Identidad y usos sociales*. México: Fontamara.
- Pigem, Jordi (2021). *Pandemia y posverdad*. Barcelona: Fragmenta.
- Portilla, Jorge (1997). *Fenomenología del relato y otros ensayos*. México: FCE.
- RAE (2021). “Meme”, “Confinamiento”, “Cuarentenar/Cuarenteno(na)” <<https://dle.rae.es/palabra>>.
- Ramírez, Grethel (2005). “Apuntes acerca de la ironía y otras variantes humorísticas”, *Letras*, 40, pp. 9-31 <<https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/letras/article/view/827>>.
- Raskin, Victor (1985). *Semantics Mechanisms of Humor*. Holland: Reidle Publishing Company.
- Ravelo, Carmen (2020). “Acá los memes del sismo de 7.5 grados”, *El Heraldo de Tabasco*, 23 de junio <<https://www.elheraldodetabasco.com.mx/doble-via/virales/aca-los-memes-del-sismo-de-7.5-grados-5401810.html>>.
- Rincón Gallardo, Laura (2015). *El abrazo como forma de vida*. México: Instituto Prekop.
- Robin, Corey (2009). *El miedo. Historia de una idea política*. México: FCE.
- Robine, Jean Marie (2005). *Contacto y relación en psicoterapia*. Santiago: Cuatro Vientos.
- Rodríguez, Delia (2014). *Memecracia. Los virales que nos gobiernan. Cómo las ideas contagiosas usan internet para manipular a la gente*. Madrid: Gestión 2000.
- Rodríguez Cabezas, Ángel (2008). “Efectos del humor: consideraciones médicas”, en Rodríguez Idígoras, Ángel (ed.), *El valor terapéutico del humor*. Bilbao: Desclée De Brouwer.
- Rogers, Carl (2006). *El proceso de convertirse en persona*. Barcelona: Paidós.
- Rowan, Jaron (2015). *Memes. Inteligencia idiota, política rara y folclore digital*. Madrid: Capitán Swing.
- Rúas, José; Talía Rodríguez y Julia Fontenla (2021). “La difusión de memes de contenido político durante la tercera ola de la COVID-19”, *Cultura, len-*

- guaje y representación*, 26, pp. 209-227 <<https://www.e-revistas.uji.es/index.php/clr/article/view/5843>>.
- Ruiz Martínez, José Manuel (2018). “Una aproximación retórica a los memes de internet”, *Sigma*, 27, pp. 995-1021 <<https://revistas.uned.es/index.php/signa/article/view/21856>>.
- Salazar, Robinson (2009). “La nueva estrategia de control social. Miedo en los medios y terror en los espacios emergentes”, Congreso LASA <<https://cdsa.academica.org/000-062/2239.pdf>>.
- Salgado, Eva (2021). “Memes y procesos de semiosis de la pandemia en México”, *Comunicación y Sociedad*, 18, pp. 1-22 <<http://www.comunicaciony-sociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/issue/view/v18>>.
- Sampedro, José Luis (2013). “Todo está muy bien tramado para que no tengamos una democracia”, *Eldiario.es*, 10 de abril <https://www.eldiario.es/politica/jose-luis-sampedro-dominar-democracia_1_5635105.html>.
- Santos, Elena (2020). “Científicos de todo el mundo cuestionan el confinamiento de la población”, *Discovery Salud*, 337 <<https://www.dsalud.com/reportaje/cientificos-de-todo-el-mundo-cuestionan-el-confinamiento-de-la-poblacion/>>.
- Siurana, Juan Carlos (2015). “Ética del humor en la política y la educación”, en Ortega, César; Andrés Richart; Víctor Páramo y Christian Ruíz (eds.), *El mejoramiento humano*. Granada: Universidad de Valencia, pp. 118-127 <<http://www.uv.es/BIOETICA14.PDF>>.
- Schmedling, Gerardo (2000). “Maestría en amor para aquellos que no necesitan sufrir más”, Módulo 7 Aceptología <https://borjavilaseca.com/wp-content/uploads/2019/04/Aceptologia_Gerardo-Schmedling.pdf>.
- Schwab, Klaus (2013). *La cuarta revolución industrial*. Madrid: Debate.
- Scott, John (2000). *Los dominados y el arte de la resistencia*. México: Era.
- Searle, John (2000). *Actos de habla*. Madrid: Cátedra.
- Seligman, Martin (2011). *La auténtica felicidad*. Barcelona: Zeta.
- Sheridan, Mary (2020). “El coronavirus paraliza la industria cervecera mexicana y el país se está secando”, *The Washington Post*, 14 de mayo <<https://www.washingtonpost.com/es/tablet/2020/05/14/caray-el-coronavirus-paraliza-la-industria-cervecera-mexicana-y-el-pais-se-esta-secando/>>.
- Shifman, Limor (2014). *Memes in digital culture*. Cambridge: MIT University Press.
- Schutz, Alfred (2008). *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Simonetti, Paula (2021). “El virus visible: la pandemia a través de los memes de internet. Una aproximación al caso de Uruguay”, *Estudios de teoría*

- literaria*, 10 (22), pp. 67-81 <<https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/etl/article/view/5063>>.
- Sola Morales, Salomé (2020). “Humor en tiempos de pandemia. Análisis de memes digitales sobre COVID-19”, *Zer*, 25 (49), pp. 33-58 <<https://addi.ehu.es/handle/10810/49938>>.
- Spencer, Herbert (1860). “The Psychology of Laughter”, *MacMillan’s Magazine*, 1, pp. 395-402 <<https://wellcomecollection.org/works/agb23fva/items?canvas=2>>.
- Spiegelburd, Rafael (2020). “El año del cochino”, en Svampa, Maristella *et al.* *La fiebre*, pp. 89-118. s.l.: ASPO.
- Sunstein, Cass (2019). *La conformidad. El poder de las influencias sociales sobre nuestras decisiones*. México: INE/Grano de sal.
- Tajfel, Henri (1984). *Grupos humanos y categorías sociales. Estudios de psicología social*. Barcelona: Herder.
- Tarde, Gabriel (1962). *Las leyes de la imitación*. Madrid: Jorro.
- (2011). *Creencias, deseos, sociedades*. Buenos Aires: Cactus.
- Terol, Oscar (2022). “Humor en el frente”, *Plippity Flop*, 7 de abril <<https://www.youtube.com/watch?v=3yF5p9ukll0>>.
- Thaler, Richard y Cass Sunstein (2008). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. Yale University Press.
- Tolle, Eckhart (2006). *La nueva tierra. Un despertar al propósito de su vida*. México: Norma.
- Tolosa Igualada, Miguel (2005). “De la traductibilidad del chiste: más allá de los factores perceptibles”, *Interlingüística*, 16 (2) pp. 1079-1089 <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2514926>>.
- Torres Sánchez, María Ángeles (1999). *Estudio pragmático del humor verbal*. Cádiz: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- Touraine, Alain (1979). *Economía política*. Barcelona: Anagrama.
- Traugott, Michael y Paul Lavrakas (1997) *Encuestas: guía para electores*. México: Siglo XXI.
- Ziv, Avner (1984). *Personality ense of humor*. New York: Spinger Pub Co.
- Universidad (2021). “Memes y humor una combinación que nos sacó de lo peor de la pandemia”, 28 de octubre <<https://www.universidad.com.ar/memes-y-humor-una-combinacion-que-nos-saco-de-lo-peor-de-la-pandemia>>.
- Valles, Manuel (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.

- Van Dijk, Teun (2000). *Ideología*. Barcelona: Gedisa.
- (2001a) “El discurso como interacción en la sociedad”, en Van Dijk, Teun A. (comp.) *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa.
- (2001b). “El estudio del discurso”, en Van Dijk, T. (comp.), *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona: Gedisa.
- (2009). *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa.
- (2014). *Discurso y contexto*. Barcelona: Gedisa.
- Vanistendael, Stefan (2010). “La resiliencia en lo cotidiano”, en Manciaux, M. (comp.) *La resiliencia: resistir y rehacerse*. Barcelona: Gedisa.
- Vanistendael, Stefan y Jacques Lecomte (2002). *La felicidad es posible*. Barcelona: Gedisa.
- Vatino Gianni (2010). *Adiós a la verdad*. Barcelona: Gedisa.
- Verd, J.M. y Lozares (2016). *Introducción a la investigación cualitativa. Fases, métodos y técnicas*. Madrid: Síntesis.
- Vigara Tauste, Ana María (1994). *El chiste y la comunicación lúdica: lenguaje y praxis*. Madrid: Ediciones libertarias.
- Villa Abrille, María Elena (2009). “La risa y el humor, como técnicas antiestrés” <<https://udla116.wordpress.com/2010/06/24/la-risa-y-el-humor-como-tecnicas-antiestres/>>.
- Villagrasa, Jorge (2020). “Cuatro teorías y una pandemia: la lógica del comportamiento humano” <<https://edem.eu/cuatro-teorias-y-una-pandemia-la-logica-del-comportamiento-humano/>>.
- Watzlawick, Paul (2003). *¿Qué es la realidad?* Barcelona: Herder.
- Wiggins, Bradley (2019). *The discursive power of memes in digital culture: ideology, semiotics, and intertextuality*. New York: Routledge.
- Winocur, Rosalía (2019). “La tribu de los memes. El territorio virtual de inclusión-exclusión entre los adolescentes”, *Comunicación y sociedad*, 16, pp. 1-22 <<https://comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/index.php/com-soc/article/view/e7327>>.
- Worcester, Robert (1994). “Reflexiones sobre la opinión pública”, *Este País*, 94, México.
- Zemelman, Hugo (2005). *Voluntad de conocer*. Barcelona: Anthropos.
- (2015). “Pensamiento y construcción del conocimiento histórico una exigencia para el hacer futuro”, *Agora.USB*, 15 (2), pp. 343-352 <<http://www.scielo.org.co/pdf/agor/v15n2/v15n2a01.pdf>>.
- Zimbardo, Philip (2007). *El efecto lucifer*. Barcelona: México: Paidós.
- Zuboff, Shoshana (2020). *La era del capitalismo de la vigilancia*. Barcelona: Paidós.



Este libro es un acercamiento a las medidas en la pandemia a través del humor, desde una mirada fresca y abierta, agrupando todas las tendencias semánticas –en la medida de lo posible–, exponiéndolas, organizándolas y comentándolas. Persigue dos objetivos, en primer lugar, colaborar con el humor, o mejor dicho, el buen humor. En segundo, para quien desee adentrarse un poco más, añadir al primer propósito una reflexión social sobre la pandemia. Todo ello se realiza a través de la presentación de memes en torno al miedo y las medidas en la pandemia en general, haciendo énfasis en el caso de México. 😊

Ana María Fernández Poncela es doctora en antropología social por la Universidad de Barcelona. Profesora e investigadora en el Departamento de Política y Cultura de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.

<fpam1721@correo.xoc.uam.mx>
annamariafernandezponcela.com