

***El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania***

*Humor in times of war: pragmatic analysis of humorous discourse on Twitter during the conflict between Russia and Ukraine*

**Resumen**

El objetivo principal de esta investigación es estudiar la configuración del discurso humorístico en la red social Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania comenzado el 24 de febrero de 2022 con el inicio de la invasión rusa. En este trabajo partimos de un marco teórico sólido que nos permite analizar exhaustivamente 80 secuencias humorísticas que han sido extraídas de la red social durante el primer mes del inicio de la invasión rusa después de recopilar un total de 1136 tuits. Hemos seleccionado 13 muestras que servirán de ejemplo para establecer nuestras conclusiones sobre las estrategias humorísticas que utilizan los hablantes en tiempos de guerra.

**Palabras clave**

Humor; Twitter; redes sociales; guerra.

**Abstract**

The main objective of this research is to study the configuration of humorous discourse on the social network Twitter during the conflict between Russia and Ukraine that begins on February 24 of 2022, with the beginning of the Russian invasion. In this work we start from a solid theoretical framework that allows us to exhaustively analyze 80 humorous sequences that have been extracted from the social network during the first month since the beginning of the Russian invasion after collecting a total of 1136 tuits. We have selected 13 samples that will serve as examples to establish our conclusions about the humorous strategies used by speakers in war.

**Keywords**

Humor; Twitter; social media; war.

Fecha de recepción: 11/05/2022 - Fecha de aceptación: 27/12/2022

DOI: <https://doi.org/10.37536/linred.2023.XX.1752>

*El desarrollo de esta investigación ha sido posible gracias a la concesión de un contrato predoctoral financiado por la Fundación Séneca (Región de Murcia, España), con número de expediente 21589/FPI/21.*



*El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania***1. Introducción: objetivos, método y fuentes**

El humor es un fenómeno pragmático que afecta al ser humano en todas las áreas de la vida, especialmente en los momentos de felicidad, pero también en tiempos difíciles. Es importante acercarse a la investigación en torno a la lingüística a los usos reales que hacen los hablantes hoy día para demostrar su actualidad y relevancia, y es por ello por lo que nos hemos centrado en estudiar las posibilidades que ofrece el lenguaje en un momento de crisis mundial para satisfacer las necesidades individuales y de grupo a través de las redes sociales y el medio digital.

Aunque la investigación en torno al humor ha sido abordada desde disciplinas como la filosofía, la medicina o la didáctica, en este trabajo nos centraremos en estudiar este fenómeno desde el punto de vista de la pragmática, área de la lingüística que trata de analizar los factores que intervienen en el intercambio comunicativo (Escandell 2006: 16).

Este trabajo parte de la revisión bibliográfica de las investigaciones más sobresalientes en torno al humor con el objetivo de establecer un marco teórico sólido sobre el que sostener nuestro análisis del discurso.

Los objetivos que planteamos son los siguientes:

- Buscar y clasificar la producción de textos reales escritos en lengua española durante el conflicto ruso-ucraniano que han sido publicados en la red social Twitter.
- Analizar los ejemplos irónicos y humorístico, su aprovechamiento y resultados comunicativos.
- Comparar las estrategias discursivo-pragmáticas que utilizan los hablantes en la red social Twitter para producir el discurso humorístico.

Dado que el conflicto entre Rusia y Ucrania comienza el día 24 de febrero de 2022, la búsqueda y clasificación de los tuits que componen nuestro corpus comienza con el inicio de la invasión y acaba con el primer mes de enfrentamiento. Así, la metodología que se ha empleado es cuantitativa, pues el número de secuencias que se ha seleccionado y analizado de entre los 1136 tuits que configuran nuestro corpus asciende a 80 ejemplos reales de uso del español escrito en el medio digital, pero también cualitativa, pues se ha llevado a cabo un exhaustivo análisis de los textos extraídos de la red social Twitter aplicando los principios metodológicos que plantea la Teoría General del Humor Verbal, ampliamente aceptada en el desarrollo del estudio-análisis del discurso humorístico. Finalmente, hemos seleccionado y extraído 13 ejemplos de nuestro corpus para identificar en este trabajo cuáles son los mecanismos que emplean los hablantes en la construcción del discurso humorístico en tiempos de guerra.

Por tanto, la metodología que se ha seguido para el desarrollo de esta investigación es la siguiente: en primer lugar, búsqueda y clasificación de un amplio número de ejemplos reales de uso en lengua española extraídos de la red social Twitter; en segundo lugar, análisis de los ejemplos humorísticos y efectos comunicativos; por último, análisis de los resultados obtenidos y conclusiones.

## 2. El humor y las redes sociales

Hoy día es una realidad constatable que las redes sociales y el medio digital constituyen un soporte privilegiado en la construcción de las crecientes comunidades virtuales. Esta es una noción de actualidad que tiene que ver con la tendencia a crear nuevos vínculos entre las personas a través de Internet. Esta comunicación mediada por ordenador se define como los diversos modos de interactuar que surgen con el manejo de las nuevas tecnologías de la información (Mancera y Pano 2013: 10).

El contexto comunicativo ha evolucionado enormemente con el paso del tiempo y las redes sociales favorecen dicho cambio, de modo que en la actualidad prima la inmediatez de la comunicación y las personas son más abiertas a dialogar. Para Baron (2008), la conexión entre los hablantes a través de las redes sociales es constante y esto favorece la rapidez del intercambio comunicativo.

La facilidad que tienen los hablantes para crear nuevos lazos de amistad tiene que ver con la tendencia de hombres y mujeres a establecer redes sociales y esto se refleja de igual modo en las redes sociales virtuales (Yus 2001: 40). Las personas necesitan sentir que pertenecen a un grupo o que forman parte de una comunidad, por eso las redes sociales constituyen un lugar ideal que favorece el desarrollo de los textos humorísticos. Estas estrategias permiten que los hablantes creen vínculos que se basan en aspectos como los temas que tienen en común los usuarios, intereses compartidos o gustos similares. Por esta razón, es frecuente el intercambio de textos humorísticos como uno de los mecanismos principales para ampliar la red social y el número de seguidores.

Sin embargo, las redes sociales son a menudo un foco de discusión y se convierten en un campo de batalla. En este sentido, el humor puede ser un arma de doble filo y es difícil establecer los límites entre lo que consideramos gracioso e interpretamos en clave humorística y el sarcasmo o la descortesía. Aún así, las redes sociales son precisamente eso, relaciones que los usuarios establecen virtualmente, de manera que las agresiones no suelen trascender más allá de las opiniones y los comentarios que los consumidores comparten en la red.

### 2.1. Teoría General del Humor Verbal

La Teoría General del Humor Verbal (en adelante TGHV) fue formulada por Attardo en 1991 como una respuesta a la Teoría Semántica del Humor Verbal (en adelante TSHV) que propuso Raskin en 1979. El objetivo principal del nuevo modelo consistió en la revisión de la propuesta anterior con la finalidad de responder a los puntos que no fueron abordados. Raskin y Attardo construyen su teoría sobre la base de seis parámetros o recursos de conocimiento (Attardo 2020: 137-138):

***El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania***

- La oposición de guiones. Es una condición básica para cualquier texto humorístico y es la base de la TSHV.
- El mecanismo lógico. Se trata de la fase de resolución, mecanismo esencial por el cual se elimina la incongruencia que se produce por la oposición de guiones.
- La situación. Tiene que ver con los elementos accesorios al texto humorístico.
- La meta. Es el blanco de la broma, tanto estereotipos grupales como individuales. Este es un parámetro opcional, ya que algunas manifestaciones del humor no buscan ridiculizar a nadie.
- Las estrategias narrativas. Se trata del género al que pertenece el texto humorístico.
- El lenguaje. Elección de todos los niveles del lenguaje que de alguna manera colaboran en la producción del humor.

Para Simarro (2016: 53), los parámetros que ayudan a resolver la incongruencia y que podemos aplicar sin problema al humor verbal son la oposición de guiones o marcos cognitivos y el mecanismo lógico. De otra parte, la situación, el blanco, las estrategias narrativas y el lenguaje son mecanismos no exclusivos de los textos humorísticos, sino que pueden darse (y se dan) en otros textos.

Por otro lado, cabría distinguir entre el humor que aparece a partir de rasgos que son externos a la lengua y el humor que se basa exclusivamente en lo lingüístico. Sin embargo, esta clasificación es puramente metodológica, puesto que lo más habitual es que las tres categorías se den de manera simultánea e interactúen gracias a las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, sobre todo las redes sociales, donde normalmente aparecen formatos que integran texto, imagen y sonido para construir el discurso humorístico (véase imagen 1).



Imagen 1. Twitter, 24 de febrero de 2022, <https://twitter.com/Ukraine/status/1496716168920547331>

*El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania***2.2. El humor y el caso de Twitter**

Twitter es una plataforma virtual que ofrece un servicio que permite a los usuarios enviar y publicar mensajes con una extensión máxima de 280 caracteres desde la web o desde una aplicación creada para móvil y ordenador (Mancera y Pano 2013: 19-20). Esta compañía existe desde 2006 y se ha esforzado desde su nacimiento por crear una red de *microblogging* o *nanoblogging* donde los consumidores informan y son informados, pero, sobre todo, dan su opinión acerca de cualquier tema que comparten con otros usuarios. De hecho, Mancera y Pano (2013: 20) afirman que Twitter se ha consolidado como un espacio público líder donde los cibernautas exponen sus mensajes, indicando el momento exacto de la publicación, para compartir su opinión acerca de temas que coinciden con los intereses de sus seguidores.

El lenguaje que se utiliza en el ecosistema digital es a menudo coloquial y llama especialmente la atención la tendencia a la argumentación que, en ocasiones, puede derivar hacia la descortesía (Fuentes 2013: 199).

De acuerdo con Pano (2015: 65), el usuario es un participante activo en las redes sociales, que se muestra crítico con las ideas opuestas a las propias. Esto favorece que exista cierta confrontación con otros usuarios. Precisamente, la red social Twitter se ha convertido en un espacio de acceso libre y abierto en el que los usuarios colaboran para crear una red de interacción donde se intercambian opiniones y puntos de vista.

Evidentemente, el grado de organización y preparación del discurso no es el mismo en la conversación oral y en la conversación escrita, pues la escritura ofrece una planificación mayor del mensaje y de los argumentos que se emplean para expresar una opinión o lanzar una crítica. Esta planificación en el intercambio de los mensajes escritos en Twitter propicia la elaboración de textos humorísticos en el contexto de la burla. A este respecto, podemos decir que es interesante trabajar con la opinión de usuarios anónimos en esta red social ya que, de acuerdo con Ruiz Gurillo (2012: 15), el humor que hace uso del lenguaje como medio recurre a elementos culturales y políticos que, de hecho, están presentes en la explicación del fenómeno.

Como se ha señalado, los usuarios de esta red social crean nuevos vínculos de amistad en función de los intereses que comparten, sobre todo, cuando se trata de ridiculizar o criticar el orden social y los acontecimientos ocurridos. En opinión de Díaz (2014: 82):

“El insulto cumple una función de afianzamiento del vínculo con los receptores que comparten la opinión del emisor, de hecho, las redes sociales, por ejemplo, se caracterizan especialmente por reforzar la adhesión de grupo con fórmulas como el retuiteo de Twitter o el *Me gusta* de Facebook.”

En efecto, lo que piensan los usuarios se convierte en una condición para la amistad de los cibernautas, pero no todos los que comparten su opinión en las redes sociales responden al mismo patrón. Según Díaz (2014: 84), los usuarios recurren a la descortesía en busca de la originalidad a través del juego de palabras, la creación de neologismos y formas innovadoras, etc. A pesar de la singularidad estilística del discurso en las redes sociales, el humor no es el único fenómeno social y pragmático que se desarrolla en este medio. Así, la descortesía se

*El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania*

muestra en esta plataforma cuando el humor va más allá de la diversión y el sarcasmo es más hiriente (Mancera y Pano 2013: 69).

### 3. El humor en tiempos de guerra: contexto espacio-temporal

El día 24 de febrero de 2022 estalló la invasión rusa de Ucrania. El conflicto bélico se inició, sin embargo, mucho antes. Si bien el episodio más reciente ha sido la invasión militar ordenada por Vladímir Putin, el enfrentamiento se inició en 2014 y se han ido sucediendo varias fases entre las cuales sobresale la adhesión de Crimea a Rusia y la guerra del Dombás. Este asalto supone el mayor ataque militar en el continente europeo desde la guerra de los Balcanes entre 1991 y 2001.

El ataque tuvo lugar tras varios meses de tensión diplomática, después de que el 21 de febrero de 2022, Rusia admitiera la República Popular de Donetsk y la República Popular de Lugansk, dos estados que se autoproclamaron independientes en la región de Dombás en el este de Ucrania y que fueron autorizados por Putin a defender militarmente la frontera rusa (Priego 2022).

En la actualidad, el objetivo de Rusia consiste en evitar que Ucrania establezca nuevas alianzas con la Unión Europea para impedir la presencia de la OTAN cerca de territorio ruso. Para ello, Putin se propone deponer al gobierno ucraniano, presidido por Volodímir Zelenski (Rincón y Rivas 2022). En efecto, detrás de esta crisis se halla la negación por parte de Rusia de aceptar que la antigua república soviética se una a la Unión Europea y, por tanto, a la OTAN. Putin asume que Ucrania forma parte de un todo que es Rusia y se propone adherir el país al territorio ruso, aunque con la toma de esta decisión cree un nuevo conflicto con el resto de Europa y sus países aliados.

Por otro lado, la respuesta al conflicto entre Rusia y Ucrania por parte de la Unión Europea se ha basado desde el primer momento en una firme oposición. De hecho, el 24 de febrero el Consejo de Europa se reunió en Bruselas en una asamblea de carácter extraordinario para disponer una réplica a los acontecimientos ocurridos en Ucrania. Los dirigentes europeos condenaron con dureza los hechos sucedidos y acusaron a Rusia por acometer una agresión militar injustificada contra Ucrania. En efecto, con lo ocurrido no solo se ataca a Ucrania, sino que se arremete contra el derecho internacional y contra la democracia, por ello el acto ha sido acusado de terrorismo geopolítico.

Como cabía esperar, muy pronto la comunidad internacional resolvió una serie de medidas que se debían adoptar para frenar el avance ruso afectando directamente a su economía. Las sanciones que asume Rusia en estos momentos afectan a la exportación y a la importación, pero también a la estabilidad del rublo ruso y a la posición global de sus oligarcas.

Evidentemente, el desastre que supone un conflicto de estas características se traduce en el alto número de fallecidos y de millones de ciudadanos que huyen de su país. El flujo de refugiados en Europa es en estas fechas

*El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania*

elevado, sobre todo a partir del establecimiento de corredores humanitarios que garantizan la movilidad de las personas.

Ahora bien, a la pregunta de cómo se vive el conflicto ruso-ucraniano más allá de las fronteras de Rusia y Ucrania, no hay una única respuesta. En efecto, la comunidad internacional se ha volcado hacia Ucrania y la ayuda humanitaria crece cada día dentro y fuera del territorio europeo. Podemos decir que existe un alto grado de concienciación y de sensibilidad hacia los más desfavorecidos en un momento de honda tristeza por las víctimas que derivan del enfrentamiento. Aún así, en numerosas ocasiones las redes sociales constituyen un entorno de frivolidad y de intrascendencia.

El desarrollo del conflicto ha favorecido el aumento del flujo de comunicaciones que tienen lugar en el ecosistema digital. Si nos centramos en la actividad que en los últimos días ha habido en la red social Twitter, la mayoría de los comentarios que comparten los usuarios tienen relación con los hechos ocurridos en Ucrania. El aumento de la actividad discursiva y la interacción entre usuarios en momentos de inestabilidad o vinculados a acontecimientos de carácter social especialmente relevantes para la comunidad es un hecho que ya ha sido planteado en otros estudios de análisis del discurso (véase Simarro 2016: 18).

El humor se pone al servicio de la comunidad de hablantes y el discurso humorístico se crea para estrechar lazos de camaradería entre los usuarios o, por el contrario, para manifestar el distanciamiento hacia el objeto de la burla.

#### 4. Elaboración y análisis del corpus

El planteamiento que se ha seguido en esta investigación para la creación del corpus se encuadra dentro del análisis del discurso mediado por ordenador, que está integrado en el prototipo de la comunicación mediada por ordenador (Herring 2004).

Se ha recogido un total de 1136 tuits, de los que se han seleccionado 80 para su análisis pragmático. Esta selección es el resultado de la búsqueda exhaustiva dentro del sistema de búsqueda avanzada de Twitter bajo la red de términos que hemos destacado por su relación con el conflicto ruso-ucraniano y sus consecuencias, entre otros: gasolina, electricidad, luz, aceite de girasol, guerra nuclear, guerra mundial, Putin, Rusia y Ucrania. Estos son los criterios de búsqueda que se han aplicado, junto con la limitación de la muestra a las fechas comprendidas entre el 24 de febrero de 2022 y el 24 de marzo de 2022, cumpliéndose un mes desde el inicio del conflicto bélico.

El procedimiento ha arrojado los siguientes resultados. Por un lado, hemos clasificado los 1136 tuits en dos grupos: 1056 tuits que son informativos o serios (92,96%) y 80 tuits que podemos considerar cómicos o humorísticos y que representan el 7,04%. Este porcentaje es evidentemente menos numeroso dada la trascendencia de los hechos ocurridos durante este espacio de tiempo y las consecuencias tan negativas para la

*El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania*

población ucraniana y europea, pero igualmente sorprendente si tenemos en cuenta que no es un asunto que deba ser objeto de burla, a pesar de que así se ha constatado en este trabajo.

Este grupo de tuits en clave de humor y que representa un 7,04% de la muestra es el objeto de análisis pragmático que se ha llevado finalmente a cabo en esta investigación.

El método que se ha empleado para analizar las secuencias humorísticas que se han extraído de nuestro corpus se desarrolla en tres etapas: clasificación de las 80 secuencias humorísticas en función de su contenido y de los factores que han motivado su producción (inflación, desabastecimiento, alerta nuclear, etc.); estudio pragmático de cada secuencia y análisis individual de cada fragmento aplicando los seis parámetros de la TGHV (oposición de marcos cognitivos, mecanismo lógico, situación, blanco de la burla, estrategia narrativa y lenguaje); exposición de las 13 secuencias más significativas y publicación de resultados y conclusiones. Para ello hemos seguido el modelo de análisis que propone Agüero (2013) y Simarro (2016).

En primer lugar, una vez que hemos aislado los 80 tuits de carácter cómico que componen nuestro corpus, se han clasificado en diferentes categorías en función de la oposición de guiones en cada uno de ellos. De este modo, podemos establecer 5 categorías y 12 subcategorías (véase Figura 1):

- A. Acumulación de desgracias que ocurrieron en 2020, 2021 y 2022 (6 tuits)
- B. Alerta por riesgo de guerra
  - B.1. Alerta por riesgo de guerra nuclear (4 tuits)
  - B.2. Alerta por riesgo de III Guerra Mundial (3 tuits)
  - B.3. Ataques en territorio ucraniano (13 tuits)
- C. Desabastecimiento y subida de precios
  - C.1. Aceite de girasol (16 tuits)
  - C.2. Electricidad y subida del precio de la luz (6 tuits)
  - C.3. Subida del precio de la gasolina (10 tuits)
  - C.4. Desabastecimiento en los supermercados (8 tuits)
- D. Política internacional
  - D.1. Vladimir Putin (7 tuits)
  - D.2. Toma de decisiones (3 tuits)
- E. Otras categorías
  - E.1. Redes sociales (2 tuits)
  - E.2. Racismo (1 tuit)
  - E.3. Solidaridad (1 tuit)

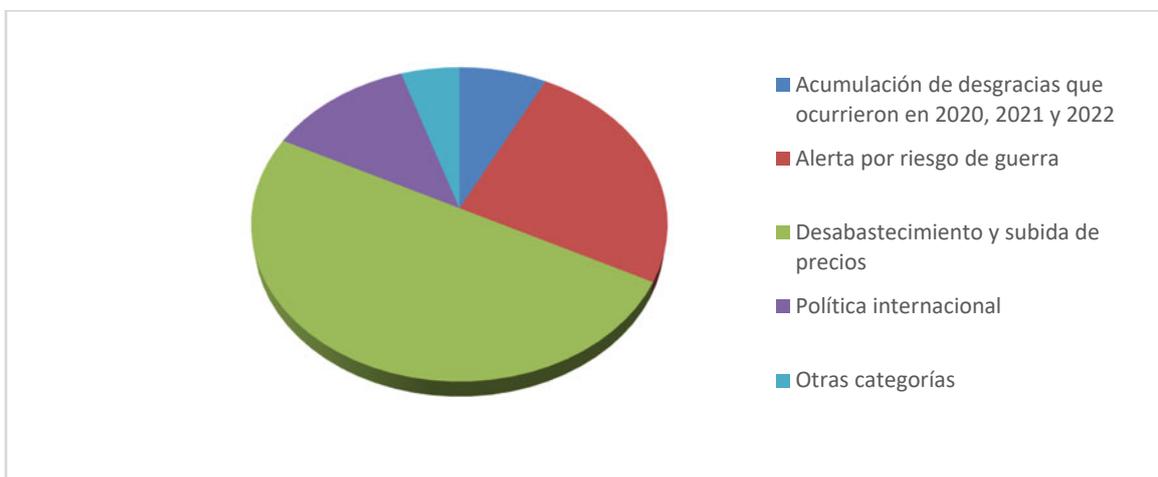
*El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania*

Figura 1. Distribución de tuits en función del remate del texto humorístico

A partir de este punto continuamos con el análisis cualitativo de cada uno de los 13 tuits que hemos seleccionado aplicando los seis parámetros que propone la TGHV, teoría que ha sido revisada por Ruiz Gurillo (2012).

Hemos partido del primer recurso de conocimiento que define la TGHV (oposición de guiones) para poder clasificar los 80 tuits en cinco categorías y doce subcategorías. La que suma un mayor número de tuits es la categoría C, que se refiere al desabastecimiento de productos y subida de los precios como consecuencia de la inestabilidad económica a partir del inicio del conflicto y de las sanciones que la Unión Europea impone a Rusia. El humor en los 40 tuits que hemos clasificado dentro de esta categoría gira en torno a la subida del precio de la gasolina, la luz y el aceite de girasol. Por ejemplo, en (1), (2) y (3) los usuarios denuncian esta subida de precios y lo hacen a través del humor y de recursos como la ironía:

(1) En la gasolinera: - Hola... buenos días... – Le pongo diésel o gasolina? – No, no, nada. Solo estoy mirando, Twitter, 10 de marzo de 2022, <https://twitter.com/cantodesirena24/status/1501903008296275970>

El precio de los carburantes ha superado máximos históricos como consecuencia del conflicto entre Rusia y Ucrania. En (1) vemos cómo se parodia un diálogo que, si bien es fruto de la imaginación del usuario que lo ha escrito, podría darse perfectamente en cualquier gasolinera de España dadas las consecuencias que ha tenido el paquete de sanciones contra Rusia, entre otras, la subida del precio del diésel y la gasolina.

Es importante destacar en este punto que determinar un contexto espacio-temporal en este tipo de discurso no solo es oportuno, sino que responde a las características propias de un estilo que nos recuerda al género prototípico para la comunicación del humor: el chiste. En efecto, los ejemplos que en este trabajo se han seleccionado nos recuerdan a chistes enlatados, pero existen diferencias notorias con respecto a este género que detallaremos en el apartado dedicado a las conclusiones. En cuanto a la situación, se halla al inicio del

*El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania*

ejemplo (1) y esta define el contexto que ayudará a la comprensión del texto y a su interpretación en clave humorística.

La estrategia discursiva de la que se sirve el hablante en este caso es el diálogo o la representación de un diálogo que podría producirse en el contexto real del usuario, estrechamente relacionado con los acontecimientos que en el momento de la publicación del tuit afectaron directa o indirectamente a quien escribió este texto. Más allá de ello, la principal estrategia narrativa que hemos abordado en este trabajo es el género tuit. A pesar de ello, es evidente que dentro de este género cabe mencionar el tipo de discurso que utilizan los hablantes. Hemos comprobado que uno de ellos es precisamente el texto dialogado, pues su empleo en estos casos permite imprimir cierta teatralidad en el texto y esto potencia la comicidad y favorece el desarrollo del ingenio.

El remate final de la broma nos permite resolver la incongruencia del chiste: “No, no, nada. Solo estoy mirando”. Esta respuesta es la que podríamos esperar de un cliente que está mirando la ropa de un escaparate o dentro de una tienda. Evidentemente, no es una respuesta que esperamos encontrar en el contexto de una gasolinera, donde solamente hay que elegir el tipo de carburante que queremos repostar: diésel o gasolina. La resolución de la incongruencia genera una serie de implicaturas conversacionales que motiva la interpretación del enunciado en clave de humor.

No es el lenguaje lo que genera el humor en este caso, sino el choque o la ruptura de expectativas, esto es, la oposición de dos marcos cognitivos, pues la incongruencia viene dada por una respuesta que no es la esperada y esta se resuelve precisamente gracias a nuestro conocimiento universal y a ciertas estructuras lógicas que están estandarizadas en la conversación entre individuos que pertenecen a un contexto espacial y temporal semejante.

(2) La luz está tan cara que ahora se llama Luz Vuitton, Twitter, 7 de marzo de 2022, <https://twitter.com/FaroDelFinde/status/1500939311038013445>

En (2) encontramos un enunciado que denuncia la subida del precio de la luz como consecuencia de la guerra en Ucrania. La oposición de marcos cognitivos se produce cuando encontramos dos guiones que no tienen nada que ver: por un lado, el precio de la luz y, por otro lado, el nombre de la marca Louis Vuitton. Este juego de palabras *Luz-Louis* es el mecanismo que desencadena el juego del lenguaje y que produce la risa. Es sabido que la marca Louis Vuitton no está al alcance de todo el mundo, de hecho, se considera una marca de lujo. Desde que se inició el conflicto entre Rusia y Ucrania muchos artículos de primera necesidad se han convertido en artículos de lujo, como la luz o la gasolina.

El lenguaje es el parámetro que responde a la elección léxica, sintáctica y fonológica que realiza un hablante cuando construye el discurso humorístico (Attardo 2020). En este caso, el lenguaje adquiere un papel destacado, puesto que es el juego de palabras lo que hace reír al lector.

*El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania*

(3) “Cambio garrafa de aceite de girasol por iPhone 13”, Twitter, 10 de marzo de 2022, [https://twitter.com/Baba\\_vox/status/1502035855334068224](https://twitter.com/Baba_vox/status/1502035855334068224)

Siguiendo con la misma estrategia que veíamos en (2), encontramos que también el aceite de girasol ha subido de precio a lo largo del mes de marzo. En este caso hablamos de dos marcos cognitivos, por un lado, el guion del artículo de lujo y el guion de un bien de primera necesidad. Evidentemente el precio del terminal de la marca Apple está muy por encima del precio de una garrafa de aceite de girasol, pero dadas las circunstancias y el evidente aumento del precio del aceite, los artículos de primera necesidad se reubican y se posicionan casi al mismo nivel que los artículos de lujo.

Otro aspecto importante que debemos señalar es el conocimiento que comparten los hablantes o usuarios. En este caso, la configuración del mensaje está inspirada en el texto anuncio que podemos encontrar en plataformas destinadas a la compra y venta online de productos de segunda mano. La disposición de los elementos que sirven para la construcción del texto condicionan la manera en la que leemos y comprendemos el mensaje, de modo que de alguna manera el choque de expectativas también depende de ello.

Por otro lado, en (4) encontramos la subida de precio de otro artículo, a pesar de que no hay aparentemente una explicación que lo justifique. Este es un ejemplo de ironía prototípica, donde se da a entender lo contrario de lo que se dice (Reyes 2018).

(4) Mercadona ha subido a casi el doble la arena para gatos. Esto no habría pasado si no dependiéramos de las minas de arena para gatos de Rusia, Twitter, 12 de marzo de 2022, [https://twitter.com/ULM\\_75/status/1502602803704999939](https://twitter.com/ULM_75/status/1502602803704999939)

La intención de (4) es evidentemente sarcástica y va implícitamente dirigida contra la clase política y el aumento de los precios, no el precio de los productos que directamente dependen del comercio con el este de Europa, sino de otros productos que han aprovechado la coyuntura para subir su precio en el mercado. Esto ocurre con la arena para gatos, que es ahora más cara. En este caso, cabe hablar de una doble meta u objetivo de la broma, pues ciertamente el usuario se dirige directamente a la cadena de supermercados, que es también responsable del aumento de los precios de ciertos productos. Esta mención explícita a dicho supermercado sitúa el texto en un espacio concreto y acerca el mensaje a una amplia mayoría de usuarios que conoce la cadena española.

El remate final de este texto está cargado de ironía, pues los usuarios saben perfectamente que la producción de arena para gatos en España no depende de Rusia y mucho menos de ninguna mina especializada en este producto. Los efectos comunicativos que consigue el empleo de la ironía en este caso acercan la opinión de un individuo concreto a la opinión colectiva: el rechazo y el desacuerdo de la población hacia el aumento del precio de algunos productos como consecuencia del conflicto ruso-ucraniano.

La categoría que alcanza el segundo número más alto de tuits cómicos en nuestro corpus es la categoría B: alerta por riesgo de guerra. En total 20 tuits que tienen que ver con el miedo a un conflicto que pueda desarrollar

*El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania*

una guerra nuclear o incluso la tercera guerra mundial, además de los ataques que ya ha habido en territorio ucraniano.

(5) Eres muy inteligente, bueno y atractivo, pero yo lo que busco ahora es alguien con búnker, Twitter, 27 de febrero de 2022, <https://twitter.com/MrsLalupa/status/1497945827624562688>

En (5) encontramos oposición de guiones donde el primer guion consiste en la descripción de un pretendiente (inteligente, bueno y atractivo), pero que no es suficiente dadas las expectativas del hombre o la mujer que lo va a elegir, ya que en este momento lo que busca es alguien que posea un búnker. En general se ha extendido desde el inicio del conflicto el miedo por riesgo de una tercera guerra mundial, de modo que muchas personas se alertaron ante la posibilidad de una guerra nuclear. Esta es una opinión exagerada, puesto que en caso de que la guerra ruso-ucraniana implicara a otros países, el uso de armas químicas se contempla como una posibilidad remota y bastante improbable.

Evidentemente, si no conociéramos el contexto en el que se ubica el discurso, así como los efectos posibles ante la probabilidad del estallido de una tercera guerra mundial, el elemento principal de este texto carecería de la comicidad que como hablantes hemos dado a la palabra *búnker*. Esta ruptura o choque de expectativas genera en mayor o menor medida la respuesta que el usuario espera producir cuando diseña y configura su breve discurso: la risa. Normalmente cuando una persona rechaza a otra se apoya en excusas que tienen que ver con sus intereses personales en determinado momento o etapa de su vida, pero normalmente no rechazamos a nadie porque no tenga algo en concreto y mucho menos un búnker.

(6) Tu Tercera Guerra Mundial y cada día la de más gente, Twitter, 8 de marzo de 2022, <https://twitter.com/LaGuerraTercera/status/1501256991234310148>

Debemos recurrir al conocimiento contextual que comparten los hablantes para explicar y comprender con qué intención se ha construido el discurso en (6), puesto que si no conociéramos la referencia cultural que hay detrás de este texto sería casi imposible interpretar el enunciado en clave de humor o, al menos, perderíamos mucha información que consideramos clave en su interpretación. En este texto encontramos un ejemplo de parodia, donde el texto parodiado es el anuncio televisivo que protagoniza Matías Prats, prestigioso periodista español que se convirtió en la imagen publicitaria del banco ING Direct, cuyo eslogan es: «tu banco y cada día el de más gente».

Esta idea no solo se repite de principio a fin en este trabajo, sino que gira alrededor de los estudios que investigan el fenómeno humorístico, especialmente desde la perspectiva de la lingüística. No se puede descontextualizar el humor, pues el lenguaje carece en sí mismo del elemento cómico, sino que depende de otros factores como el conocimiento que comparten los hablantes.

*El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania*

(7) Da igual escribir Kiev o Kyiv, no deja de ser Rusia, Twitter, 5 de marzo de 2022, <https://twitter.com/TheBigBossPutin/status/1500086275348570116>

Es un fenómeno que se ha extendido en redes sociales como Twitter el hecho de que los usuarios creen cuentas falsas o paródicas, que reconocemos porque deben ir acompañadas del adjetivo *fake* para no ser bloqueadas por la red social. Un ejemplo de este fenómeno es la cuenta falsa en clave de humor que encontramos de Vladímir Putin (@TheBigBossPutin). El hecho de que (7) sea expresado por Putin es lo que desencadena el humor y permite la interpretación del texto en clave cómica. Sabemos que Kiev es la capital de Ucrania y la de Rusia es Moscú. También conocemos la discusión en los medios durante los primeros días del conflicto por la que discutía la pronunciación correcta de la capital ucraniana. Teniendo en cuenta esta información, el usuario que lee este tuit genera una serie de implicaturas que conducen a la interpretación del discurso en clave humorística y genera, en mayor o menor grado, una respuesta hilarante.

El tercer puesto es para la categoría D: política internacional, que tiene que ver con la figura de Putin y la toma de decisiones de los políticos europeos e internacionales. En total se han encontrado 10 tuits que podemos clasificar dentro de esta categoría.

(8) Putin tiene solo 69 años, es muy joven para presidir un país, luego pasa lo que pasa, Twitter, 5 de marzo de 2022, <https://twitter.com/viejoUS/status/1499890765287370752>

Otro ejemplo de cuentas-parodia en Twitter lo encontramos en (8), (9) y (12). Se trata de la cuenta *fake* de Joe Biden (@viejoUS), presidente de los Estados Unidos de América. El presidente ha sido blanco de burlas por su avanzada edad, así que los usuarios aprovechan esta condición para hacer humor sobre la edad del presidente ruso y la edad del presidente americano. El texto se lee en clave de humor porque el emisor del mensaje es el propio Joe Biden, que condena los actos llevados a cabo por Putin y justifica su política territorial basándose en que solo tiene 69. El indicador que pone en alerta al receptor de este texto es el adverbio *solo*, utilizado con una clara intención irónica.

(9) Frenaremos la guerra entre Rusia y Ucrania como mejor sabemos hacer: reuniendo a conocidos artistas para que interpreten juntos una canción solidaria de no a la guerra, Twitter, 27 de febrero de 2022, <https://twitter.com/viejoUS/status/1497900300476334080>

Debemos conocer la referencia en (9) para interpretar correctamente el enunciado y entender su significado. El falso presidente americano se refiere a la canción *We are the world*, escrita en 1985 por Michael Jackson y Lionel Richie e interpretada por músicos famosos en el panorama musical americano del momento (Cyndi Lauper, Bob Dylan, Tina Turner y Stevie Wonder, entre otros). Este acto responde al título *USA for Africa* y se trata de una muestra de apoyo internacional con el objetivo de recaudar dinero suficiente para acabar con el hambre en Etiopía. Este tipo de iniciativas son llevadas a cabo también cuando hay un conflicto de gran magnitud

*El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania*

internacional o sucede un desastre natural como el terremoto de Haití en 2010, ocasión para la que destacados artistas grabaron la canción *Ay Haití* (Alejandro Sanz, Miguel Bosé, Shakira o Estopa).

La cuarta posición es para la categoría A: acumulación de desgracias que ocurrieron entre 2020 y 2022. Se ha recogido un total de 6 tuits que podemos clasificar dentro de esta categoría. En esta categoría se han incluido los tuits que se refieren a los últimos años como una sucesión de continuas desgracias. En efecto, esta cadena de acontecimientos desafortunados comienza en 2020 con la crisis sanitaria por COVID-19. Más adelante vivimos otros acontecimientos igualmente inusuales como el asalto al Capitolio el 6 de enero de 2021 o la erupción del volcán de La Palma unos meses después, el 19 de septiembre. Para mayor burla del destino, el 24 de febrero de 2022 de inicia la invasión de Ucrania, que supone un atentado contra los derechos humanos en territorio europeo.

(10) ¿Qué os está pareciendo el 2022? Yo creo que es el mejor de la trilogía, Twitter, 7 de marzo de 2022, [https://twitter.com/La\\_Gimeno/status/1500864975736348679](https://twitter.com/La_Gimeno/status/1500864975736348679)

El remate de la broma en (10) lo constituye el uso de la palabra *trilogía*, que cuando se trata de la producción editorial de una novela o de la entrega de una película es algo que los consumidores esperan ansiosos, pero que a estas alturas de 2022 no es algo sobre lo que los usuarios de la red social tengan demasiadas expectativas. Esta trilogía está compuesta por los años 2020, 2021 y 2022 y las desgracias que han ido ocurriendo durante este tiempo. La elección del léxico, así como de cualquier otro nivel del lenguaje, afecta al resultado que se espera obtener tras la configuración del discurso humorístico. El foco de atención que el usuario imprime en la última palabra de su mensaje no es algo aleatorio, sino que responde a una estructura previamente planificada y cuyos efectos comunicativos dependen precisamente de su colocación.

Por último, la quinta posición es para la categoría D: otras categorías. En este caso hemos recogido un total de 4 tuits. En (11), (12) y (13) podemos apreciar distintos blancos del humor. Por ejemplo, en (11), el texto arremete de forma sarcástica contra la red social *TikTok*, que cada vez tiene más seguidores, pero que muchos usuarios consideran de poco valor. En este sentido, el marco cognitivo que supone esta referencia entra en colisión con la interpretación que se hace de la red social como un ataque nocivo y brutal.

(11) Hoy hemos pedido a Kevin Mayer, presidente de TikTok, que siga operando en Rusia. No conocemos ataque más nocivo y brutal contra una sociedad que esa red social. Vamos con todo, Twitter, 7 de marzo de 2022, <https://twitter.com/KamalaLaBuena/status/1500832378234839044>

En (12) podemos decir que el blanco de la burla vuelve a ser el propio Joe Biden, que debido a su edad se acusa de despistado. Por ello en su perfil *fake* en esta red social tiende a quedar en evidencia en sus aseveraciones, como en esta secuencia, donde asume que el conflicto ruso-ucraniano es una respuesta racista contra el Mar Negro.

*El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania*

(12) El origen del conflicto en Ucrania es evidente: el racismo. El Mar Negro está siendo atacado por ser negro. Es intolerable esta agresión. Black Seas Matter, Twitter, 28 de febrero de 2022, <https://twitter.com/viejoUS/status/1498232108254470145>

En (13) de nuevo encontramos la colisión de dos marcos cognitivos, por un lado, la solidaridad con los niños ucranianos que no pueden ir a la escuela y, por otro lado, la respuesta de este usuario (@greta\_lo) que es la cuenta *fake* de Greta Thunberg. Lo que despierta el humor en esta secuencia es que todos conocemos a la activista sueca porque cuando empezó su actividad para proteger el medioambiente era apenas una niña.

(13) Me solidarizo con los niños ucranianos que no pueden ir a la escuela por culpa de la guerra y yo tampoco voy, Twitter, 22 de marzo de 2022, [https://twitter.com/greta\\_lo/status/1506153215573774336](https://twitter.com/greta_lo/status/1506153215573774336)

La intención de este tuit es crear humor a partir de la incompatibilidad de dos marcos cognitivos que chocan. Normalmente los efectos de la solidaridad van más allá y las personas obran para dar ejemplo, solidarizándose con los necesitados. Evidentemente, no ir al colegio no es un acto de solidaridad y mucho menos hacia los niños ucranianos. Esta respuesta genera una serie de implicaturas conversacionales dado que no es la respuesta que esperamos encontrar si una persona afirma que se solidariza con una causa, donde esperaríamos una serie de actos que en mayor o menor medida ayudaran de verdad al colectivo afectado. En este caso, cabe hablar de una estrategia de la que ya hablaron Martin *et al.* (2003), pero que cada vez está más presente en el ecosistema digital: el autohumor o humor autodestructivo.

## 5. Conclusiones

El estudio realizado confirma la aplicabilidad de los seis parámetros que propone la TGHV para el estudio de las manifestaciones del humor verbal. Aunque esta propuesta está pensada para el análisis del chiste como género cómico prototípico, existe una tendencia por parte de los usuarios de la red social Twitter a tratar de demostrar constantemente su capacidad para crear textos originales en clave de humor a través de juegos de palabras y resolución de incongruencias. Además, es evidente que la restricción de los 280 caracteres de Twitter condiciona la configuración del discurso humorístico. Por ello, podemos establecer ciertas semejanzas con el género chiste.

Si bien es cierto, la configuración del chiste es similar a la que hemos observado en el tuit cómico o de humor, pero mientras que la presentación y exposición del chiste enlatado tradicional se produce normalmente en un ambiente festivo y dado a ello, el tuit nace en un ecosistema digital que, a pesar de la bidireccionalidad que permiten las redes sociales en el intercambio comunicativo, difiere enormemente del contexto de habla en el que suele surgir la narración de un chiste.

*El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania*

Además, en la mayoría de los casos, el efecto cómico del discurso humorístico que se configura en un tuit se produce necesariamente cuando el conocimiento entre los interlocutores es compartido. De hecho, el contexto espaciotemporal es enormemente importante para interpretar el texto en clave de humor.

En cuanto a la oposición de marcos cognitivos, el choque que se produce de dos guiones es un requisito que, como hemos visto, es esencial para la producción e interpretación del humor. Este es un parámetro que hemos clasificado en 5 categorías y 12 subcategorías (véase Figura 1). Si cuantificamos los resultados que hemos obtenidos, el 50% de los tuits guarda relación con el desabastecimiento y la subida de precios, el 25% están relacionados con la categoría alerta por riesgo de guerra, el 12,5% con la política internacional, el 7,5% con la acumulación de desgracias ocurridas entre 2020 y 2022 y el 5% con lo que hemos recogido bajo el título de otras categorías. Estos resultados nos ayudan a clasificar la muestra que hemos estudiado. Por otro lado, este parámetro coincide en el 100% de las secuencias, puesto que se generan unas expectativas en el lector que de un modo u otro se anulan.

En lo que se refiere a la situación general de los textos, tienen en común que han sido compartidos en Twitter, escritos en lengua española, publicados entre el 24 de febrero y el 24 de marzo de 2022 y su extensión está restringida a 280 caracteres. El marco espaciotemporal coincide con el desarrollo del conflicto rusoucraniano durante el primer mes desde el inicio de la invasión de Ucrania. En cuanto al material textual que nos permite determinar el contexto del chiste, este deriva de los guiones que se oponen y dan lugar a la broma.

A propósito del objeto de burla, dado que el conflicto es de carácter político y las consecuencias socioeconómicas afectan igualmente a la sociedad española del momento, podemos concluir con que la clase política nacional e internacional ha sido el blanco de humor en la mayoría de los tuits que se han analizado. Si bien es cierto, se ha demostrado que el blanco de humor es plural y muchas de las publicaciones que han sido analizadas se dirigen a más de un destinatario, lo que nos lleva a hablar de blanco principal y blanco secundario.

Como cabía esperar, la estrategia narrativa a la que se adscribe la broma es común en todos los textos y se trata del género tuit. Esta realidad textual se ha configurado como un tipo de texto independiente que expresa por escrito el lenguaje coloquial y hablado a través de un medio de comunicación de masas. En este caso, los usuarios de la red social que configuran la muestra sobre la que hemos trabajado son hablantes de español, de modo que nuestro estudio se centra en la configuración del discurso humorístico en lengua española.

Con relación al lenguaje, es importante tener en cuenta las elecciones léxicas de los hablantes para lograr sus objetivos de carácter pragmático, aunque no es una condición imprescindible en la configuración del discurso cómico.

En definitiva y de acuerdo con Kabatek (2014: 713), el corpus solo responderá a lo que nosotros hayamos preguntado, así que el análisis de las 80 secuencias que hemos clasificado en 5 categorías demuestra que las estrategias que los usuarios emplean en la configuración del discurso humorístico en tiempos de guerra pone el punto de atención sobre los elementos de la vida cotidiana que afectan a los ciudadanos y ciudadanas de a pie.

*El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania*

En este caso, las preocupaciones que los usuarios comparten a través de las redes sociales acerca de la subida de precios, el desabastecimiento de productos de primera necesidad, el riesgo de guerra o el peligro nuclear.

En cuanto a la interpretación de un texto como humorístico, depende de múltiples factores como el conocimiento que comparten los hablantes o la actualidad de los hechos que ayudan a determinar la situación. Evidentemente, el lenguaje carece de características propias que nos permitan determinar qué texto es gracioso y qué texto no lo es, así como los efectos comunicativos esperables más allá de ciertas estructuras estandarizadas en el uso.

Jorge Juan Sánchez González

[jorgejuan.sanchez1@um.es](mailto:jorgejuan.sanchez1@um.es)

Universidad de Murcia

***El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania*****Referencias bibliográficas**

- Agüero, Marta (2013): "Análisis semántico-cognitivo del discurso humorístico en el texto multimodal de las viñetas de Forges", *ELUA*, 27, pp. 7-30.
- Attardo, Salvatore (2020): *The linguistics of humor. An introduction*, Oxford: Oxford Linguistics.
- Baron, Naomi (2008): *Always on Language in an Online and Mobile World*, Oxford: Oxford University Press.
- Díaz, Juan Carlos (2014): "Creatividad léxica y descortesía en los medios de comunicación virtual", *Revista de Filología de la Universidad de La Laguna*, 32, pp. 81-98. Disponible en <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4733315>> [Consulta: 01/03/2022].
- Escandell, María Victoria (2006): *Introducción a la pragmática*, Barcelona: Ariel Lingüística.
- Fuentes, Catalina (2013): "Los comentarios en la prensa digital", Catalina Fuentes (coord.), *Imagen social y medios de comunicación*, Madrid: ArcoLibros, pp. 199-248.
- Herring, Susan (2004): "Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Behavior", Sasha Barab; Rob Kling; James H. Gray (eds.), *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 338-376. Disponible en <<https://psycnet.apa.org/doi/10.1017/CBO9780511805080.016>> [Consulta: 11/03/2022].
- Kabatek, Johannes (2014): "Lingüística empática", *Rilce*, 30(3), pp. 705-723. Disponible en <<https://doi.org/10.15581/008.30.366>> [Consulta: 10/03/2022].
- Mancera, Ana y Pano, Ana (2013): *El español coloquial en las redes sociales*, Madrid: ArcoLibros.
- Martin, R.; Puhlik-Doris, P.; Larsen, G.; Gray, J. y Weir, K. (2003): "Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the Humor Styles Questionnaire", *Journal of research in personality*, 37(1), pp. 48-75. Disponible en <[https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(02\)00534-2](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(02)00534-2)> [Consulta: 28/02/2022].
- Pano, Ana (2015): "Ironía verbal y actividad de imagen en el discurso de políticos y ciudadanos españoles en Twitter", *Pragmática Sociocultural*, 3, pp. 59-89. Disponible en <<https://www.degruyter.com/downloadpdf/j/soprag.2015.3.issue-1/soprag-2015-0002/soprag-2015-0002.pdf>> [Consulta: 07/03/2022].
- Priego, Alberto (20 de enero de 2022): "La peligrosa disyuntiva de Ucrania: entrar en la OTAN u obedecer al Kremlin", *The Conversation*. Disponible en <<https://theconversation.com/la-peligrosa-disyuntiva-de-ucrania-entrar-en-la-otan-u-obedecer-al-kremlin-175283>> [Consulta: 05/03/2022].
- Reyes, Graciela (2018): *Palabras en contexto. Pragmática y otras teorías del significado*, Madrid: ArcoLibros.
- Rincón, Laura y Rivas, Luis Manuel (25 de enero de 2022): "¿Cuál es el origen de la guerra de Ucrania?", *El País*. Disponible en <<https://elpais.com/internacional/2022-01-25/estos-son-los-motivos-por-los-que-rusia-quiere-invadir-ucrania.html>> [Consulta: 11/03/2022].
- Ruiz Gurillo, Leonor (2012): *La lingüística del humor en español*, Madrid: ArcoLibros.
- Simarro, María (2016): "Mecanismos de humor verbal en Twitter", *Caracteres: estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 5(2), pp. 32-57. Disponible en <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6327696>> [Consulta: 27/02/2022].
- Yus, Francisco (2001): *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*, Barcelona: Ariel.