



UNIVERSIDAD ACADEMIA DE
HUMANISMO CRISTIANO

HUMOR E IDENTIDAD

LA VOZ DE MUJERES EN EL STAND UP COMEDY

Alumna: Valentina Vieira Fernández

Profesora guía: Patricia Díaz Inostroza

Tesis para optar al grado de licenciatura en Artes

Santiago, Junio 2023

*A mi amiga Laura por ayudarme y soportarme durante este proceso
y a mi gata por su apoyo incondicional*

Tabla de Contenidos

Tabla de Contenidos	3
Planteamiento del problema.....	5
Estudios previos sobre humor y estereotipos de género.....	5
El problema: La transversalidad y la exclusión identitaria de grupos que no la representen...6	6
¿Por qué es importante la representación?.....	11
Objetivos de la Investigación.....	12
Marco Metodológico.....	13
Marco teórico: Humor, identidad y roles de género.....	14
Alteridad y Feminidad.....	14
Identidad.....	16
Humor y Roles de Género.....	18
Stand Up Comedy, Verosimilitud y Punto de Vista.....	23
Continuidad y Ruptura de Valores en el Humor.....	24
<i>Glosario</i>.....	26
Mujeres Comediantes en Chile (capítulo 1).....	27
Mujeres Comediantes en el Festival de Viña.....	27
Natalia Valdebenito.....	29
Punto de Vista y Opinión.....	30
Más Allá del Festival.....	34
Aproximaciones Hacia una Identidad Cómica de Género.....	35
Rupturas en Torno al Humor Chileno Tradicional (capítulo 2).....	36
Youtube.....	36
Transversalidad Dentro y Fuera de Internet.....	38
Una Lenta Transición Hacia el Quiebre de los Estereotipos de Género.....	39

El <i>Underground</i> de la Comedia.....	42
El Presente del stand up (capítulo 3).....	44
Humor de nicho.....	44
RRSS: Estrategias de Difusión.....	46
Viaje al Centro del Algoritmo.....	48
Inicios de Tiktok y el Comienzo de la Era del Video.....	49
Identidades Cibernéticas y Posibles Efectos Adversos.....	51
Experiencia personal en la plataforma.....	52
Más Allá del Algoritmo.....	54
Conclusión: Desde y Hacia una Comedia Nueva.....	56
Referencias.....	59

Planteamiento del problema

Estudios previos sobre humor y estereotipos de género

Existe actualmente una cantidad importante de estudios de diversa índole que se han dedicado a analizar la relación entre el humor y los estereotipos de género¹. La siguiente selección corresponde a investigaciones previas que servirán como punto de partida para responder a las preguntas de investigación.

En primer lugar se encuentra la memoria *Transformación en las rutinas de humor del festival de Viña del Mar*, para optar al título de periodista de la Universidad de Chile, perteneciente a Correa Gonzalez, P. quien en 2019 realizó esta investigación en categoría reportaje, la cual comparte objetivos que están dentro del lineamiento de las preguntas de investigación del presente estudio, como lo son identificar de qué y/o quienes nos reímos y las razones por las que se escogen determinados temas para hacer humor, además de describir los estereotipos de género y humor sexista utilizados en las rutinas del festival de Viña del Mar entre los años 2013 y 2017, entre otros. La investigación de carácter descriptivo identificará los cambios ocurridos en las rutinas entre los años 2013 y 2017 y para cumplir sus objetivos llevará a cabo entrevistas, así como revisión de rutinas efectuadas durante el período de investigación, además de hacer un análisis de la recepción de los espectáculos a través de un análisis cualitativo y cuantitativo del rating y la prensa emitida en el momento. La investigación concluye en que la incorporación de mujeres que hablen desde su propio punto de vista en escenarios multitudinarios es una ventana hacia el futuro, su participación es aún muy reciente y que actualmente siguen siendo “sometidos a evaluaciones mucho más lapidarias que las que se aplican a los hombres”.

¹ LGBTQ+ es la abreviatura de lesbianas, gays, bisexuales, trans, queer y cualquier otra identidad u orientación sexual que diste de la heterosexualidad y/o identificación cis género. No existe un consenso sobre cuál es la sigla oficial que representa al colectivo, en algunos lugares se leerá LGBT, LGBTQA+, u otra, sin embargo durante el desarrollo de esta investigación se utilizará la sigla LGBTQ+ para referirse a todas las identidades no heterosexuales y/o no cis género.

Con el objetivo de ahondar en el concepto de identidad, desde el punto de vista no humorístico, el documental *Disclosure, ser trans más allá de la pantalla*, será utilizado a modo de referencia para comprender desde el punto de vista de la comunidad LGBTIQ+ cómo ha afectado la visibilización (o la falta de ella) en pantalla (películas, series y TV) y así mismo exponer los modos en los cuales se ha representado la cultura no heterosexual o no cis género a través de los años en la televisión norteamericana.

Posteriormente y retomando la línea del humor, en noviembre de 2021 se presenta en la categoría de crónica escrita, la memoria para optar al título de periodista en la Universidad de Chile, *De los trajes y las corbatas al se han fijado, el stand up comedy y la política en el festival de Viña del Mar*, a cargo de Arrué, A y Quevedo, M., abordado esta vez desde el punto de vista del stand up comedy. Se repite como recurso el análisis de rutinas del Festival, pero se sumará una investigación en base a entrevistas, prensa y visionado de programas, sobre la historia del humor chileno en televisión. Esta reciente investigación entrega una nueva arista inicial para el presente proyecto al abordar en específico el stand up y su reciente popularidad en ascenso, así como también aportará información sobre parte de los elementos históricos clave que permitieron su masificación.

Estas investigaciones sumadas experiencias propias de la investigadora las cuales se incorporarán como parte de una autoetnografía, serán los primeros pilares sobre los cuales seguir avanzando. Ya que a pesar de haber una basta cantidad de investigación respecto de humor en relación al género, la identidad y orientación sexual, no existe aún una investigación que se haga cargo desde dentro, vale decir desde el punto de vista de una comedianta mujer no heterosexual que represente desde la praxis las variables género y orientación sexual en la comedia en Chile.

El problema: La transversalidad y la exclusión identitaria de grupos que no la representen

Tras realizar un primer análisis de los antecedentes, puede darse cuenta que dentro del humor que ha representado a Chile en los últimos seis años, se puede percibir que si bien hay diferencias en cuanto a la representación de mujeres y comunidad LGBTQ+ respecto de los años 90s, en cuanto a lo que el humor de masas respecta (Festival de Viña y televisión), queda en evidencia

que en Chile aún existen pocos (en el caso de las mujeres) o ninguno (en el caso de la comunidad LGBTQ+) referentes, que representen identidades diferentes al punto de vista hegemónico.

En la comedia se conoce popularmente como “humor blanco” aquel humor que no daña ni ofende a nadie, un tipo de humor que podría hacer reír tanto a hombres como mujeres de distintas edades, clases sociales e intereses. En el país, algunos comediantes se refieren despectivamente a este tipo de humor llamándole “humor de dictadura”, haciendo referencia a que aquellos son chistes que podían contarse en los diferentes medios masivos de comunicación de la época, ya que no tenían una postura política, como fue el caso del programa *Japping con ja* (1978 - 2004).

Sin embargo, ¿es correcto afirmar que los chistes que fueron aprobados por la censura de la época carecían de opinión o de postura política? Basta con hacer una breve mirada al humor difundido en Chile entre 1973 y 1990 para darnos cuenta hoy en día que lo que en aquel momento no se consideró ofensivo, hoy en día sí lo es, para algunos.

Un ejemplo de aquello podría ser la reconocida historieta chilena “Condorito”, quien se mantuvo vigente antes, durante y después de la dictadura militar en Chile; Condorito es un personaje de caricatura inventado por René Ríos, o simplemente “Pepo”, quien “inspirado en uno de los emblemas de nuestro escudo patrio, le dio vida” (Imagen de Chile). Con el tiempo “Condorito se fue desarrollando con la intención de representar al chileno de campo y humilde, y que al mismo tiempo se destaca por ser bromista, ingenioso y pícaro (...)” (2018). Al igual que el humor en televisión, la historieta pretendía abarcar la mayor cantidad de público posible provocando risas a través de la identificación de factores comunes con la sociedad, es decir, desde la vereda de la caricatura, busca representar la identidad nacional.

Si bien la historieta contenía algunos chistes subidos de tono, se consideró transversal, un humor blanco que no ofendería a nadie, muy por el contrario, representaría los valores patrios. Sin embargo, valiéndonos de la ironía, podríamos afirmar que la caricatura del cóndor estuvo nominada en los premios de comedia en la categoría de “Chistes de suegra” y ganó durante años consecutivos. Si bien burlarse de la suegra y representar a las mujeres hegemónicamente “bellas” como buenas y

las mujeres “feas” como malas o enemigas, significa humor blanco para la época, hoy en día no podríamos decir lo mismo. Ahora bien, es importante destacar que no se debe juzgar con los parámetros morales de la época contemporánea una historieta de los años 70s, aún así Condorito es un buen punto de partida al momento de hablar de “humor blanco”.

Hoy en día en la jerga popular de los comediantes que transitan la capital de Chile, se habla de “humor transversal” haciendo referencia a un humor que hace reír a la mayoría de las personas, este tipo de humor comparte características muy similares con lo que antes se describía como humor blanco, entre ellas, un humor que por lo general no tocará temas políticos, salvo algunas excepciones en las que la opinión política expuesta es tan popular que el/la comediante no correrá riesgo de perder público, como por ejemplo decir algo tan general como “los políticos roban”. Regidos bajo la era del marketing, demostrar una opinión política es perder tickets de venta y por lo mismo un comediante que intenta abarcar a la mayor cantidad de personas posibles tendrá limitaciones al momento de dar su punto de vista sobre ciertas temáticas. Esto no quiere decir que no darán su opinión, el stand up comedy se construye en base al punto de vista del o de la comediante, pero darán su opinión sólo en temas que no involucren opiniones que podrían ser polémicas.

Cuando se habla de humor transversal se habla justamente de un humor que le guste a la mayoría, sin embargo y a pesar de que “la mayoría” se componga de múltiples sujetos con opiniones y gustos diversos, al intentar transformar la mayoría en una gran esfera homogénea, queda preguntarse ¿qué características tiene la mayoría? ¿Cómo queda representada la minoría dentro de esa esfera?

El problema de buscar la transversalidad es justamente la anulación de factores identitarios que marcan la diferencia y con ello la anulación u omisión de identidades que no responden a las normas sociales imperantes, en el caso de la comunidad LGBTQ+ por ejemplo, el no responder a la heteronorma o en el caso de las mujeres no cumplir con el rol de género que la sociedad les ha otorgado.

Ahora bien es cierto que existen personalidades que naturalmente debido a sus características e intereses provocarán la risa de un mayor número de personas. Antes de comenzar a desarrollar la presente investigación, parte del objetivo general era reconocer cuáles son aquellas características que poseen los y las comediantes que lograrán ser del interés de “la mayoría”, sin embargo bastó con una primera mirada a los antecedentes para comprobar que la base de dichas características tienen que ver una vez más con la representación de los poderes dominantes, lo cuál da para traer sobre la mesa la hipótesis ya comprobada en diversos estudios de género y humor incluidos (y no incluidos) en los antecedentes: En la mayoría de los casos, el punto de vista de las mujeres está representado desde la mirada de un otro y no por sí mismas. De todas maneras esta información no es algo nuevo, ya lo había planteado Simone de Beauvoir en su ensayo *El segundo sexo*.

Por supuesto que esto no significa que a una mujer le sea imposible llegar a grandes medios y hacer reír a las masas, en ese sentido tenemos por ejemplo a la comedianta y conductora de televisión Estadounidense Ellen DeGeneres, cuya revelación pública de su orientación sexual a finales de los noventa, le costó su puesto de trabajo en televisión por un par de años “cuando salí del armario, la gente me advirtió que iba a arruinar mi carrera, y tuvieron razón por un tiempo. En realidad, durante exactamente tres años, perdí mi carrera” (Nathan, 2022), para posteriormente volver en gloria y majestad a los medios masivos de su país dedicándose a representar el humor blanco norteamericano. DeGeneres es lesbiana, pertenece a una minoría, sin embargo las temáticas que abordará públicamente le permitirán quedarse con un puesto dentro de los medios norteamericanos.

En Chile hoy en día no existe un caso como el de Ellen, actualmente no hay ninguna persona de la comunidad LGBTQ+ (al menos no abiertamente) que haya logrado pisar el escenario más masivo del humor en el país, el Festival de la canción de Viña del Mar, lo cual no deja de ser representativo de una cultura y demuestra que aún como país queda mucho por avanzar en políticas de género y orientación sexual. A falta de la existencia real de un personaje humorístico no

heterosexual que haya logrado posicionarse junto a sus colegas varones, solo queda suponer, que en caso de que alguien hubiese ocupado ese puesto, sería alguien como Ellen: una mujer blanca de clase acomodada dedicada al humor blanco.

Con la llegada masiva del streaming e internet sus diferentes plataformas como lo son Netflix, Amazon, HBO y Youtube por nombrar algunas, eventos como el Festival de la canción, transmitidos a través de la televisión abierta, han ido perdido la hegemonía con la que antes contaban, hoy en día se puede aseverar que ser parte de la parrilla humorística del festival no tiene el peso que tenía antes, ya que si en algún momento de la historia la carrera de un o una comediante se consolidaba en el momento en que recibía la ansiada gaviota, hoy se puede considerar que firmar un contrato con alguna de las grandes plataformas de streaming internacional y tener un especial on demand puede ser sinónimo del “éxito” de la carrera humorística de un comediante.

La diversificación de plataformas a través de las cuales se presenta la comedia, ha diversificado también las características de lo que representa un comediante con una carrera sólida. Y no solo el streaming, si un comediante es capaz de llenar todos los asientos del Comedy restobar una vez a la semana (bar dedicado exclusivamente a presentaciones de comedia) donde sólo pueden presentarse comediantes cierta trayectoria o reconocimiento, también es una señal de tener una carrera sólida; sin importar que su humor sea o no transversal, significa que el o la comediante tiene un público fiel y multitudinario.

Ahora bien, retomando el tema de la masividad, que sean en su mayoría comediantes varones heterosexuales quienes tienen más posibilidades de pertenecer a espacios masivos, es algo que va mucho más allá de la comedia, es un asunto que lleva siglos planteándose y que la teoría feminista basada en la filósofa francesa Simone de Beauvoir y posteriores ha intentado explicar.

La comedia es y será siempre una representación de la sociedad y su idiosincrasia, el problema no es que “al chileno le gusta el chiste corto”, el problema es que al chileno le guste el chiste corto y machista, ya que tal y como expone el documental *Disclosure: ser trans más allá de la pantalla*, todos esos años de representaciones burlescas hacia las personas que no cumplen con ser

heterosexuales cis género, acaban por limitar las posibilidades del sujeto de hacer la performance² de género con la que se siente representado.

¿Por qué es Importante la Representación?

La presente investigación se propone indagar cuál es la importancia que ha tenido y tiene hoy en día el stand up comedy en la representación de mujeres, ya que si bien actualmente existen múltiples investigaciones que se preguntan sobre la representación de lo femenino en el humor, existen en menor grado investigaciones que se pregunten sobre la representación de personas que desafían las leyes culturales del género, aún menos existen en el Chile post revolución feminista del 2018 y ninguna de estas ha sido estudiada a través de una observación participante realizada por una mujer, no heterosexual y comediente de stand up comedy.

Hacen falta aún estudios sobre el humor realizados por personas que pertenecen al campo humorístico desde la praxis (gran mayoría de los estudios son realizados por teóricos o personas interesadas en la comedia, más no comediantes), pero hacen aún más falta investigaciones sobre el humor desde la praxis con enfoque de género, ya que sobreponiéndose al peligro de caer en una investigación poco fundamentada, permitirá ampliar las perspectivas de cómo se vive el ejercicio del humor desde dentro y cómo se recibe desde fuera.

Además, si bien es cierto que en Chile ha habido un gran avance en cuánto a políticas de género queda aún un gran tramo que recorrer en cuanto al reconocimiento de derechos, que guardan relación con una cultura construida en base a los diferentes sujetos que transitan la sociedad y no sólo construida en base a lo establecido por los poderes dominantes.

Por último, transitar el mundo (o Chile para el desarrollo de esta investigación) siendo una persona no heterosexual sigue suponiendo en la mayoría de los casos una situación de desventaja frente a la cultura imperante. Por lo mismo, la visibilización de las problemáticas de la comunidad LGBTIQ+ es fundamental para sí misma, el establecer nuevos referentes, en este caso desde el rubro

² Performance según lo propuesto por Judith Butler en *El género en disputa*.

de la comedia, comprende un aporte para ampliar el horizonte de vivencias con las cuales identificarse y revalorar su propia existencia.

Objetivos de la Investigación e Hipótesis

Hipótesis

La diversificación en aumento de voces en la comedia llegará a extinguir el concepto “transversal”, entendido como el monopolio discursivo de la comedia establecido por los poderes dominantes.

Objetivo General

Analizar el impacto de las comediantes de stand up comedy en los discursos sobre el género en la escena nacional entre los años 2016 y el 2023.

Objetivos Específicos

Caracterizar el lugar que ocupan los discursos sobre el género en las trayectorias de standuperas contemporáneas*

Identificar las rupturas que estos discursos tienen respecto a la tradición del humor chileno.

Reflexionar en torno al lugar que estos discursos ocupan en la escena del stand-up chileno actual.

Marco Metodológico

A partir de temáticas relevantes a la investigación que surgen desde la aproximación empírica de la investigadora al mundo del humor y con el objetivo de responder a la pregunta “¿cuál es el impacto de las comediantes de stand up comedy en los discursos de la escena nacional entre los años 2016 y el 2023?”, la presente investigación utilizará una metodología cualitativa con enfoque histórico - hermenéutico, para a través de él, en primer lugar, realizar un análisis de discurso donde la

codificación del material empírico se realizará a partir de extracción de ideas fundamentales que se conecten con cada uno de los objetivos específicos de la investigación.

Dicho análisis se realizará sobre los casos particulares Natalia Valdebenito y Paloma Salas, mujeres comediantes de reconocida trayectoria nacional que pertenecen a la primera generación de standuperas en Chile, seleccionadas como muestra principal para la investigación debido al aporte desde el ejercicio de la comedia, así como también por la significación que cada una ha representado para el rubro.

Se utilizarán técnicas como la realización de entrevistas semi estructuradas orientadas específicamente a desarrollar los objetivos específicos, así como también visionado de sus rutinas de stand up y análisis de artículos de prensa en torno a sus personas.

A modo de complementar y contrastar las respuestas de las comediantes ya mencionadas, se realizarán entrevistas secundarias bajo los mismos parámetros, a otras comediantes de la escena nacional que si bien cuentan con menos años de carrera en la comedia, cuentan con la visión y experiencia del stand up más reciente. Ellas son Carla Podestá (Luni Love), Emma Rojas (Flor de Loto) y Fernanda Villavicencio quien además se define como productora y recientemente investigadora de comedia.

Para complementar el estudio de caso se cruzarán como métodos paralelos la hermenéutica y la autoetnografía, ambos de manera conjunta, pero también por separado, para establecer conclusiones y reflexiones en torno a los artículos de prensa y visionados, contrastándolos o comparándolos cuando sea necesario, con la experiencia personal de la investigadora en el área.

Marco Teórico: Humor, Identidad y Roles de Género

En cuanto producto cultural, la comedia dialoga con las dinámicas de poder presentes en la sociedad en la que se desarrolla. En buena parte, la posibilidad de que una rutina humorística funcione depende de su capacidad de realizar observaciones perspicaces sobre las experiencias

comunes del público al que apela. En palabras de Bergson “la risa esconde un trasfondo de acuerdo, yo diría casi de complicidad, con otros que ríen, reales o imaginarios.” (Bergson, 2016, pág. 15).

Actualmente, uno de los acuerdos sociales más poderosos que determinan nuestra experiencia de vida es el binarismo de género y sus mandatos.

Este trasfondo de acuerdo o complicidad de la que nos habla Bergson se vincula, en gran medida, al asunto de la identidad. Para fines de la presente investigación, comprenderemos este concepto como una serie de elementos socioculturales y políticos formados a partir de procesos históricos comunes, que generan disposiciones cognitivas y de acción en una unidad social determinada (Arellano, 2019). Es importante destacar que estas disposiciones operan tanto a nivel del individuo como de el o los colectivos a los que pertenece, lo cual implica que en un mismo actor social convivan elementos simbólicos provenientes de procesos de identificación distintos; la participación de un individuo en la sociedad apela a sus identificaciones de género, de clase, de nacionalidad y sexuales, por nombrar sólo algunas.

Alteridad y Feminidad

Un elemento fundamental en los procesos de identificación es la construcción de una “otredad” ajena a las cualidades y prácticas que consideramos como propias y constitutivas de nuestra comunidad, ya sean valoradas como limitadoras o posibilitadoras de la acción (Todorov, 1991; Larraín, 2001).

El género como constructo social es el resultado de ejercicios constantes de construcción de lo femenino como *el otro*. En *El segundo sexo* (2018), la filósofa francesa Simone de Beauvoir (1908-1986) nos plantea una de las interrogantes basales que inquietan a la teoría de género hasta la actualidad: Si las categorías de “hombre” y “mujer”, con las expectativas y valoraciones asociadas a ellas, no responden a una determinación biológica (equivalente al macho y la hembra de la especie humana), ¿cuál es el contenido que encierran las desigualdades de base sexual en occidente? En

efecto, más allá de la artificialidad de estos roles, la existencia del binarismo de género tiene implicancias reales en las experiencias vitales de los/as individuos/as, las cuales deben ser analizadas por quienes buscan comprender cómo se estructura la sociedad.

Como propone en su título, *El segundo sexo* (2018) plantea como tesis central que la categoría de mujer se ha construido como alteridad del masculino universal, es decir, la experiencia del mundo que se da por sentada y desde la cuál se construye la autoridad; una autoridad que permite el desarrollo de una individualidad indiferente a su condición sexual. De este modo, las narrativas que los varones han instalado como ciertas, han sido históricamente dominantes y mayoritarias a pesar de excluir a quienes corresponden a cerca de la mitad de la especie humana.

Partiendo de esta tesis, no es difícil imaginar que el humor masculino tenga más posibilidades de éxito que una voz femenina. En palabras de la escritora estadounidense Siri Hustvedt:

A las mujeres artistas se las mete en cajas de las que les cuesta salir. La caja tiene el rótulo «arte femenino». ¿Cuándo fue la última vez que oímos hablar de un artista, novelista o compositor masculino? El hombre es la norma, la regla, lo universal.

(Hustvedt, 2017, p. 59)

Estando situados/as en una sociedad androcéntrica, tanto hombres como mujeres y personas no-binarias tienden a encontrarse dispuestos/as a entrar en el proceso de identificación y flexibilidad que exige la rutina cómica. Hustvedt, hablaría de la capacidad que tenemos las mujeres de someternos a la voz de un narrador (independiente de su género) por los procesos de socialización que nos permiten entregar la autoridad a este, lo cual resulta sumamente incómodo para los varones, ya que su virilidad se ve amenazada al ceder ante la autoridad narrativa femenina, cuya identidad de género no puede ser pasada por alto. (Hustvedt, 2018).

Identidad

El carácter androcéntrico del desarrollo cultural de las sociedades occidentales ha sido, a la vez, reforzado por una construcción autoritaria del concepto de identidad nacional en América Latina. En efecto, las ciencias sociales continentales, y específicamente en el caso chileno, han llegado a la tesis altamente acordada de que el carácter colonial de nuestras sociedades ha devenido en que han sido los Estados quienes se han encargado de unificar en una ficción nacional un territorio con identidades sumamente diversas (Salazar & Pinto, 1999). Este proceso, ha estado basado en acciones cargadas de violencia, tales como la exclusión política de mujeres, pueblos indígenas y disidencias sexuales, propaganda racista y políticas de blanqueamiento, entre otras desigualdades estructurales.

A pesar del carácter autoritario de la construcción de una idea nacional, ha existido una cierta masificación de la creencia de que *lo chileno* corresponde a una identidad homogénea, discernible y ampliamente compartida entre compatriotas (Larraín, 2001). Esta creencia ha sido reforzada por el control que un sector limitado de la sociedad chilena ha tenido sobre los principales medios de difusión masiva, en especial la prensa, la radio y la televisión. En lo referido al humor, nos enfrentamos a un espacio que han replicado las ideas sobre lo propio y lo ajeno acorde a los intereses de grupos que poseen la capacidad de masificar la comedia, instalando una cierta identidad cómica nacional restringida, que apela a unificar desde la risa y el goce a “los chilenos” como nación míticamente homogénea. Este humor, ha ido en desmedro de las identidades periféricas, tales como las mujeres, las poblaciones racializadas y las disidencias sexo-genéricas.

Como menciona Larraín, esta simplificación del concepto de identidad resulta sumamente limitante para una comprensión de la realidad social con sus complejidades y tensiones inherentes:

Las construcciones discursivas de la identidad nacional siempre excluyen a una gran cantidad de rasgos culturales presentes, por considerarlos secundarios o no representativos.

Por eso es que es posible hablar de diferentes versiones de la identidad nacional según sea la selección que se haga de rasgos culturales considerados relevantes y la exclusión de otros. Se puede afirmar sin temor a error, que en cada nación la o las versiones de identidad nacional dominantes son las versiones construidas en función de los intereses de las clases o grupos dominantes. Pero esto no significa que no puedan existir varias versiones, a veces incluso contradictorias, según sean los momentos históricos, las fracciones de clase que las sustentan o las necesidades de una política hegemónica realista en coyunturas diversas (Larraín, 2001).

Efectivamente, más allá de que a lo largo de la historia haya existido una cultura hegemónica - y, así mismo, una comicidad hegemónica- la presencia de comunidades que tensionan esta representación unívoca de lo nacional ha estado siempre latente. Ya desde el surgimiento de la imprenta en Chile “la sátira política nace como un arma directa de lucha ideológica y recepción popular masiva, que puede ser considerada también como un agente de socialización política” (García, Hermosilla, Montealegre, Rueda, & Abella, 2017, p. 15), que contribuye a la generación de movimientos culturales contrahegemónicos. En definitiva, el humor aparece como un recurso de integración social que refuerza afinidades y agudiza rivalidades.

Humor y Roles de Género

La feminidad, la masculinidad y la relación entre hombres y mujeres han tendido a aparecer entre los tópicos más recurrentes en la construcción de discursos cómicos (Shifman, 2007) y, si bien la caricaturización del género suele reforzar visiones estereotipadas, el lenguaje humorístico contiene un enorme potencial para subvertir los roles de género tradicionales. Dos líneas de estudio resultan especialmente útiles para indagar en esta aseveración: el juego de jerarquías y rupturas de la norma, propias de la organización del humor y, por otra parte, el carácter fundamentalmente discursivo y situado del género.

Si bien el recurso cómico ha sido utilizado por sectores dominantes para reproducir sus visiones del orden social, en el chiste habita un enorme potencial de crítica a la naturalización de lo normativo ya que, en su sentido más elemental, el humor se define en oposición a la seriedad. A la luz de la risa, la reproducción cotidiana de actos que refuerzan un determinado modelo de sociedad aparece como una arbitrariedad cultural, enfrentándolas a la posibilidad de nuevas lógicas. Ya sea fijarnos en el absurdo de una rutina cotidiana o representar una alternativa fantasiosa a la misma mediante el goce, la autoridad de lo serio -lo importante, lo racional, etc.- se desdibuja. A pesar de que el desarrollo de un monólogo humorístico exige una visión aguda de la realidad social, la risa permite desordenar las jerarquías y los valores históricamente dominantes (Infante Yupanqui, 2008). Como señala el filósofo ruso Mijaíl Bajtín:

La necesidad se presenta históricamente como algo serio, incondicional y perentorio.

En realidad la idea de necesidad es algo relativo y versátil. La risa (...), destruye la seriedad unilateral y las pretensiones de significación incondicional e intemporal y liberan a la vez la conciencia, el pensamiento y la imaginación humanas, que quedan así disponibles para el desarrollo de nuevas posibilidades (Bajtín, 1971: 50) citado por (Infante Yupanqui, 2008).

Otra característica que otorga al humor potencial transformador es su carácter colectivo. Incluso cuando se ríe en solitario, el detonante suele ser un producto social: audiovisual, escrito, gráfico o un recuerdo gracioso, y apela a ciertos significados compartidos entre los/as miembros/as de una comunidad a la que pertenecemos, a pesar de que tengamos tensiones con ciertos valores aceptados dentro de la misma. Para ejemplificar este punto podemos traer a colación un extracto de rutina de la comedianta estadounidense Emma Willmann, quien al inicio de su presentación apela a las tensiones identitarias que su público puede vivir al venir acompañados de familiares con los que, si bien participan de un espacio de socialización común, también participan de identificaciones diversas, como es el caso de la comunidad LGBTIQ+ a la que pertenece la comedianta. La comedianta hace un chiste apelando al factor de complicidad cómica diciendo “uno se ríe cuando se conecta”

(Willmann, 2018), para luego decir que un comediante podría hacer un chiste sobre sexo anal y procede a imitar la reacción al tío de alguien del público riendo exageradamente mientras grita “I loved that one”. El público presente ríe al imaginar lo incómodo que podría resultar conocer las prácticas sexuales de un familiar cercano.

El sexo en general, y el sexo anal en particular -en este caso, por su asociación implícita a las prácticas sexuales homoeróticas-, resulta ser un tabú comunmente inaceptable en los márgenes de la conversación familiar y, sin embargo, la rutina humorística permite hacer comulgar en la risa sobre la misma existencia del tabú, transformando las relaciones entre los personajes.

Más allá del acto sexual en sí mismo, la risa compartida entre el público permite que una práctica sumamente estigmatizada por la heteronorma se vuelva tema de conversación. Como señalan las académicas Catalina Argüello-Gutiérrez y Mónica Romero-Sánchez (Argüello-Gutiérrez & Romero-Sánchez, 2018) a propósito de las funciones del humor reconocidas por la psicología social:

Desde esta visión, el humor cobra importancia en las interacciones humanas gracias a su naturaleza ambigua, siendo un recurso para la negociación, el acercamiento y los procesos comunicativos en general (Jefferson, 1979; Robinson y Smith-Lovin, 2001). Siguiendo esta línea, Ziv (1984, 2010) ha propuesto que el humor desempeña funciones tanto a nivel personal como social. En este sentido, Ziv destaca como primera función la de permitir acercarse a los tabúes sociales, siendo un medio relativamente seguro para expresar ideas sobre temas controvertidos (Argüello-Gutiérrez & Romero-Sánchez, 2018, pág. 5).

Similarmente, el humor entendido como una base importante en la generación de sentido de pertenencia, actúa como un facilitador de la comunicación, la cohesión social y la creación de vínculos interpersonales, que contribuye en la adaptación a escenas sociales que pueden generar ansiedad o miedo. Así, de manera distendida, el humor puede transmitir entre los miembros de una comunidad no sólo visiones políticas y lecturas de lo social, sino que también los valores éticos y

morales compartidos entre quienes componen el colectivo. (Argüello-Gutiérrez & Romero-Sánchez, 2018).

Entendido así, el humor aparece como un recurso discursivo que muta de acuerdo a las transformaciones en los valores éticos y morales de la comunidad a la que pertenecen tanto el comediante como el público. Del mismo modo, la capacidad de que un chiste sea socialmente aceptado está vinculada al tipo de relación que existe entre los actores, a la vez que las posiciones que estos ocupan en el ordenamiento de la comunidad que comparten.

En otro nivel, resulta interesante la comprensión del género como un sistema de significados históricamente situados. Las categorías de lo femenino y lo masculino que encontramos como uno de los principales ejes de división de lo social, son constantemente actualizadas con contenidos sobre lo que corresponde a cada uno de estos polos del espectro sexual. Así, a pesar de que el binarismo de género ha persistido durante siglos, los comportamientos, las expectativas y las valoraciones asociadas a cada uno de los géneros ha ido transformándose en relación a los cambios culturales que experimenta toda sociedad, y de manera distinta según las posiciones que ocupa dentro de ella. (Mushtaq, 2017) En efecto, no se espera lo mismo de una mujer decimonónica que de una mujer contemporánea, así como la experiencia de lo femenino va a ser muy distinta para una mujer de clase alta que una de clase baja.

Al asumir esta visión dinámica del género, resulta coherente aproximarnos al lugar de las mujeres en la comedia como un espacio con un gran potencial político, en cuanto puede contribuir a transformar los imaginarios de cómo una mujer habla y actúa. Así, un humor que contiene un punto de vista femenino –y, más particularmente, feminista- tiene la capacidad de articular significados comunes transformadores (Crawford, 2003). Como señala la psicóloga canadiense Mary Crawford:

Women and men use humor in same-gender and mixed-gender settings as one of the tools of gender construction. Through it and other means, they constitute themselves as

masculine men and feminine women. At the same time, the unique properties of humor make it a valuable tool of gender deconstruction. As women have developed a group identity around feminist issues, a distinctive form of humor has emerged. In the public political humor of the women's movement, and in the conversational humor of women friends, resistance to hegemonic views of gender can be voiced [Mujeres y hombres usan el humor en entornos del mismo género y mixtos como una de las herramientas de construcción de género. Por ello y por otros medios, se constituyen en hombres masculinos y mujeres femeninas. Al mismo tiempo, las propiedades únicas del humor lo convierten en una valiosa herramienta de deconstrucción de género. A medida que las mujeres han desarrollado una identidad grupal en torno a temas feministas, ha surgido una forma distintiva de humor. En el humor político público del movimiento y en el humor conversacional de las amigas, se puede expresar la resistencia a las visiones hegemónicas de género] (Crawford, 2003, p. 1427).

El año 2018, tras meses convulsionados por un movimiento feminista sumamente convocante, el entonces presidente Sebastián Piñera hace un chiste en el contexto de un acto oficial "Vamos a aplicar el viejo y sabio principio de la minifalda que tiene que ser lo suficientemente larga para cubrir lo fundamental y lo suficientemente corta para mantener la tensión" (El Desconcierto, 2018). El carácter machista del chiste causó revuelo en la palestra pública e indignación en redes sociales. En efecto, Sebastián Piñera trajo a colación una metáfora que apela a un imaginario tradicional sobre la mirada masculina del cuerpo de las mujeres, sumamente cuestionado justamente por el alzamiento que la población femenina ha realizado contra el acoso.

Esta situación permite ejemplificar algunos de los asuntos que hemos abordado hasta ahora. En primer lugar, nos enfrentamos a un chiste que deja en evidencia un quiebre en la identidad humorística tradicional chilena, detentada desde visiones conservadoras sobre las relaciones entre hombres y mujeres. Al referirse a esta polémica, Sebastián Piñera señala que "creo que nos pasamos para el otro lado, que ahora no se le puede decir nada a nadie y tenemos que tratarnos como si

fuéramos desconocidos” (El Desconcierto, 2018). Esta declaración deja entrever una apelación a la comunidad nacional ficticia a la que nos referimos anteriormente: El mandatario que, situado desde el poder participa de los rasgos hegemónicos de la identidad, muestra preocupación ante la evidencia de que ciertos grupos -entre ellos las feministas- hacen visible esta conflictividad entre el poder y las identidades periféricas. En efecto, el acoso ya no es algo con lo que se pueda bromear sin esperar que existan consecuencias políticas.

La situación en su conjunto, toma especial gravedad cuando el mensaje proviene desde una autoridad y en el contexto de un acto oficial: en un acto serio se trata de distender el ambiente con un recurso cómico. Sin embargo, falla porque al tratarse de una problemática que se está tematizando a nivel país, ante la cual resulta inaceptable para amplios sectores de la sociedad que el gobierno se refiera en cualquier registro que cuestione su seriedad. Así, podemos ver que la gravedad del chiste también depende de su emisor; no es lo mismo escuchar una broma sexista por parte de un tío en una once que un presidente en una reunión de autoridades, así como no sería lo mismo escuchar a una mujer comentar sobre el largo de su propia falda.

Stand Up Comedy, Verosimilitud y Punto de Vista

A diferencia de otros estilos humorísticos o monólogos teatrales cómicos, el Stand up Comedy como forma de hacer comedia, se caracteriza principalmente, en primer lugar por buscar la risa a través de la exposición de la voz propia de una persona. La comedianta y escritora estadounidense Judy Carter, a través de su libro *The Stand Up Comedy: The book*, expone que “el verdadero trabajo de este tipo de comedia consiste en penetrar en sí mismo para ir descubriendo la forma tan singular de entender el mundo” (Carter, 1989). La búsqueda del chiste pasa a segundo plano para dar paso a la verosimilitud de la genuinidad de los y las comediantes en escena. Casi treinta años después, Chris Head, director de comedia, coincide en que la búsqueda del “personaje cómico” de cada comedianta es fundamental para comenzar a desarrollar el monólogo de stand up “audiences don’t laugh at material, they laugh with, or sometimes at, the person who is performing.

The identity, style and personality of the individual on stage is fundamental” [El público no se ríe del material, se ríen con, o a veces de, la persona que está actuando. La identidad, el estilo y la personalidad se la persona en el escenario es fundamental] (Head, 2018).

En segundo lugar y como consecuencia del desarrollo de la voz propia, aparece el punto de vista. Los tópicos o experiencias que aparecerán dentro de las rutinas de stand up, traerán consigo la opinión del personaje cómico frente a ello. Haciendo honor a sus orígenes subalternos en los *Night Clubs* de Nueva York y aunque su carácter político se ha disgregado con el tiempo, por más superficial que pueda parecer el punto de vista, debe estar incorporado como parte de la premisa y el remate.

Los chistes que pretenden hacer reír a costa del desmedro de una identidad periférica a la cuál el o la comediante no pertenece, sólo demuestran la reafirmación de una identidad hegemónica que se desea perpetuar. El personaje cómico es una representación de la identidad y personalidad de un comediante y en ese sentido “te hace responsable de lo que estás diciendo” (Allen, citado de Head, 2018), por lo tanto al tomar la decisión de reírse de una minoría independiente de que el chiste esté bien estructurado y pueda resultar gracioso, no le quita el carácter de ofensivo.

El carácter de vulnerabilidad personal que deben exponer los personajes cómicos del Stand Up convierte el ejercicio del humor en un acto de empatía hacia la identidad del o la comediante, si una standupera relata desde su punto de vista las vivencias culturales que ha experimentando por pertenecer a la categoría de mujer, tiene la posibilidad de poner al público de su parte, generando a través de la complicidad cómica con el público un punto de vista nuevo ante sus espectadores, los cuales a pesar de no haber vivido la misma experiencia o no pertenecer a dicha categoría, a través de la risa se encontrarán más receptivos a asimilar dicha información “one of the great things about stand up is that it can embrace everything: gross scathological stuff can happen alongside linguistic wordplay and opinions” (Head,2018). Para poder digerir discursos sobre temas que no necesariamente son del interés particular del público, primero hay que saber hacerlos reír.

Continuidad y Ruptura de Valores en el Humor

No es sorprendente afirmar que la masificación del acceso a internet ha sido una de las principales transformaciones sociales ocurridas en las últimas décadas y, claramente, el humor no ha quedado ajeno a este proceso. Como en algún momento lo fueron las tiras cómicas y la televisión, en la actualidad las plataformas web han ocupado un lugar protagónico en la distribución del humor (Shifman, 2007).

En el artículo *Humor in the Age of Digital Reproduction: Continuity and Change in Internet-Based Comic Texts* (2007) la académica israelí Limor Shifman hace referencia a ciertos atributos de las plataformas virtuales que ocupan un lugar clave en las transformaciones que el humor ha experimentado con la masificación del internet: la interactividad y el alcance global.

El primer concepto refiere a una importante apertura a procesos de influencia recíproca entre creadores/as y consumidores/as, donde los usuarios pueden transitar de manera fluida entre roles de difusión, creación, interacción y recepción del material cómico. En efecto, actualmente nos enfrentamos a un humor expuesto a un potencial *feedback* mucho más articulado que la mera aceptación o rechazo pasivo de parte de un público desindividualizado, donde la capacidad de triunfo de un mensaje cómico requiere encantar a un amplio espectro de individuos disgregados que participan de estas redes. (Shifman, 2007).

De manera similar, el alcance global del internet hace referencia a la capacidad de generar conexiones veloces y dinámicas entre culturas e individuos, más allá de sus anclajes territoriales. A pesar de seguir estos presentes, la amplitud del espacio virtual permite el encuentro entre identidades y sensibilidades que suelen ser periféricas a los discursos dominantes en cada Estado-Nación. En esta línea, se sugiere que el internet ha permitido superar al consumidor pasivo de contenido característico de la televisión a agentes activos de una cultura global. (Shifman, 2007).

Ya sea gracias a su capacidad de expansión por sobre el territorio, por la sobre exposición a las cuales se encuentran sujetos las actuales generaciones de comediantes o por la rapidez que exige la inmediatez de internet, las consecuencias tanto positivas y negativas que plataformas como las redes sociales puedan tener para las nuevas generaciones de comediantes, debido a su carácter reciente, es algo que aún se está investigando, pero que ya deja entrever hacia donde está apuntando el futuro de la comedia.

Glosario

Para fines de esta investigación, los términos aquí expuestos corresponden a definiciones extraídas a partir de las lecturas presentadas en la bibliografía, conclusiones a partir de las de las entrevistas realizadas a comediantes, así también como la experiencia práctica de la investigadora en el campo.

Comediante: En esta investigación “comediante” se referirá exclusivamente a comediantes de Stand Up comedy, excluyendo de esta categoría a otros tipos de humoristas.

Premisa: En inglés conocido como set-up, es el contexto que se le da al chiste: Ejemplo: Mi polola dice que soy ansiosa.

Remate: También conocido como “vuelta de tuerca” o como *punch-line*, es el giro cómico de la premisa, lo que hará que el público se ría. Ej: (...) bueno todavía no es mi polola.

Bit: Sección de la rutina agrupada en torno a un tema. Cada rutina contará con múltiples bits divididos por temática, por ejemplo: Mascotas, positivismo tóxico, las amigas, otros.

Acting: Es la forma o la intención con la que se cuenta el chiste, la interpretación que el o la comediante le da al momento. Puede ser una voz o una característica corporal para citar a un tercero dentro de un chiste; un susurro o un grito para acentuar la situación relatada; una actitud o una emoción triste, enojada, sorprendida, feliz, entre otros.

Creadores de Contenido: Según el blog de marketing Hubspot: “persona o entidad que produce y distribuye contenido original a través de canales digitales como blogs, redes sociales, podcasts, entre otros” (Londoño, P, Hubspot, 2023)

Mujeres Comediantes en Chile

Mujeres Comediantes en el Festival de Viña

El Festival Internacional de la Canción de Viña del Mar es hoy en día el Festival nacional de mayor masividad en el país. Más allá de la cantidad numérica de asientos, la relevancia que ha tomado en los diversos medios de comunicación nacionales e internacionales a lo largo de los años, lo ha consolidado como el espectáculo nacional más esperado del año tras el cuál se organiza la pauta veraniega de los medios nacionales. Una de las características más representativas del Festival es el carácter de su público al cual se le ha puesto por sobrenombre “el monstruo”. Ya en los primeros años de Festival, durante la década del 60, se podía evidenciar el talante del monstruo, el 20 de Febrero del 2023, el diario nacional La Tercera emite una nota sobre el Festival en la cuál comenta que “cada mes de febrero el público chileno se convierte en el protagonista de la Quinta Vergara”, ya que desde sus asientos, el público tiene las atribuciones de “premiar o hacer temblar la carrera de quienes se presentan en vivo y en directo.”

El año 2016 la comedianta chilena Natalia Valdebenito pisa por primera vez el Festival de la Canción de Viña del Mar, siendo la única representante del género femenino en la comedia festivalera de ese año. Esto ocurre tras doce años sin que ninguna comedianta se hubiese subido a la Quinta Vergara, desde que los abucheos que el monstruo le lanzó a la comedianta Natalia Cuevas en el año 2004 haciendo que ésta “acabase por abandonar el escenario a los trece minutos de haber sido presentada por los animadores”³. Considerando que de las cinco comediantes que hasta el

³ Tras una rutina que incluyó coreografías con un gran elenco de bailarines, videos y otras dinámicas de actuación que el público entre abucheos no le permite explayar, Natalia Cuevas con su personaje Marjorie, se despide dando paso dando al animador Antonio Bodanovic, quien comenta “(...) el humor de esta noche lo trajo Natalia Cuevas con su personaje y no sé si esta historia continúa o no”, a lo que el monstruo responderá a coro con un tajante “no” (FESTIVALDEVINACHILE, 2015).

momento se habían subido al escenario festivalero de Viña del Mar (Gloria Benavides, Maitén Montenegro, Sara Sanders, Vanessa Miller y Natalia Cuevas) tres de ellas habían sido “comidas” por el monstruo, la presentación de Valdebenito cargaba de antemano mucha presión y expectativa.

“Las mujeres son fomes” es una frase que ha acompañado la carrera de muchas mujeres comediantes y aquellas que se han atrevido a subir al Festival deben cargar con el peso de ese prejuicio. Con un menor número de representantes, tres de cinco abucheos (Vrsalovic, 2023; The Clinic, 2023) es proporcionalmente importante. A pesar de que, por ejemplo, Natalia Cuevas ya hubiese hecho reír a la Quinta en dos ocasiones anteriores (tuvo primeramente una presentación en 2001 acompañando al comediante Memo Bunke y otra en solitario el año 2003⁴), el fracaso se siente más fuerte para el género femenino cuyas carreras humorísticas tienden a sepultarse tras presentaciones valoradas negativamente. El público chileno parece tener una mayor reticencia a entregarse de buena voluntad a las rutinas contadas por mujeres.

Pese a que el número de mujeres dedicándose a la comedia crece exponencialmente con los años, aquellas que han decidido hacer reír como un oficio, primero tienen que enfrentarse al desafío de sobrepasar esa carga histórica y demostrar que no son fomes más allá de su condición de género, para luego ganarse el permiso de ser escuchadas y continuar con su rutina.

“Me pintaron este público como si fuera un demonio, pero es solo un monstruo. No será ni la primera ni la última vez que me coma⁵ un monstruo” entra diciendo Natalia Valdebenito mientras toma su posición en el escenario viñamarino, alivianando así con este primer chiste las tensiones que genera la entrada de una comediante en un escenario, que no solo había sido de uso exclusivo de comediantes varones durante más de una década, si no que previo a ese salto de tiempo el monstruo había ya demostrado ser hostil con el género femenino en la comedia.

⁴ Sobre su carrera artística en la sección “otros” de las referencias.

⁵ Comer es un modismo chileno que puede referirse a “besar”.

Y el chiste funciona. Estructuralmente, está bien armado; cuenta con una premisa: “me pintaron este público como si fuera un demonio, pero es solo un monstruo”, y cuenta con un remate: “no será ni la primera ni la última vez que me coma un monstruo”, con el cuál la gente se ríe al entender el doble sentido: ya no estamos hablando del monstruo del festival, ahora estamos hablando de hombres con características de monstruo. Con esa primera risa, el público se relaja y se dispone a escuchar lo que la comedianta tiene que decir. Así funciona la base del stand up comedy: con un o una narrador/a representándose a sí mismo como personaje cómico, por el cuál el público sentirá (o no) empatía con su monólogo, el cuál incluye premisas y remates que lo volverán gracioso. Una mezcla entre la expresión pública de la vulnerabilidad humana y fórmulas de estructurar chistes.

Natalia Valdebenito

En una entrevista para el medio América Economía, el entrevistador Christian Aranguiz llega al acuerdo con el PhD académico e investigador a cargo del Laboratorio y Observatorio de lo Cómico de la Universidad Andrés Bello (UNAB) y miembro de la Red de Investigación y Estudios del Humor (RIEH), Andrés Mendiburo de que “el humor sí es una herramientas poderosa para influir, pero no para transformar” (Aránguiz, América Economía, 2018), a lo que el investigador responde “si yo cuento chistes machistas a personas machistas, les voy a hacer creer que está bien ser machista”, pero el machismo no va a dejar de existir.

Si bien Natalia Valdebenito no inventó el feminismo, ni provocó una “hecatombe social”, la standupera sí instaló sobre el escenario un tema que hasta entonces ningún comediante ni hombre ni mujer había estado cerca abordar. Tras 18 minutos de presentación, justo después de un *bit* liviano que había hechos aparecer los aplausos del monstruo apelando a los conocimientos populares sobre el botox que utilizan los famosos, Valdebenito dice “Es heavy la presión social y yo aunque sea este lugar un lugar difícil para hacer humor, aunque nosotros los comediantes seamos expuestos como carne para el monstruo, yo voy a decir igual que soy feminista” (8m16s). Ante los gritos de aprobación y aplausos del público Valdebenito responde - “mira que cuático, la gente aplaudió, fijate

que en otros lados silencio total o me pifian” (18m38s). A modo de respuesta, se escuchan unas pifias del público - “Ahí no faltó el huevón que pifió. Te voy a hablar a ti aunque no sepa dónde estás amigo, porque tu problema yo lo conozco: tú no conoces el concepto amigo” (18m46s). Valdebenito procede a hacer un remedo imitando la voz imaginaria de la persona que pifió “¿Feminista? ¿pero cómo? ¿Feminazi? ¿pero cómo?. No es lo mismo acaso que el machismo (...)” (19m01s) La comedianta se pone seria, hace un *acting* de que está enojada y con esa actitud prosigue:

Mira huevón te lo explico en *cetáceo*⁶ pa’ que me entendai: El feminismo lo que quiere, nos sirve a todos, es la igualdad de derechos y deberes de hombres y mujeres (...) lo que queremos básicamente (...) es que nos dejen de pegar, que nos dejen de agredir, que nos dejen de faltar el respeto en la calle, que nos dejen de subestimar, que nos dejen de acosar, que nos dejen de matar y que nos dejen de violar (...), a nosotras nos enseñaron a ser señoritas pero a ustedes no les enseñaron a no violar (...) espero que les haga sentido (FESTIVALDEVINACHILE, 2016, 19m14s)

En medio de la ovación provocada por el discurso, la standupera continúa con su rutina, el tema ahora son los celos, temática que abordará de manera liviana con la cual el público volverá a relajarse y disponerse a seguir riendo. Fueron sólo dos minutos dedicados a hablar de manera explícita sobre feminismo, un tema calificado como denso y hasta aburrido el cuál ya arrastraba varias burlas en internet; Valdebenito se apropia de las burlas y denostaciones hacia el término y las convierte en chiste, poniendo al público de su lado. Con esa declaración, la comedianta puso sobre la mesa del país entero un concepto que aún no llegaba a ser masivamente conocido explicándolo de manera sencilla y abriendo un debate que posteriormente estallaría en el país.

Punto de Vista y Opinión

⁶ Hablar en cetáceo fue un término popularizado en esa época que hacía referencia a hablar remedando a alguien con una voz lenta y grave, queriendo decir que esa persona es tonta.

En una entrevista realizada exclusivamente para llevar a cabo el desarrollo de esta investigación, la actriz, comedianta, productora y recientemente investigadora de comedia Fernanda Villavicencio, comenta que para ella hacer comedia es político “me dí cuenta de que puedo instaurar narrativas o pensamientos que tienen que ver con con la política, desde el feminismo o desde la política de la vida cotidiana”.

Si bien es cierto que hacer comedia puede resultar siendo un acto político, esto no es una obligación. A lo largo de los años tanto en bares como en festivales o teatros se pueden apreciar todo tipo de rutinas, las cuales pueden ir desde referencias políticas directas, como la de Natalia Valdebenito, a rutinas que simplemente cuentan situaciones personales u observaciones⁷ sin opiniones necesariamente políticas. Muchos comediantes suelen mezclar ambos estilos, así como también hay algunos/as que prefieren no involucrarse políticamente, pero sí, tal como exponen Head y Carter, ninguna rutina de stand up se salva de dar opinión sobre un algo, ya sea decir que “el crossfit es una secta⁸” o que “los mensajes positivos que vienen impresos en las tasas son un asco⁹”, los y las comediantes deberán poner su punto de vista frente a las temáticas que están tratando.

En el artículo académico *Construcción social del sujeto homosexual en las rutinas humorísticas del Festival Internacional de la Canción de Viña del Mar*, Gonzalo Andrade y Francisco Reiter, escriben “el humor, como todo dispositivo discursivo, tiene el efecto de construir realidades sociales y, como tal, puede promover y mantener el *statuquo* de las relaciones sociales o apuntar a la transgresión y transformación de éstas”. Al momento de escribir sus rutinas, los y las comediantes tomarán la decisión sobre qué decir y cómo decirlo, en un escenario como el Festival de Viña por ejemplo, hay poco espacio para la improvisación y por lo tanto casi todo lo que se dice sobre ese escenario es una decisión previamente pensada, ensayada y en la mayoría de los casos probada en

⁷ Un ejemplo de humor observacional es el famoso “se han fijado...” frase que se ha incorporado en varias rutinas de Stand Up. “Se han fijado que la gente del barrio alto son todas iguales? Todos nacieron de la misma orgía de primos.”

⁸ Fragmento de un chiste contado por la standupera Rosario Sanchez.

⁹ Fragmento de un chiste contado por la standupera Luni Love

múltiples escenarios del país, incluso al momento de llegar a presentar la rutina humorística en el Festival, los y las comediantes deben someterse al escrutinio de terceros quienes recomendarán qué decir y que no, los cuales pueden ser desde guionistas, productores u otros comediantes que trabajen directamente con ellos/as, hasta encargados del canal y la producción del Festival.

Durante una entrevista personal realizada en función de la investigación, Valdebenito comenta que ella nunca ha trabajado con guionista, pero si hubo personas que le pidieron que “no hiciera la parte del feminismo porque me iban a pifiar”. Sin embargo ella defendió su rutina, la cuál ya había sido previamente probada en su unipersonal *Gritona*. “Ya sabía que habían tres caminos para ese chiste: silencio rotundo, aplausos o abucheos. Pero pasara cualquiera de esas tres cosas yo tenía que llegar donde mismo: a explicarlo. Y esa era la urgencia.”

En la misma entrevista, Valdebenito explica que para ella la diferencia entre el stand up comedy y otros tipos de humor o de un monólogo cómico consta de dos cosas: el primero es la estructura: “Premisa - contexto y remate. Plantear una idea, desarrollarla y luego rematar las líneas hacia arriba”. Lo segundo, coincidentemente con el planteamiento de Head y Carter, es “el punto de vista de una persona, más que un personaje¹⁰, el punto de vista que define el color de tu imagen”.

Frente a la misma pregunta, la standupera Luni Love¹¹, coincide:

Tienen que haber premisas, que contengan una idea, yo opino esto, ésta es mi premisa, aunque esté disfrazada, porque lo otro es hacer el chiste por hacer chiste y eso es otro tipo de comedia. Creo que en general cuando los comediantes no son tan efectivos es porque no está claro lo que quieren decir. No hay opiniones en su punto de vista.

En el año 2019 la standupera y socióloga Susana Opazo impartía el *Taller de Stand-Up para una comedia políticamente situada*, donde invitaba a personas que no requerían experiencia previa

¹⁰ Head agrega que la posibilidad de crear personajes y actuar desde ahí también puede contener verosimilitud e incluso puede ayudar a que comediantes se atrevan a decir cosas que ellos/ellas piensan pero no dirían en voz alta, sin embargo esta presentación en personaje funciona siempre y cuando el personaje continúe siendo verosímil hacia el/la sujeto comediante.

¹¹ Entrevista realizada exclusivamente para esta investigación

en la comedia a escribir o mejorar sus primeras rutinas de Stand Up. En una de las clases del taller Opazo mencionaba “siempre vas a ofender a alguien con tu rutina, la pregunta es a quién quieres ofender”. La comedianta hacía referencia a que el humor incluye *per sé* un punto de vista, y que si haces chistes políticos ofenderás a un lado de la política u otro. Si te dedicas a contar chistes machistas, entonces estarás ofendiendo a mujeres feministas y, si haces “humor blanco”, es porque también el o la comediente ha decidido no opinar sobre ciertos temas y esa decisión también incluye una opinión, en este caso por omisión, con la cuál también vas a ofender a alguien.

Siguiendo la línea de Head, las decisiones que toman los y las comediantes al momento en que deben escoger sobre qué hablar, nos revela información sobre su persona. Para referirse a lo mismo, Mendiburo da el ejemplo sobre un dicho propiciado por el ex mandatario Sebastián Piñera, “cuando era candidato presidencial, durante una entrevista radial dijo: "este desayuno está más pobre que el de los niños del Sename (Servicio Nacional de Menores)", entonces tú lo escuchas y dices ¿qué le pasa?.”

¿Qué características tiene una persona que considera que burlarse de la pobreza de los niños del Sename es chistoso? Se reafirma el hecho de que lo que hace reír a una persona representa parte de su identidad, lo cuál se vuelve preocupante al considerar el hecho de que chistes como estos provengan del entonces Presidente de la República. Si se considera lo postulado por Salazar & Pinto, que debido al carácter colonial de latinoamérica han sido los Estados quienes se han encargado de unificar el relato de la identidad chilena, ¿cuales eran, en ese entonces, los referentes de la identidad cómica chilena? ¿Porque como sociedad se llega al acuerdo tácito de que es normal y aceptable reírse de la pobreza de un otro, aún peor, reírse de la pobreza y vulnerabilidad de un niño/a? El problema de este chiste y otros similares que basan su gracia en reírse de un tercero que se encuentra en una situación de reconocida fragilidad, es que no hay un cuestionamiento de esa realidad, ni mucho menos intenciones de cambiarla, el chiste carece de un punto de vista y se limita a exponer una situación sobre la cuál es válido reírse porque es cierta y la asociación de conceptos

causa gracia. Si una de las personas más millonarias del país, quien es además una figura de alto poder y jerarquía, la más alta del país de hecho, es quien pronuncia el chiste se acentúa aún más la brecha entre lo enunciado y el enunciante, en otras palabras, es la jerarquía más alta riéndose de la jerarquía más baja, lo cual no hace más que replicar la evidente desigualdad entre ambas figuras aceptándola como una situación común sobre la cuál está bien burlarse.

Más allá del Festival

Alejándose de la vereda masiva del Festival de Viña, se encuentra la standupera Paloma Salas, quien con una trayectoria de más de diez años en la comedia y habiéndose presentado en múltiples escenarios del país, en medio de una entrevista realizada por el comediante y guionista Luis Slimming, para su programa Entre Broma y broma transmitido a través del canal *streaming* El Sentido del Humor, ante la pregunta sobre la posibilidad de presentarse o no en el Festival, Salas comenta “creo que hay una lectura mutua de que quizás no es el lugar para mi”, más adelante se explaya.

Tengo la sensación que el Zeitgeist de la humanidad ha cambiado mucho en los últimos 10-20 años y que está pasando lo mismo con la comedia, creo que internet ha logrado que se abran muchos nichos para muchas cosas y que la comedia puede ser multitudinaria pero no necesariamente transversal, creo que transversal y multitudinario son cosas diferentes. Porque vas a un Monticello de Caroe o de la Nata o Avello¹² y el público es más o menos parecido (...) por muy grandes que sean siguen siendo nichos, son comediantes que encontraron nichos más grandes y en ese marco me cuesta imaginarme que mi nicho sea muy grande.

Sin decirlo de manera directa, la standupera reconoce que su voz¹³ no representa las características socioculturales que convocan la risa de la identidad colectiva nacional representada en el Festival de Viña, esto a pesar de ser reconocida como una de las mejores standuperas a nivel

¹² Referencia a los comediantes nacionales Edo Caroe, Natalia Valdebenito y Felipe Avello.

¹³ Voz entendida como la identidad de una persona.

nacional, con una carrera humorística de más de 10 años, siendo co-protagonista de uno de los podcast que se ha mantenido en el top 10 de Spotify durante gran parte del 2022 y 2023 y llenando el Comedy restobar (bar de comedia más reconocido del país) todos los lunes con funciones dobles entre los mismos años. A pesar de que Salas reconoce ser una comediante exitosa, reconoce también que su humor es de nicho y ese nicho a pesar de ser grande, no cumple con las características socioculturales del humor de masas.

Salas, quien renueva constantemente su rutina, hace chistes que de manera directa e indirecta cuestionan constantemente la realidad sociocultural a la cuál pertenecemos, desde que las madres, sobre todo la suya, son malas y se encargan de recordarle a sus hijas que están gordas, que Luis Silva candidato constituyente republicano cree que tiene una relación con Dios y que Dios es una polola celópata, que los jardines infantiles con nombres en mapuzugun están organizados por mujeres ABC1 insoportables, y un sinfín de comentarios ácidos que hacen reír hasta las lágrimas al público de los lunes. Plantear la realidad desde el punto de vista de Salas, puede ser demasiado para el país, primero habría que llegar a cierto acuerdo tácito colectivo para sentir con seguridad que puede triunfar.

Aproximaciones Hacia una Identidad Cómica de Género

Habiendo establecido anteriormente que las rutinas de stand up comedy deben incluir un punto de vista el cuál contiene una opinión, se abre la pregunta ¿se puede establecer un punto de vista común para las standuperas chilenas?

Puede intentarse, más sin dejar de remarcar, en primer lugar, que probablemente existan factores identitarios que escapen de una u otra comediante, así como también existirán comediantes chilenas que a pesar de identificarse como mujeres que se han dedicado a la comedia en los últimos siete años, no se identificarán en absoluto con las características identitarias de esta muestra. Excluyendo para fines de esta investigación a este segundo grupo, se establece que entre 2016 y 2023 las standuperas chilenas demuestran especial interés en temáticas relacionadas al mundo

femenino desde un punto de vista propio, es decir, no estereotipado de la mujer y en la mayoría de los casos aparece un feminismo que pone en duda el *statu quo* ya sea de manera directa o indirecta.

Rupturas en Torno al Humor Chileno Tradicional

Youtube

Paralelamente al desarrollo y final del programa El Club de la Comedia (2007 - 2014), en el cuál se dió a conocer por primera vez en Chile y de forma masiva el formato stand up, durante la década del 2010 comienzan a surgir en el país los primeros *youtubers*¹⁴ dedicados a la comedia. Personajes como German Garmendia comienzan a abrirse espacios en el mundo del internet. Utilizando el living de su casa como escenario, Garmendia comenzó a construir su canal de Youtube HolasoyGerman, en el cuál se dedicó a subir un video humorístico semanal durante el año 2012 logrando al cabo de unos meses alcanzar una popularidad tal que sus videos fueran esperados por jóvenes y adolescentes de todo Chile. Hoy en día Garmendia ocupa dos puestos dentro del ranking de los *youtubers* en español con mayor número de seguidores el primero en segundo lugar con su canal "juegaGerman" enfocado en juegos de video y el segundo en quinto lugar con HolasoyGerman, dedicado al humor. Si bien Garmendia fue el primer *youtuber* cómico de alto alcance en el país, su trabajo no estuvo enfocado en desarrollar una carrera de cómico en los escenarios, se mantuvo como un personaje de internet y su mención en esta investigación se debe a que fue el primero en desarrollar este formato (o al menos el más conocido), y con eso sentaba el primer precedente de la comedia virtual nacional.

Como una vía alternativa a los programas de humor de la televisión, el contenido cómico de internet se expandía cada vez más generando nuevos nichos, es así como entre los años 2012 y 2016 se observa el surgimiento de personajes como Beno Espinosa (Dejen Algo), Lucas Espinoza (Proyecto Lupa) e Ignacio Socías (Frente Fracados), comediantes de stand up que a su vez desarrollaron por medio de sketches y parodias diversas su comedia en Youtube, permitiéndoles generar nuevas audiencias consumidoras de comedia. Internet atraía nuevos públicos y los comediantes comenzaron

¹⁴ Personas que se dedican a la creación de contenido para Youtube.

a utilizar estas plataformas a su favor abriendo la posibilidad de atraer el público cibernético a sus shows en vivo, similar a lo que ocurre hoy en día con las plataformas de *reels* (en Instagram) y Tiktok.

Con la expansión de las plataformas de internet la comedia cambiaría para siempre. Si antes para ganar popularidad los y las comediantes debían validarse a través de espacios televisivos, ahora también podían validarse a través de su propia plataforma cibernética. Internet representó para muchos una alternativa a las restricciones de pauta que la televisión exigía, ya que las mismas características con las que Andrade y Reiter (2016) definen el Festival pueden ser utilizadas para describir el contenido de la televisión abierta:

La lógica de las audiencias masivas, las expectativas de los auspiciadores y los intereses económicos involucrados lo vuelven un contexto prototípico de los discursos dominantes y establecidos en términos políticos, sexuales, étnicos y religiosos, por lo que aquello que se dice en ese lugar se encontrara en permanente vínculo/tensión con estos poderes sociales.

Internet comenzaba a convertirse en un territorio libre donde cada quien podía decir, opinar y hacer lo que le diese la gana sin que auspiciadores y/o productores de los poderes dominantes coartaran la línea editorial de los y las creadores y ese libre albedrío significó abrir un espacio nuevo para discursos que antes no habían sido amplificados.

Un buen ejemplo de este novedoso tipo de contenido es el programa de entrevistas *GAYGEY* (Pousta, 2016), conducido por Felipe Fuentes, alias Obvioquesi, transmitido a través del canal de Youtube de la plataforma de comunicación Pousta. En el capítulo dos la invitada es la standupera Jani Dueñas, a quien el presentador introduce como “Actriz, comedianta, chilena, mujer que puede abortar, pelo en el ala, pelo en la vagina, uña encarnada...” (0m13s) , este tipo de descripción en torno a la identidad femenina jamás hubiese sido posible de ver en televisión, al menos no como características neutrales o incluso positivas, hasta entonces en televisión habían sido utilizadas a modo de denostación o como objeto de burla. El programa además contaba con una sección titulada *Verdad o Vapo*, en la cuál se le hacía preguntas a los invitados y si éstos respondían equivocadamente como castigo debían fumar marihuana con un vaporizador. Fumar marihuana en

un programa de televisión hasta el día de hoy es algo completamente impensado, no así en internet donde se podría decir que es hasta normal. Por supuesto llegar a este punto también fue parte del cambio sociocultural que se estaba viviendo en el país.

Transversalidad Dentro y Fuera de Internet

Hasta antes de la era del internet, había sido la televisión la encargada de trazar la vara de lo que era gracioso o no, programas como el *Japping con Ja*, los sketches de *Sábado Gigante*, *Morandé con Compañía* y posteriormente el *Club de la Comedia*, sentaron las bases del humor televisivo y a pesar de que ser muy diferentes entre sí, a cada uno se le consideró transversal con respecto a su época, es decir un humor capaz de hacer reír a Chile. La gran mayoría de los y las comediantes que han pisado la Quinta Vergara pasaron por alguno de estos programas, como es el caso de Gloria Benavides en el *Japping con Ja* o Natalia Valdebenito en el *Club de la Comedia*, se considera de manera implícita que si haces reír a la gente en televisión, harás reír a la gente en el Festival, que al ser televisado responde a lógicas de producción similares.

Si bien internet aportó en la diversificación de contenidos humorísticos, el relato dominante de Youtube continuó reproduciendo formas estereotipadas de género, representando a mujeres y disidencias sexo-genéricas como objetos de risa. En un video titulado “LES PRESENTO A MI NOVIA | Preguntas de Facebook” (2014), Garmendia responde a las preguntas que le envía su comunidad cibernética. A través de pantallazos German muestra las preguntas y procede a responderlas de manera graciosa. En una de las preguntas seleccionadas se lee “El de abajo es gay y el de arriba es su novio” (min. 1.31) a lo que German responde mostrando fotos editadas de cuerpos femeninos y masculinos abrazados, con el rostro de los usuarios de Facebook en reemplazo del rostro original de la foto mientras suena la canción *I Will Always Love You*, de Whitney Houston. La respuesta termina y se da paso a la siguiente pregunta: “¿Cuál es tu tono de llamada?” a lo que Garmendia responde “tengo un tono de llamada súper masculino como el macho pecho peludo que soy, tengo un tema de death metal hardcore agropecuario plátano de macho porque soy...” la frase del *youtuber* se ve interrumpida por una llamada entrante cuyo tono es la canción parodia *Pluma pluma gay*, del dueto

musical Los Morancos. Era el año 2012 y reírse de alguien porque era homosexual era algo completamente normal, en ese sentido ni el Festival de Viña ni los *youtubers* con más visitas de internet estuvieron libres de aquello.

Una Lenta Transición Hacia el Quiebre de los Estereotipos de Género

Los cambios socioculturales ocurridos en torno a los estereotipos de género en el humor chileno, fueron parte de un proceso paulatino marcado por diferentes hitos ocurridos de manera simultánea. Uno de ellos corresponde a la aparición de personajes femeninos en el ya mencionado programa televisivo El Club de la Comedia.

El año 2007 se estrenaba en Chilevisión una apuesta al contenido humorístico nacional, Pedro Ruminot, Pato Pimienta, Nathalie Nicloux, Sergio Freire, Juan Pablo Flores y Natalia Valdebenito fueron los rostros a cargo de representar “la nueva comedia chilena”, dicho así porque parte de su propuesta era innovar el formato humorístico del país proponiendo el stand up comedy como una opción novedosa en contraparte a lo que se venía viendo como contenido de humor en la televisión abierta nacional.

El programa constaba de sketches humorísticos guionizados y actuados por sus participantes así como también del desarrollo de rutinas de stand up cuyos autores tenían total propiedad de lo que decían. Fue en este segundo segmento donde Natalia Valdebenito reconoce que las mujeres “empezaron a aparecer con más fuerza”¹⁵.

Como parte de los antecedentes de la presente investigación aparecen dos memorias para optar al título de periodista de la Universidad de Chile, “Transformación en las rutinas de humor del Festival de Viña del Mar” (Correa, 2019) y “De los trajes y las corbatas al se han fijado, el stand up y la política en Viña del Mar” (Arrué & Quevedo, 2021), parte de este segmento de la investigación a tomado como referencia dichos estudios.

A diferencia de lo que se venía proponiendo en otros espacios humorísticos de la televisión chilena como Morande con Compañía donde los personajes femeninos estaban hipersexualizados o

¹⁵ Entrevista personal.

expuestos a través del punto de vista hegemónico masculino, la libertad de guión y punto de vista que obligaba a tener el Stand Up permitió el desarrollo de rutinas como *Códigos femeninos*, en la cual Valdebenito “hablaba de cómo son las amigas y como se ayudaban, algo que solo se había escuchado como burla de parte de los hombres” (Arrué & Quevedo, 2021).

Sin embargo paralelamente comenzaba a ocurrir el alza de la representación del género femenino, la identidad cómica chilena representada por la masculinidad seguía siendo predominante y lejos de querer generar un enfrentamiento de géneros, se ha de reconocer que los denominados chistes machistas seguían siendo parte de la parrilla programática nacional.

No fué hasta después de la ola feminista de 2018, que la sociedad chilena comenzó a caer en cuenta de que mucho de aquello que les había hecho reír era en realidad una denostación de género u orientación sexual, este hecho histórico vendría a agudizar la grieta que comenzaba a visualizarse en torno al humor y la perspectiva de género. La frase “ahora no se le puede decir nada a nadie”, fue pronunciada tanto por el ex mandatario Sebastián Piñera hasta comediantes criticados por decir chistes machistas y es que chistes como “Vamos a aplicar el viejo y sabio principio de la minifalda que tiene que ser lo suficientemente larga para cubrir lo fundamental y lo suficientemente corta para mantener la tensión”, habían sido constantemente aceptados por la sociedad como parte de una realidad, era normal. Estereotipos como la suegra, la hermana, la esposa obediente y mujer de goce (Correa, 2019) prosperaron en televisión, en el Festival de Viña y en internet, sobre todo porque hasta entonces los espacios de visibilización para la contraparte seguían siendo escasos.

Sobre todo en escenarios como el de la Quinta Vergara, donde para ser partícipe de él, el género femenino en el humor debía cumplir las características dictaminadas por los poderes dominantes. Un ejemplo de un triunfo sobre aquello fue la figura de Gloria Benavides, la primera mujer humorista en presentarse en el Festival de Viña, se presentó un total de 11 veces (López, 2023), algunas como cantante y otras como humorista, siendo además la persona que más veces se ha presentado en el Festival. Se presenta primero como cantante y años después como humorista con su personaje “La Cuatro”, al cual el escritor Pedro Lemebel describiría como “una lola proleta a la

que se le cae el *cassette* cuando habla silbando por los hoyos pintados de sus caries dentales”

Lemebel, P. (2010), para el escritor “ese personaje sólo existe en la cabeza de la Benavides y en la risotada de un país gozoso con el chiste fácil que humilla a los débiles.” (2010).

Y, así como la historieta humorística nacional Condorito fue considerada transversal antes, durante y después de la dictadura, sobre todo porque se mantuvo al margen de la opinión política explícita, las rutinas humorísticas de Benavides fueron también consideradas transversales carecían de un punto de vista y, por lo tanto, logró sortear barreras ideológicas, socioeconómicas y etarias. Como diría la comedianta Susana Opazo “no opinar también es una opinión”, y el hecho de que Gloria Benavides hubiese contraído matrimonio con un militar en plena dictadura el cuál fue acribillado en medio de un evento social, a manos del hijo Manuel Contreras (director de la DINA) bajo sospechosas circunstancias, vendría a develar una de las posibles razones por las que en todos esos años la humorista jamás opinó de política. Como escribiría Carol Hanisch, figura del Movimiento de Liberación de las Mujeres en Estados Unidos, en 1969: “Lo personal es político”.

Por razones como estas, no deja de llamar la atención que Natalia Valdebenito haya triunfado hablando explícitamente de feminismo en un escenario que arrastraba una historia cargada hacia el conservadurismo. Llegar a este punto de quiebre fue parte del proceso paulatino que había comenzado a visibilizarse con la aparición de personajes femeninos en el Club de la Comedia y que ocurrió simultáneamente detrás de los escenarios televisivos y festivaleros, donde temáticas como el feminismo habían empezado a aparecer con mayor frecuencia tanto dentro de la academia como en el contenido cómico de internet, este último aún como objeto de burla.

En este sentido tal vez uno de los videos más recordados en torno al tema fue la parodia “Partido Vegano Feminista” del comedianta Beno Espinosa a través de su canal Dejen Algo en el año 2015, el cuál a través de la ironía expuso distintos enunciados del movimiento feminista que comenzaba de a poco a cobrar fuerza en las universidades “Únete a nuestro partido y podrás ser parte de las protestas más imbéciles que el mundo podría imaginar”, “Unete al partido vegano feminista y descubre de que forma tu cuerpo es sometido al patriarcado y las carnes rojas” o la

misma descripción del video que reza “¡Con cuerpos pintados destruiremos el patriarcado!”. Hasta ese entonces el movimiento feminista fue mayoritariamente representado como una minoría, radical y estúpida cuyas participantes se ganaron el apodo de feminazis o enemigas de los hombres; pero existía y el término comenzaba a expandirse. Incluso el hecho de que apareciese primeramente como objeto de burla aportó a que el movimiento articulara mejor su discurso.

En ese unipersonal, Gritona (2015) ya estaba el tema del feminismo, estaba igualito como está dicho en el Festival, yo ya lo venía probando y me encantaba (...) Primero yo tenía una urgencia, que era explicar algo y segundo pasar una valla natural que hay que es lo prohibido de hablar o sea, molestar. (Valdebenito, entrevista, 2023)

Las standuperas comenzaban a aparecer en televisión e internet se presentaba lentamente como una nueva opción, pero hubo también otra arista.

El *Underground* de la Comedia

Para Paloma Salas, quien no venía de la televisión ni de los festivales masivos, hubo otra escisión importante dentro de la comedia paralela al primer desarrollo de los nichos de internet: quienes salían en la tele y quienes no. Los primeros llenaban shows en casinos a lo largo de Chile:

“y nosotros, que no hemos salido en la tele y que estamos haciendo shows en el segundo piso del bar de Alís (Jorge Alís, comediante), en un lugar de mierda en Irarrazaval y en Bellavista, en el El Clan, que era una discoteca” (Entrevista personal, 2023)

Esta distinción se tradujo también en dividir a los comediantes entre quienes hacían un humor más transversal y quienes no tenían que preocuparse por eso.

El Club de la comedia se había originado en las cabezas de Pedro Ruminot y Sergio Freire y “ellos no querían ser de nicho” (haciendo referencia a los sketches del programa Plan Z), “buscaban que su humor fuera lo más popular posible, lograr ser algo masivo” (Arrué & Quevedo, 2021), por la misma razón alejarse de temas políticos había sido una decisión, “el Club de la Comedia apostó a reírse más de lo absurdo y no limitarse simplemente al humor que entendieran unos pocos” (Arrué & Quevedo).

Muy por el contrario se encontraba el grupo que compuso *Hardcore*, un show que partía a las 23:00 en una *discoteque* de Bellavista¹⁶, donde la gente estaba parada bebiendo piscola mientras escuchaba rutinas que si incluían un punto de vista político de las cosas. “Eran formas muy diferentes de hacer Stand Up” (Salas, entrevista). Desde sus inicios las mujeres que conformaron el grupo Jani Dueñas, Paloma Salas y Natalia Valdebenito¹⁷, se habían caracterizado por hablar de lo femenino desde un punto de vista personal no estereotipado que además no necesariamente cumplía con el rol de género que debía cumplir una mujer chilena de la época, Villouta por su parte se sumó a esta dinámica cuestionando su rol de “hombre” en la sociedad:

Creo que el hombre de mi generación en la cultura de hoy lo tiene todo. No sólo tienen el poder económico y sus estándares jerárquicos de qué es cool -los diseñan específicamente para dejar afuera a las mujeres y a los homosexuales- sino que hoy también sienten que masturbarse es un derecho ganado (...) Las mujeres al revés, están haciendo la pega derecha y salen con un látigo a azotar a la audiencia chiste tras chiste y la audiencia da gracias porque finalmente se les está ofreciendo un juego al que pueden entrar. Las *minas* son más punkies. Para mí estar en “Hardcore” es un lujo. (Villouta, 2014).

Tanto Valdebenito como Salas coinciden que fue en Hardcore donde se permitieron explorar e ir descubriendo su voz propia y hacia donde dirigir su propuesta cómica. En ese momento y mientras los demás rostros del Club de la Comedia triunfaban por su parte, se esgrimía paralelamente una escena del stand up nacional donde no era raro que quienes más llenan las salas sean mujeres comediantes (Villouta, 2014).

Estos tres hechos ocurriendo de forma simultánea no sólo prepararon el escenario más transversal de Chile, sobre el cuál Natalia Valdebenito se presentaría en el verano del 2016 explicando el feminismo y llevándose consigo los máximos galardones del Festival, sino que además daría el pase a toda la generación de stand up que hoy en día se abre camino en la escena nacional.

El Presente del stand up

¹⁶ Zona de bares y discotecas de Santiago Centro catalogado popularmente como peligroso.

¹⁷ Para ese entonces ya había dejado el Club de la Comedia

Humor de nicho

Se puede decir a nivel macro que hasta el momento en Chile existen dos escuelas de stand up: una transversal y otra de nicho.

La primera caracterizada por estar enfocada en abarcar públicos masivos de diferentes cualidades socioculturales, abordando con ese fin temáticas con puntos de vista comunes y sin adentrarse con profundidad en temas políticos. La segunda vendría a representar un humor que apunta hacia un público más específico el cuál “puede ser multitudinario, más no transversal” (Salas, entrevista, 2023). Un buen ejemplo de este segundo grupo es el comediante Edo Caroe, quien en mayo de 2023, realizó dos shows en el estadio Movistar Arena, uno de los escenarios más importantes del país. Las entradas se agotaron a los pocos minutos de estrenar el link de venta, la fila virtual era equivalente a la que otros artistas, cantantes internacionales, habían convocado; a pesar de tener un público masivo, Salas lo considera un comediante de nicho:

Edo Caroe es claramente multitudinario, pero no es necesariamente transversal. Yo sé que gente de todas las edades, de todos los estratos económicos lo escucha, pero toda esa gente tiene muchas otras cosas en común que no necesariamente hablan de su grupo etario ni de su estrato social. (Salas, entrevista, 2023)

En la entrevista para Entre broma y broma, la comediante ahonda también en el tema humor transversal y humor de nicho, utilizando el mismo ejemplo de Caroe “el público es más o menos parecido (entre ellos) (...) por muy grandes que sean siguen siendo nichos, son comediantes que encontraron nichos más grandes”.

A pesar de que el concepto “humor de nicho” ha sido ampliamente utilizado por comediantes, no existe una definición concreta de su significado, es un concepto que como gremio se ha aceptado y transmitido oralmente sin haber establecido su definición en concreto.

El concepto de “nicho”, aparece trascendiendo su significado sustantivo de diccionario, primeramente en el campo de la ecología donde casualmente también presenta un significado ambiguo y con múltiples interpretaciones, cuya popularidad en su uso creció entre 1960 - 1970 “por

el interés que había en esa época por comprender la estructuración de las comunidades (...)” (Vázquez, 2005). Posteriormente “nicho” aparece con fuerza dentro del mundo del marketing digital para referirse a “nichos de mercado” entendido como “una parte muy específica de un grupo de consumidores. Está compuesta por un número reducido de personas o empresas que comparten características y necesidades similares.” (Terreros, 2023).

En inglés la palabra *niche* definida en el diccionario británico online Oxford Learner's Dictionaries, aparece en primer lugar como “a comfortable or suitable position in life or employment [una posición cómoda o adecuada en la vida o el empleo]” y en segundo lugar coincide con la definición desde el área del marketing digital: “a specialized segment of the market for a particular kind of product or service [un segmento especializado del mercado para un tipo particular de producto o servicio]”.

En español y dentro del stand up comedy la definición de “nicho” podría aunar partes de todas estas definiciones previas estableciéndose como: un grupo social con características y comportamientos en común que lo definen como una comunidad específica la cuál comparte un sentido del humor similar. Dicho de otra manera, cada nicho vendría a representar una micro identidad colectiva definida por valores, intereses y características socioculturales que lo diferencian de otro.

Es así como el grupo mujeres con tendencias políticas de izquierda que viven en las grandes urbes podrían representar un nicho diferente a “mujeres con tendencias políticas de derecha que viven en las grandes urbes”; ambos grupos a pesar de poder compartir intereses y cualidades similares reirán de cosas diferentes, ya que su principal diferencia radica en la visión política con la que cada grupo se identifica.

Por supuesto no se debe cometer el error de caer en una categorización extrema, ya que si bien la identificación de nichos ayuda a comprender el comportamiento social de un determinado grupo, las identidades personales se componen de múltiples características que cruzan intereses muchas veces contradictorios entre sí. Nadie es solo una cosa.

RRSS: Estrategias de Difusión

Desde la segunda mitad de la década del 2010, la expansión de internet y las RRSS se tradujo en una migración de audiencias desde la televisión a plataformas streaming como Netflix, así como también, y sobre todo dentro del segmento *millennial* y *generación Z*, a plataformas de alto alcance como Youtube y las RRSS Facebook, Instagram y Tiktok, por nombrar algunas.

Comienzan a aparecer personalidades del internet bajo denominaciones como *youtubers*, *influencers* y *tiktokers* y el término “creadores de contenido” se expande. El uso de celulares de alta gama se populariza y volverse un personaje de internet puede estar al alcance de un celular con buena cámara. Si antes para presentar una propuesta de programa televisivo debías enviar grabaciones a todos los canales habidos y por haber esperando que alguno de ellos se interesase en responderte, como lo hizo la dupla fundadora del El Club de la Comedia¹⁸, ahora se abría la posibilidad de juntar a un grupo de personas con intereses similares y comenzar a grabar contenido para redes, de hecho, las posibilidades de grabarse de manera autónoma a través de trípodes y aros de luz, presentaron la alternativa de realizar contenido completamente en solitario (recurso explotado sobre todo durante la pandemia). Con mucha constancia y entendiendo progresivamente el comportamiento del algoritmo, armar una propia comunidad de internet se vuelve posible y con ello (a largo plazo) la posibilidad de armar un programa (de bajo presupuesto, claro) transmitido por internet.

Ese ha sido el camino que han estado siguiendo gran parte de los y las comediantes de la nueva generación, standuperos/as que llevaban un par de años en la escena sin llegar a ser muy conocidos vieron en internet la posibilidad de hacer crecer su público a través del uso de las RRSS. En este punto de la investigación se hará uso de la autoetnografía como metododo de investigación, para realizar un análisis de caso particular sobre la aparición de un nuevo nicho: “Mujeres y disidencias sexo-genéricas, entre 25 y 40 años interesadas en la comedia”.

¹⁸ Historia completa en (Arrue & Quevedo, 2021)

Durante los años 2017 - 2019 la utilización de rrss como medio de difusión de actividades artísticas y culturales se volvió cada vez más frecuente al punto de convertirse en la principal estrategia de difusión y promoción de eventos para aquellos/as artistas financiados de manera independiente que no contaban con un espacio dentro de la televisión, radio o prensa. La utilización de redes como Facebook, Instagram y posteriormente Tiktok para atraer público a los shows de comedia en vivo trajo consigo consecuencias que para bien y para mal impactarían fuertemente al gremio de comediantes.

Por una parte el acceso casi universal a estas plataformas de uso gratuito permitió que standuperos/as de todo tipo promocionaran sus shows de manera fácil y rápida, pero por otra parte ante un evidente aumento de shows de comedia, la publicación de afiches en internet dejó de ser llamativa y convocante para el público, lo que obligó a comediantes a seguir las lógicas de mercado que empezaban a desarrollarse dentro de las plataformas de redes sociales. Es decir, desarrollar una carrera humorística ya no era suficiente, los y las standuperas debían ahora tener un manejo mínimo del funcionamiento de redes sociales para presentarse como una opción llamativa de ver para el público¹⁹. Conceptos de marketing digital comenzaron a aparecer cada vez con mayor frecuencia dentro del rubro y palabras como algoritmo, seguidores, visualizaciones y me gustas se volvieron parte de la cotidianidad de standuperos/as de la nueva generación.

Quienes lograron adaptarse a estas nuevas estrategias de difusión comenzaron a prosperar y lograron insertarse en el circuito de comedia que ya estaba instalado. A modo de ejemplo comediantes como Kako a Medias y Tirotañas tras haber conseguido un número de seguidores por sobre 50.000 en Instagram, les permitió llenar bares de comedia donde se presentaban, dejando Concepción, la ciudad en la que habitaban, para probar suerte en la capital y expandir su carrera humorística. Ambos generaron un nicho muy marcado y diferente entre sí que hasta entonces no estaba cubierto: una comedia política que mezclaba un estilo de rap y poesía nostálgica (Kako a medias) y una comedia *alternativa* dirigida a un público progresista con ideas como nuevas formas

¹⁹ Este proceso no ocurrió solamente en el gremio de comediantes, si no que es homologable a emprendedores de todo tipo, trabajadores independientes, otros artistas, entre otros.

de relacionarse afectivamente y la bisexualidad masculina representando las tendencias que se desarrollaban en algunas partes de las urbes (Tirotañas).

Por otra parte, desde la cocina del departamento de su madre, en Viña del Mar, en representación de las lesbianas que hacen stand up aparece quien redacta esta investigación: La Vale Vieira. Que si bien es cierto que no cuento con la cantidad de público que cuentan los comediantes mencionados, he sido y sigo siendo partícipe del fenómeno actual: comediantes/creadores de contenido.

Viaje al Centro del Algoritmo

Para inicios del 2019, en el período intermedio post ola feminista del 2018 y previo al estallido social (octubre, 2019), en Chile solo existía una standupera lesbiana medianamente conocida con una rutina sólida que venía presentando hace unos años: Su Opazo.

Opazo tenía un público relativamente estable, al menos dentro de la ciudad de Santiago. Con una rutina ácida y política, atravesaba temáticas propias de su identidad lésbica, así como también críticas a la coalición política Frente Amplio y su carrera de socióloga egresada de la Universidad Arcis. Con una sola comediantes lesbiana inserta dentro del gremio, ampliar el nicho lésbico era una posibilidad. Aunque por supuesto, para mí, entrar en el mundo del stand up e internet no fue una decisión pensada desde ese lugar, fue más bien una consecuencia.

Resulta extraño extrapolar y analizar el por qué algo funciona o “surge”, cuando eres tú misma a quien te estás refiriendo. Inmediatamente aparece el cuestionamiento y el autoboicot como mecanismos de defensa para proteger la exposición propia, sin embargo parte de la justificación de la presente investigación corresponde a la necesidad de investigar desde dentro del fenómeno de la comedia y particularmente en este caso, desde el punto de vista de una comediantes mujer y lesbiana que ha visto o vivenciado gran parte de lo narrado en este capítulo de la investigación y por lo mismo, conoce las problemáticas que atraviesa el gremio.

Inicios de Tiktok y el Comienzo de la Era del Video

Como consecuencia de la pandemia y el distanciamiento social, la red social enfocada a la creación de videos, Tiktok, explotó. Sólo “en el primer trimestre de 2020, generó la mayor cantidad de descargas para cualquier aplicación en un trimestre, acumulando más de 315 millones de instalaciones en App Store y Google Play” (Chapple, 2020). La aplicación presentó a los usuarios “la posibilidad de combinar el video con numerosas pistas musicales o clips de audio y editar estos videos de manera sencilla para conseguir un resultado profesional, añadiendo también filtros y efectos para conseguir un contenido audiovisual completo y único” (de la Hera, 2020, como se citó en Morais 2020).

Son muchas las características a las cuales se le intenta atribuir el éxito de descargas de la plataforma durante el periodo de encierro, siendo su carácter de contenido rápido y divertido una de las principales. De hecho, gran parte del contenido corresponde a ridiculeces y cosas absurdas y en ese sentido Tiktok se vuelve “una reacción natural a la situación opresiva de un bloqueo global: es una válvula de escape para quienes se encuentran encerrados en sus casas. La única respuesta a esta situación existencial es el absurdo y el humor” (como se citó en Kale, 2020). En medio de la pandemia y con fuertes medidas restrictivas de distanciamiento, no es de extrañar que los usuarios hayan optado por buscar conectividad y entretenimiento a través de los dispositivos que se encontraban a su alcance.

La era del video por sobre las fotos y el texto había comenzado. Si bien esta nueva red social venía posicionándose desde antes de la pandemia, sobre todo dentro de un público más joven como lo es la denominada “Generación Z” - nacidos entre mediados de los 90 y primeros años 2000- fue en este período en que su popularidad creció a tal punto que con el objetivo de impedir la migración de usuarios, los creadores de Instagram se vieron obligados a actualizar su formato añadiendo la función *reels*, la cuál vendría a cumplir la misma función de edición y expansión de videos cortos pero a través de la plataforma estadounidense que se presentaba como la competencia directa de la

aplicación china. Ahora habían dos²⁰ plataformas masivas de redes sociales intentando competir entre sí promocionando el uso de videos cortos para atraer a los usuarios.

Cómo página de inicio Tiktok presenta la sección “Para tí”, donde a diferencia de plataformas como Instagram, Facebook y Twitter, en las cuales las publicaciones que aparecen en el inicio corresponde a “contenido” desarrollado por personas dentro de la lista de “seguidos”, Para tí como formato de inicio está enfocado en mostrar un contenido global, es decir, gran parte de lo que aparece en la sección, corresponde a usuarios que no necesariamente están en la lista de seguidos, pero que el algoritmo determinó que podría representar contenido de interés para el usuario, independiente de las conexiones que tengan en común, independiente de su territorialidad. Este diseño se volvería altamente atractivo ya que ofrece la posibilidad de volverse viral rápidamente y siguiendo la línea de Kumar & Prabha, el éxito de la plataforma se debe gracias a que este alcance “brinda una gratificación instantánea debido al impulso de la identidad propia” (2019).

Esto último, sumado a las limitaciones para compartir publicaciones de otros usuarios (como la función *retweet* de Twitter y las historias de Instagram) impulsó a los y las usuarias a crear su propio contenido, convirtiendo a la plataforma no solo en un medio de entretenimiento sino también en una forma de autopromoción de productos y servicios entregados por los usuarios. Con la obligación de crear contenido para volverse visible surgen creadores de todo tipo: baile (que venía desde sus orígenes), educativos, cocina, moda y comedia, entre otros.

A través del uso de algoritmos especializados la aplicación analiza “qué contenido genera *likes*, comentarios y visualizaciones por sus usuarios así como el tiempo dedicado a cada vídeo, para ofrecerles un tipo determinado de contenido.” (Ballesteros, 2020), esta especificidad de contenidos acentuaría el carácter de nichos y obligaría a los usuarios creadores a encontrar el suyo propio.

²⁰ Por su parte Facebook, quien no hace tanto había añadido a Instagram como parte de su conglomerado *meta*, también actualizaba sus funciones, sin embargo esta plataforma será excluida de la investigación con el objetivo de centrarse en los fenómenos de las redes sociales más reciente Instagram y Tiktok.

Por ejemplo: a los y las creadores de contenido cómicos les tiende a aparecer material cómico, ahora si la creadora de contenido es lesbiana, el contenido que aparecerá en su Para ti, será una mezcla de contenido LGBTQ+ y videos cómicos, si además le gustan los animales recibirá también contenido de animales; todas estas especificidades detectadas por el algoritmo están enfocadas en diferenciar las página de inicio entre un usuario y otro. ¿Cuán diferente podría llegar a ser la página de inicio de una comediantes lesbiana de 27 años y un comediantes heterosexual casado y con hijos? Ambos disfrutarán los videos que la aplicación les ofrece para mostrar y es probable que coincidan en uno que otro video cómico, sin embargo lo más probable es que su página de inicio sea mayoritariamente diferente.

Identidades cibernéticas y posibles efectos adversos

No es que Tiktok haya inventado las micro identidades colectivas. Las diferencias entre un grupo y otro con intereses determinados por sus características socioculturales siempre han existido, sin embargo la aplicación las potenció a través de su algoritmo y esta súper especificación de nichos se expandió primero a otras redes como Instagram y luego a la *vida real*.

Creo que lo que más miedo da y lo que encuentro más vertiginoso y horrible de las redes sociales y un poco de lo que está pasando también con esto, es como comediantes nuevos - que los amo- generan su público en redes sociales. Me da mucha pena que al final lo que estén buscando sea el nicho más, que conocerse a sí mismos. (...) Creo que esa matemática mata a la creatividad y creo también que políticamente es fome porque hay un binarismo obligatorio que transforma tu opinión en un producto de consumo identitario. (P. Salas, entrevista personal, junio 2023)

La identidad como medio para el consumo se vuelve un arma de doble filo que podría coartar el descubrimiento de la voz propia, ya que si los y las comediantes están enfocados/as en descubrirse a sí mismos a través la aprobación de un determinado subgrupo que pertenece a una

categoría cerrada, se restringe la posibilidad de permearse de un otro, de dudar y contradecirse, en ese sentido Flor de Loto, también comedianta agrega:

Estamos en una época súper... “talibana”. Ahora tienes que ser vegana, feminista, antirracista, queer... Hay gente que está jugando, investigando con las RRSS cuál es su personaje, cuál es su discurso, pero claro que llega un momento en donde dices “pucha” ¿por qué tengo que tener todo tan claro? (F, de Loto, entrevista personal, junio 2023).

Experiencia personal en la plataforma

A principios de la pandemia comencé a incursionar en el uso de Tiktok que se veía venir como la red social del momento, entendiendo que tarde o temprano la aplicación se volvería un soporte principal de difusión de actividades artísticas, me propuse estudiarla como parte de mi trabajo. Los primeros videos no tuvieron mayor éxito, en parte porque aún no sabía utilizar la plataforma, en parte porque no eran muy buenos. La idea de hacer sketches de comedia había comenzado a gestarse en mi cabeza desde antes de la pandemia y antes de saber que iba a tener que aprender a manejar las RRSS por obligación como medio de difusión de los shows de stand up. Ningún video tuvo mayor alcance hasta que se me ocurrió desarrollar el personaje de la abuela lesbiana. Eran unos sketches sencillos que se ajustaron a las características exigidas por la plataforma: básicamente videos cortos de no más de un minuto donde interactuaban dos personajes actuados por mi misma grabados plano contraplano. La temática central era una abuela lesbiana del 2060 que le contaba a su nieta cosas sobre cómo había conocido a su pareja y cómo interactuaban las jóvenes de su época. La época: la pandemia.

La temática era contingente y divertida, pero lo más importante: apelaba directamente a un público específico: Mujeres jóvenes, en su mayoría lesbianas o bisexuales interesadas en la comedia y que hablaran español. Los videos comenzaron a tener llegada y con ello el número de seguidores en la plataforma aumentó, llegando a pasar los 10.000 (que para ese entonces era un número más o

menos bueno, hoy en día no es significativo pues se valora más el *engagement*). Había comenzado a generar un nicho dentro de la plataforma.

Los meses pasaron, las restricciones de la pandemia de a poco se levantaban y con ello las posibilidades de volver a presentar en vivo. Me trasladé de Viña del Mar a Santiago nuevamente y de a poco me inserté en el circuito de la comedia “*under*” santiaguina que se gestaba a través de presentaciones en bares ubicados principalmente en las comunas de Providencia y Santiago Centro.

Había pasado tanto tiempo encerrada viendo tiktoks, que el primer impacto que tuve cuando volví a insertarme a la vida social presencial fue que las cosas no habían cambiado tanto como yo creía, no es que todo el mundo se hubiese vuelto parte de la comunidad LGBTQ+, como mi algoritmo me lo había hecho creer. El mundo presencial parecía tan hostil como siempre para las personas de la comunidad y exponer mi vulnerabilidad a través de internet era en ese sentido más fácil.

La búsqueda de pertenecer a una comunidad, en este caso cibernética, que comparte un humor parecido al tuyo, no representaba en sí un aspecto negativo, muy por el contrario, incrementa el sentido de pertenencia y en el caso de las personas LGBTQ+, ha servido para encontrar referentes y visualizar que no están solos y que existen otras personas que atraviesan problemáticas parecidas a las personales, que un ambiente hostil (como es el caso de las persona LGBTQ+ que se han criado en el seno de una familia homofóbica) no sienten la confianza de expresar. El problema comenzó a aparecer cuando quise hacer videos de temáticas diferentes a mi identidad de género, los cuales el algoritmo desechó porque interpretó que aquellas temáticas no pertenecían al nicho al cuál me estaba dirigiendo, a tal punto que los únicos videos que tenían un éxito de llegada mediano - grande (por sobre 10.000 visualizaciones), eran donde se presentaba al menos una vez la palabra lesbiana, aunque fuese escrita en la descripción.

El público nuevo que había adquirido potenciado por el algoritmo de la aplicación, empujaba para que me quedara dentro de la casilla “mujer lesbiana” y si hubiese querido “triunfar” rápidamente en la plataforma, debiese haber seguido ese camino temático y no salirme de ahí reduciendo el total de mi identidad personal a una sola esfera. Ese es el problema que enuncia Salas con respecto a estas plataformas “nos *brandeamos* con identidades y es como “Hola mis queridos consumidores, quiero que sepan que estoy con mi público de tal consumo” (P. Salas, entrevista personal, junio 2023).

Nadie es solo una cosa y la especificidad y comportamiento del algoritmo empuja hacia una búsqueda forzosa de pertenecer a una sola identidad.

Más Allá del Algoritmo

No todo es internet.

Flor de Loto es una standupera con más de 7 años de carrera en el stand up, se identifica como una mujer trans y su rutina atraviesa temáticas sobre su vida personal, desde situaciones que ha atravesado como mujer trans hasta la cantidad de veces que se ha caído en bicicleta. Fue una de las primeras personas que me invitó a integrar el circuito de comediantes en las noches de comedia que organizaba en el bar de comedia Gran Refugio ubicado en el sector de Parque Bustamante en Santiago. Si bien la comedianta participaba y a veces organizaba shows mixtos, su curatoría se basaba mayoritariamente en promover la participación de las mujeres comediantes y que los hombres que participaran de esas instancias no fueran “chongos²¹”. En reiteradas ocasiones Flor de Loto se refiere a las redes sociales como “el *Black Mirror*²²”, comentando que a ella le cuesta o simplemente no le gusta ceder ante la presión del algoritmo, pero eso no la ha detenido de participar y organizar eventos de comedia constantemente.

²¹ En palabras de la standupera: un hombre que no fuese “básico” o con actitudes machistas.

²² Haciendo referencia a la serie de ciencia ficción creada por Netflix, donde se plantean posibles escenarios distópicos del mundo cibernético contemporáneo.

Durante Enero del 2023 se realizó el *Weona Fest*, Festival de Comedia cuyo *line up*, fueron exclusivamente mujeres del stand up. Encabezado por Flor de Loto, de quien era la idea principal y secundada por Fernanda Villavicencio y Jo Ulises (Joupss), otra comediente del circuito, se organizaron dos fechas el 13 y 20 de Enero, en la sala principal del Teatro San Ginés ubicado en Bellavista. Fueron dos jornadas exitosas que agotaron la totalidad de sus entradas, en las cuales se presentaron más de diez comediantes por noche y que contó con Natalia Valdebenito como invitada de la primera jornada.

Era la primera vez que se organizaba un Festival de comedia multitudinario con tal cantidad de comediantes mujeres sobre el escenario, dejando en evidencia que mujeres haciendo stand up hay muchísimas. “Post *Weona*, he visto que hay varias “cabras” que están más amigas. Cuesta levantar, pero yo creo que las comediantes se han dado cuenta de que tienen que ser ellas mismas parte de esta acción. (F, de Loto, entrevista personal, junio 2023).

Posterior a la realización del *Weona Fest*, durante marzo, la organización ahora encabezada por Flor de Loto y Fernanda Villavicencio, quienes se habían conocido en el 2016 en un colectivo de comedia feminista llamado *Zorroras*, continuaron produciendo shows de stand up protagonizados por mujeres comediantes, ahora en la cúpula del Parque O’higgins.

La importancia de estas instancias radica en la gestión de una comunidad de mujeres comediantes cuyo humor y nichos pueden ser muy diferentes entre sí, pero que se conectan en el hecho de ser mujeres comediantes con un punto de vista propio que viene a continuar la tarea de romper los estereotipos de género que aún subyacen dentro de la matriz de la identidad chilena. A través de estos nuevos estándares el público puede percibir, empatizar y reír de distintas vivencias, construyendo un relato intergeneracional más amplio y cercano a la multiplicidad de identidades que componen la realidad de las mujeres chilenas.

Conclusión: Desde y Hacia una Comedia Nueva

La presente investigación tuvo como objetivo general hacer un análisis del impacto de las comediantes de stand up comedy en los discursos sobre el género en la escena nacional entre los años 2016 y el 2023, ante lo cuál se levanta la hipótesis de que la diversificación en aumento de voces en la comedia llegará a extinguir el concepto “transversal”, entendido como el monopolio discursivo de la comedia establecido por los poderes dominantes.

A través de entrevistas realizadas a mujeres comediantes de distintas trayectorias, análisis de prensa, visionado de material audiovisual cómico y un análisis autoetnográfico del impacto de la red social Tiktok e Instagram en las carreras de comediantes de la “nueva generación”, se concluye:

Gran mayoría de las mujeres comediantes tratan temáticas relacionadas a su persona y la sociedad desde un punto de vista crítico que desafía el *status quo* de los poderes dominantes.

Efectivamente han habido cambios en cuánto a la utilización de los estereotipos de género en el humor chileno, el cuál ha sido el resultado de cambios socioculturales ocurridos de manera paulatina y muchas veces simultánea, tanto dentro y fuera del circuito humorístico.

El uso de RRSS dentro del medio ha potenciado la carrera de comediantes emergentes, sin embargo se ha vuelto una presión y una responsabilidad que antes no existía y que podría ir en desmedro de la calidad artística de la rutina si se cede ante la presión de la aprobación cibernética antes que a la búsqueda interna en pro del desarrollo de la voz propia.

Por otra parte y también en relación con el desarrollo de las RRSS, herramientas como el humor en *reels* y tiktok permiten generar comunidad dentro de grupos que se sienten representados en torno a una identidad o una causa poco representada por la identidad colectiva. Esto a su vez genera un sentido de pertenencia, que retomando las palabras de Argüello-Gutiérrez & Romero-Sánchez “actúa como un facilitador de la comunicación, la cohesión social y la creación de vínculos interpersonales, que contribuye en la adaptación a escenas sociales que pueden generar ansiedad o miedo” (2018).

En cuanto a los espacios que se desarrollan por detrás del alero de las Redes Sociales; a pesar de estar inmersos en una era tecnológica, en la cuál el desarrollo exagerado del marketing ha

convertido a los usuarios en estadísticas, existen gran cantidad de instancias que se desarrollan de manera paralela a la burbuja digital y ese espacio hoy en día podría representar lo que en su momento eventos como *Hardcore* representaron: una vía alternativa a la transversalidad exigida por la masividad.

Respondiendo a la pregunta de investigación, ¿cuál es el impacto de las comediantes de stand up comedy en los discursos de la escena nacional entre los años 2016 y el 2023? Se establece como conclusión general que la inclusión del punto de vista femenino dentro de todos y cada uno de los espacios, ya fueran televisivos, festivales, online, o de bares, y sobre todo después de la ola feminista del año 2018, tensionó hasta tal punto los discursos machistas, que hoy en día dejaron de considerarse transversales para pasar a considerarse indeseables e incluso violentos.

Por último, se deben reconocer que hay principalmente dos cosas que podrían haber abierto un nuevo capítulo de esta investigación. La primera es haber ahondado con mayor profundidad sobre cómo la ola feminista de 2018 afectó a comediantes tanto hombres como mujeres y cómo se actualizaron (o no) sus discursos cómicos frente a ello.

Y lo segundo corresponde al reciente fenómeno creadores de contenido / comediantes, cuyas aristas a analizar, tomaron por sorpresa el desarrollo de la investigación, ya que si bien existía una idea previa sobre cómo las RRSS podrían estar afectando el nicho de la comedia, los resultados obtenidos a raíz de la investigación abrieron nuevas dudas y campos de investigación que si bien no ha sido posible indagar, deja interrogantes abiertas para el desarrollo en futuras investigaciones.

Referencias

Libros y Artículos

- Andrade Vergara, G y Reiter Barros (2016). Construcción social del sujeto homosexual en las rutinas humorísticas del Festival Internacional de la Canción de Viña del Mar. *Polis vol.15 no.44* Santiago <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-65682016000200011>
- Arellano, J. M. (2019). El concepto de identidad: Una aproximación a la música en América Latina. *Neuma*, 36-59.
- Argüello-Gutiérrez, C., & Romero-Sánchez, M. (2018). Psicología Social y humor: aproximaciones desde el humor de denigración. En J. Benavides-Delgado, *Psicología y filosofía del humor*. Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia.
- Arrué Fuentes, A.J.C. y Quevedo Rivera, M. I. (2021). *De los trajes y las corbatas al se han fijado, El stand up y la política en Viña del Mar*. [Memoria para optar al título de periodista, categoría: Crónica escrita]. Repositorio Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/185615>

- Ballesteros Herencia, C. A. (2020). La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente TikTok. *REVISTA ESPAÑOLA DE COMUNICACIÓN EN SALUD*, 171-185. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5459>
- Bergson, H. (2016). *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Santiago: LOM ediciones.
- De Beauvoir, S. (2018). *El segundo sexo*. Santiago de Chile: Penguin Random House.
- Carter, J. (2010). *Stand-Up Comedy: The Book*. Reino Unido: Random House Publishing Group.
- Correa Gonzalez, P (2019). *Transformación en las rutinas de humor del Festival de Viña del Mar*. [Tesis para optar al título de periodista. Universidad de Chile, Santiago de Chile.] Repositorio Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/173191/TESIS-transformacion-humor-viña.pdf?sequence=1>
- García, M., Hermosilla, M., Montealegre, J., Rueda, H., & Abella, R. (2017). *Un país de tontos graves: Humor gráfico y política en Chile*. Santiago: Museo Histórico Nacional.
- Head, C. (2018). *A Director's Guide to the Art of Stand-up*. Reino Unido: Bloomsbury Publishing.
- Hustvedt, S. (2017). *La mujer que mira a los hombres que miran a las mujeres*. Madrid: Seix Barral.
- Hustvedt, S. (08 de Marzo de 2018). Siri Hustvedt Interview: Art and Science. Louisiana Channel.
- Infante Yupanqui, C. (2008). Poder, tensión y caricatura. Una aproximación a la teoría del humor. *Dialogía*, 245-271.
- Kumar V, Dinesh & Prabha, MShuriya. (2019). Getting glued to TikTok ® – Undermining the psychology behind widespread inclination toward dub-mashed videos. *Archives of Mental Health*. 20. 76. 10.4103/AMH.AMH_7_19.

Larraín, J. (2001). *Identidad Chilena*. Santiago de Chile: LOM.

Lemebel, P. (2010). *De perlas y cicatrices*. Argentina: Editorial Planeta Chilena.

Morais, D. (2019-2020). TikTok. Análisis de la irrupción de la nueva Red Social en Internet: análisis de las claves de su éxito y sus posibilidades publicitarias. *Universidad de Valladolid*.

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/42415/TFG-N.%201391.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Salazar, G., & Pinto, J. (1999). *Historia contemporánea de Chile*. Santiago: LOM.

Shifman, L. (2007). Humor in the Age of Digital Reproduction: Continuity and Change in Internet-Based Comic Texts. *International Journal of Communication 1*, 187-209.

Todorov, T. (1991). *Nosotros y los otros: reflexión sobre la diversidad humana*. Ciudad de México: Siglo XXI.

Vázquez, Diego P. (2005). Reconsiderando el nicho hutchinsoniano. *Ecología austral*, 15(2), 149-158.

Recuperado en 27 de junio de 2023, de

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1667-782X2005000200005&lng=es&tIng=es.

Material audiovisual

Dejen Algo. (2015, abr 13). *Partido Vegano Feminista - Dejen Algo* [Archivo de Video]. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=DTlo5vAZiMQ>

Feder, S. (Director). (2020). *Disclosure: Trans Lives on Screen* [Documental]. Films, Bow and Arrow Entertainment, Field of Vision (II). Netflix.

<https://www.netflix.com/watch/81284247?source=35>

FESTIVALDEVINACHILE. (2015, abril 4). Natalia Cuevas, Humor, Festival de Viña 2004 [Archivo de Video]. Youtube.

https://www.youtube.com/watch?time_continue=847&v=Ca2pAtfB6d4&embeds_referring_

euri=https%3A%2F%2Fwww.google.es%2F&source_ve_path=MzY4NDIsMjM4NTE&feature=emmb_title

FESTIVALDEVINACHILE. (2016, dic 15). *Natalia Valdebenito, Humor, Festival de Viña del Mar 2016*

[Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=-Q0ftHFhgSY>

HolaSoyGerman. (2014, marzo 1). *LES PRESENTO A MI NOVIA | Preguntas De Facebook | Hola Soy*

German [Archivo de Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=VzEHmcABGUU&t=114s>

POUSTA. (2016, diciembre 6). *GAYGEY #2 - Jani Dueñas* [Archivo de Video]. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=OF3PTR52DcE>

Material de Prensa y Web

«Ahora no se le puede decir nada a nadie»: Piñera aseguró que dejará de decir chistes machistas.

(2018, October 31). *El Desconcierto*.

<https://www.eldesconcierto.cl/nacional/2018/10/31/ahora-no-se-le-puede-decir-nada-a-nadie-pinera-aseguro-que-dejara-de-decir-chistes-machistas.html>

Aránguiz, C. (2018, June 15). *Andrés Mendiburo, psicólogo: "El humor no va a causar ninguna*

hecatombe social; que aparezcan más feministas contando chistes, no causa nada". América

Economía. Retrieved June 3, 2023, from

<https://www.americaeconomia.com/politica-sociedad/sociedad/andres-mendiburo-psicologo-el-humor-no-va-causar-ninguna-hecatombe-social>

Bastero, M. (2023, January 19). *Top 10: los youtubers en español con más seguidores (2023)*.

Marketing 4 Ecommerce. Retrieved June 15, 2023, from

<https://marketing4ecommerce.net/top-los-youtubers-en-espanol-con-mas-seguidores-2/>

Chapple, C. (2020, abril). *TikTok Crosses 2 Billion Downloads After Best Quarter For Any App Ever*.

Sensor Tower. Retrieved June 27, 2023, from

<https://sensortower.com/blog/tiktok-downloads-2-billion>

“Condorito”, más que una historieta, un patrimonio. (2018, October 26). Marca Chile. Retrieved

Marzo 03, 2023, from

<https://marcachile.cl/vida-cultura/condorito-mas-que-una-historieta-un-patrimonio/>

De Vicenzi, P. (2023, January 20). Gloria Benavides desclasifica su despedida del Festival de Viña: no

descarta volver a la Quinta Vergara. *ADN Radio*.

<https://www.adnradio.cl/espectaculos/2023/01/20/gloria-benavides-desclasifica-su-despedida-del-festival-de-vina-no-descarta-volver-a-la-quinta-vergara.html>

Equipo LJM. (2014, June 16). José Miguel Villouta: “El humor es arte, es literatura y como tal se

desarrolla cuando se expanden sus límites”. *La Juguera Magazine*.

<https://lajugeramagazine.cl/jose-miguel-villouta-el-humor-es-arte-es-literatura-y-como-tal-se-desarrolla-cuando-se-expanden-sus-limites/>

Festival de Viña presentó su programación diaria para la versión 2016. (2016, February 10). *ADN*

Radio.

<https://www.adnradio.cl/nacional/2016/02/10/festival-de-vina-presento-su-programacion-diaria-para-la-version-2016-3058050.html>

Gálvez, S. (2016, February 23). Natalia Valdebenito: De cabra chica gritona a la carta femenina del

humor en Viña 2016. *La Tercera*.

<https://www.latercera.com/noticia/natalia-valdebenito-de-cabra-chica-gritona-a-la-carta-femenina-del-humor-en-vina-2016/>

Hernández, G. (2020, April 3). *Coronavirus y el encerrón con TikTok*. El Sol de México. Retrieved June

1, 2023, from

<https://www.elsoldemexico.com.mx/analisis/coronavirus-y-el-encerron-con-tiktok-5053587.html>

Humor en la televisión chilena: ¿cómo fueron sus inicios? ¿qué efecto genera en los espectadores? Y

¿cómo ha evolucionado? (2019, October 18). Universidad de los Andes. Retrieved June 10,

2023, from

<https://www.uandes.cl/noticias/humor-en-la-television-chilena-como-fueron-sus-inicios-que-efecto-genera-en-los-espectadores-y-como-ha-evolucionado/>

Kale, S. (2020, April 26). How coronavirus helped TikTok find its voice. *The Guardian*.

<https://www.theguardian.com/technology/2020/apr/26/how-coronavirus-helped-tiktok-find-its-voice>

López, J. (2023, February 24). *Festival de Viña: Conoce a los artistas que se han presentado más*

veces. RedGol. Retrieved June 02, 2023, from

<https://redgol.cl/tiempolibre/Festival-de-Vina-Los-artistas-que-se-han-presentado-mas-veces-20230224-0119.html>

Los 7 comediantes más pifiados del Festival de Viña. (2023, February 22). *The Clinic*.

<https://www.theclinic.cl/2023/02/22/comediantes-mas-pifiados-festival-de-vina-del-mar/>

Natalia Cuevas: "Siento que di un pésimo espectáculo". (2004, February 22). Cooperativa. Retrieved

June 5, 2023, from

<https://www.cooperativa.cl/noticias/entretencion/festival-de-vina/natalia-cuevas-siento-que-di-un-pesimo-espectaculo/2004-02-22/112059.html>

Nathan, S. (2022, May 14). *Ellen DeGeneres preps for her TV farewell: She's 'been crying a lot'*. Page

Six. Retrieved June 5 mayo, 2023, from

<https://pagesix.com/2022/05/14/ellen-degeneres-preps-for-last-show-shes-been-crying/>

Oxford Learner's Dictionary. (n.d.). Niche. En el *Oxford Learner's Dictionary*

https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/niche_1

Terreros, D. (2022, February 14). *¿Qué es un nicho de mercado? Tipos y ejemplos*. Blog de HubSpot.

Retrieved June 12, 2023, from <https://blog.hubspot.es/marketing/nicho-de-mercado>

Vrsalovic, M. (2023, February 25). *Ranking del mejor al peor humorista del Festival de Viña 2023*.

RedGol. Retrieved June 5, 2023, from

<https://redgol.cl/tiempolibre/Ranking-del-mejor-al-peor-humorista-del-Festival-de-Vina-2023-20230225-0047.html>

Zepeda, J. (2023, February 20). Festival de Viña del Mar: ¿Cómo cambió la vida de los chilenos? *La Tercera*.

<https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/festival-de-vina-del-mar-como-cambio-la-vida-de-los-chilenos/WYWU73BLJRDKZGVAY3HWAN2N2U/>

Entrevistas realizadas a Comediantes

Salas, Paloma, junio de 2023.

Valdebenito, Natalia, mayo de 2023

Pizarro, Emma, junio de 2023

Podestá, Carla (Luni Love), junio de 2023

Villavicencio, Fernanda, junio de 2023

jaja.