



***Cómicos de pie:
La escritura de Stand Up en el corredor
sudamericano***

Trabajo de Graduación
Licenciatura en Comunicación
Departamento de Ciencias Sociales

Autora: Lucila San Martín, L. 23.233

Mentor: Dr. Santiago Álvarez

15 de Julio de 2016

Tabla de contenido

1	Resumen	3
2	Introducción	4
3	Marco teórico	8
3.1	Tres enfoques sobre la risa.....	8
3.2	Historia y desarrollo del Stand Up en Estados Unidos y Sudamérica.....	12
3.3	Características y diferenciación del Stand Up	15
3.3.1	Estructura del chiste: pie y remate	16
3.3.2	Características internas del chiste	17
3.3.3	Chistes, rutinas, <i>bits</i> , y <i>sets</i>	18
3.3.4	Principales recursos retóricos del Stand Up.....	19
3.3.5	Relación entre el comediante y el público	20
4	Metodología	21
4.1	Objetivos de la investigación.....	21
4.2	Estrategias de recolección y análisis de información	22
5	Hallazgos	24
5.1	La confección del material	24
5.1.1	Escribir no es necesariamente “escribir”	25
5.1.2	El chispazo	26
5.1.3	Del chispazo al chiste	27
5.1.4	La consolidación del chiste: presentación y revisión	32
5.2	El público como interlocutor: la comedia no la hace el comediante, la hace la sala 33	
5.3	Nociones de lo risible	37
5.3.1	Honestidad y sinceridad.....	37
5.3.2	Identificación.....	38
5.3.3	El “quiebre de la lógica”	38
5.3.4	La transgresión a la norma	39
5.4	La influencia de la tradición en la creación del material: el sesgo en la idea de lo risible producido por libros y talleres.....	40
6	Conclusiones	42
7	Referencias bibliográficas	47
8	ANEXO I: Pautas de entrevista	52
9	ANEXO II: Descripción de los entrevistados	53

Tabla de ilustraciones

Ilustración 1:	Distintas formas en que comediantes llevan registro de su material	26
Ilustración 2:	Félix Buenaventura VIII muestra un mapa mental, técnica de escritura de Stand Up.....	28

1 Resumen

Este trabajo abordará de forma exploratoria el proceso de escritura, consolidación y descarte de material por parte de comediantes de Stand Up en Sudamérica. A través de entrevistas en profundidad con comediantes argentinos, chilenos, y uruguayos, y observación participante de la escena porteña, se construirá una aproximación a la heurística sistematizada de la práctica.

Tras un recorrido por las principales corrientes de los estudios del humor – teoría de la superioridad, teoría del humor como fuente de alivio, teoría de la incongruencia – se describirá la conformación del Stand Up como disciplina artística a partir de su desarrollo histórico. Luego se caracterizarán sus aspectos distintivos de otras tradiciones similares como la retórica o el monólogo de humor. Para ello, se distinguirán sus estructuras internas, sus recursos retóricos y, especialmente, el diferencial de la relación entre el comediante de Stand Up y el público.

Con la información obtenida a partir de las entrevistas y la observación participante se distinguirá entre “monólogo” y “material” en función del vínculo comediante-público. Se describirán los métodos que los comediantes utilizan para registrar su material y se caracterizarán dos tipos de procedimientos de escritura desde el “chispazo” de la idea inicial hasta su presentación y consolidación. Luego se ponderará la relación entre el comediante y el público como un diálogo. Más tarde se distinguirán las nociones que los comediantes tienen de “qué causará risa” a la hora de escribir material: la *honestidad*, la *identificación*, el *quebre de la lógica*, y la *transgresión a la norma*. Se discutirá también la particularidad del ámbito sudamericano de adentrarse en el Stand Up a partir de cursos, y la posibilidad de que esto cree un sesgo en su percepción de lo risible y cómo construirlo.

Finalmente, se esquematizará el proceso de escritura de material de Stand Up realizado por los comediantes entrevistados y las nociones de las que parten para escribir. Se enfatizará la distinción del Stand Up como acto comunicacional y no únicamente como arte escénica debido a la importancia del “aquí y ahora” experiencial. Tras realizar una evaluación de posibles mejoras y modificaciones a este trabajo de graduación se ofrecerá un abanico de posibles vías de investigación a partir de estos hallazgos.

2 Introducción

En el prólogo de su antología *A Subtreasury of American Humor*, el autor E.B. White escribe que “Analizar el humor es como diseccionar una rana. A poca gente le importa y en el proceso se muere la rana”¹. A pesar de sus intenciones ecologistas, el humor ha probado ser un objeto de interés desde los escritos perdidos de Aristóteles sobre la risa hasta esfuerzos actuales de la neurociencia para comprenderlo².

El estudio del humor se ha tornado especialmente relevante debido al crecimiento que ha tenido la comedia como industria y el peso que tendría un acercamiento a una teoría unificada de la producción de humor en el desarrollo del mismo. El surgimiento de los *memes*, imágenes altamente viralizadas de contenido en su mayoría humorístico, demuestra el potencial que el humor tiene en los tiempos de la internet. En YouTube, el usuario que ha tenido más suscriptores por mayor tiempo acumulado es *Smosh*, un grupo de comedia de sketch de Estados Unidos. De los diez usuarios que han sostenido el título de mayor cantidad de suscriptores por mayor tiempo, seis son usuarios que ofrecen contenido humorístico³. Con el advenimiento de reddit, Tumblr y twitter, y sitios web como The Onion o BuzzFeed que explotan la capacidad viral del humor, y donde la capacidad de producir humor es un valor en sí mismo, ha surgido la inquietud por manifestar el aspecto humorístico en ámbitos inesperados.

Netflix, la plataforma de *streaming* que centraliza un tercio del tráfico online de los Estados Unidos en hora pico, capitalizó el bajo costo de producción para los especiales de comedia⁴ en relación a su demanda. De los treinta shows originales que programó para el 2016, nueve son Stand Up (Sikka, 2016). En febrero de 2016, Netflix lanzó su primer especial de comedia en un idioma distinto al inglés: *Abrazo Genial*, del comediante mexicano Ricardo O’Farrill (Ponce, 2016), ubicando a la comedia hispanoparlante al nivel

¹ La cita original es “Humor can be dissected, as a frog can, but the thing dies in the process and the innards are discouraging to any but the pure scientific mind” (White, 1941, p. xvii).

² Smuts, A. (n.d.). Humor. Consultado al 27 de septiembre, 2014, de Internet Encyclopedia of Philosophy en <http://www.iep.utm.edu/humor/#SH2e>

³ List of the most subscribed users on YouTube. In Wikipedia, The Free Encyclopedia. Consultado al 26 de Septiembre de 2014 de http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=List_of_the_most_subscribed_users_on_YouTube&oldid=627158380

⁴ Grabaciones, ya sea auditivas o audiovisuales, de 40 minutos/1 hora de material de un comediante. Los principales productores de este tipo de registro habían sido hasta la fecha HBO y Comedy Central.

de la estadounidense y la británica, las cuales tienen medio siglo más de historia. Para competir en el ciberespacio una de las estrategias que utilizó NBCUniversal fue el lanzamiento en enero de 2016 de Seeso, una plataforma de *streaming* paga dedicada únicamente a comedia en formato televisivo, película y especial. Evan Shapiro, CEO de NBCU, explicó esta decisión argumentando que “la comedia es el género más popular ahí afuera por varios tramos”⁵ (Spangler, 2015).

En agosto de 2013 el equipo de comunicación de Barack Obama publicó la cuenta de twitter de la Casa Blanca una foto de su perro, Bo, con un palito y el epígrafe “Stop trying to make fetch happen”⁶, una de las citas más famosas de la aclamada comedia adolescente *Mean Girls* (2004). Está entre los cinco tweets que más interacciones han generado para la cuenta según favstar.fm⁷. El Presidente de los Estados Unidos también ha participado como invitado de *Between Two Ferns*⁸, el programa satírico de culto conducido por el comediante Zach Galifianakis para el sitio web *Funny or Die*. El equipo de comunicación de Obama necesitaba difundir su nueva ley de salud, y sabía que hacerlo a través de medios tradicionales y publicidad no iba a ser efectivo ante un público joven consumidor de nuevos medios. Esto se vio reflejado en que el sitio de la ley de salud recibió su mayor proporción de visitas desde *Funny or Die*⁹.

Obama también ha participado del podcast del comediante Marc Maron, *WTF*, y de la serie web *Comedians in Cars Getting Coffee*, conducido por Jerry Seinfeld. Esta detección de los beneficios de un acercamiento al humor por parte del ámbito de la política y ya no únicamente del entretenimiento apoyan que el potencial de crecimiento que trae el humor es muy grande, y la importancia de acercarse a un marco estable de producción de humor que permita participar de manera eficiente en el campo.

⁵ La cita completa en idioma original de la Revista Variety es: “‘The big niche we’re focusing on is comedy,’ Evan Shapiro, executive VP of NBCU Digital Enterprises, said at a press event in New York. ‘It’s the most popular genre out there by a long stretch, by a Secretariat stretch.’”

⁶ <https://twitter.com/WhiteHouse/status/367301180910624768> visitado al 19/06/2016. La traducción de la cita es “Deja de intentar que *fetch* funcione. No va a suceder.” en referencia a un personaje, Gretchen, quien quiere imponer el uso de la palabra *fetch*.

⁷ <http://favstar.fm/users/whitehouse> visitado al 19/06/2016

⁸ Stanley, T.L. "How Between Two Ferns Landed Obama." AdWeek. 22 de junio de 2014. Accedido al 24 de noviembre del 2014. <http://www.adweek.com/news-gallery/advertising-branding/how-between-two-ferns-landed-obama-158496>.

⁹ McCarthy, Tom. "Healthcare.gov Sees Traffic Boost from Obama Between Two Ferns Cameo." The Guardian. 12 de marzo de 2014. Accedido al 24 de noviembre del 2014. <http://www.theguardian.com/world/2014/mar/12/obama-between-two-ferns-healthcare-traffic-boost>.

El presente trabajo se propone explorar cómo es el proceso de escritura de material de Stand Up en el ámbito Sudamericano. No tendremos en cuenta el caso de Brasil por su diferencia idiomática. Se realiza un acercamiento a cómo los comediantes de Stand Up perciben la propia práctica de escribir, consolidar y descartar material. Más específicamente se examina si hay supuestos que tengan a la hora de escribir chistes y, en caso de existir, si son compartidos por quienes desarrollan la disciplina. Además, en caso de existir, se pretende buscar puntos de contacto entre los supuestos que los comediantes consideran a la hora de escribir chistes y las principales teorías planteadas por los estudios del humor. Para ello, se realizan entrevistas con 9 comediantes de Stand Up de Argentina, Chile y Uruguay. Ellos ofrecen una diversidad de acercamientos a la producción de material de humor cuya observación enriquece una caracterización y sistematización del proceso desde la primera idea hasta la ejecución, consolidación y establecimiento. Esto es complementado por observación participante de la escena del Stand Up en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en talleres de perfeccionamiento para profesionales del ámbito.

El estudio del humor es un campo muy vasto, y a la fecha no se ha encontrado una teoría unificadora que abarque todas las situaciones que generan risas y sirva para montar un esquema de producción de discursos graciosos. Históricamente, los teóricos del humor no han estado involucrados en el proceso de producción del mismo, como sí sucede en muchas otras áreas del conocimiento. Por lo tanto, los trabajos publicados hasta la actualidad han sido, en su mayoría, análisis en recepción. Como podrá verse en la subsiguiente sección, las teorías postuladas sirven para analizar situaciones humorísticas ex-post, mas no tienen capacidades predictivas.

El abordaje en producción es novedoso porque analiza, dentro de sus limitaciones, un aspecto predictivo del humor, a diferencia de estudios anteriores, que se han enfocado en teorías explicativas de por qué algo causó risa en el pasado, como podrá verse en la sección de Marco Teórico. La falta de fuentes bibliográficas académicas que releven la temática desde un contexto de producción y no simplemente análisis especulativo apoyan la reexaminación del objeto desde esta perspectiva. Se recurre a este tipo de investigación cualitativa, entonces, por la falta de conocimiento que existe sobre el tema, que incluye la falta de delimitación clara de género y campo de práctica, lo cual requiere un acercamiento exploratorio al objeto (Vasilachis de Gialdino, 2006, p. 31).

La falta de bibliografía académica que tome un abordaje en producción en el campo del humor no implica la falta de fuentes externas al mundo académico. Judd Apatow, escritor y productor de comedias clásicas como *Freaks and Geeks* y *Virgen a los 40*, y Mike Sacks, columnista de revistas humorísticas, publicaron libros de entrevistas con comediantes que podrían acercarse a ello¹⁰. El universo de los *podcasts* esquematizó más el acercamiento estructurado, con programas como *You Made it Weird* en Estados Unidos conducido por el comediante Pete Holmes, *The Comedian's Comedian Podcast* en Reino Unido, del comediante Stuart Goldsmith, o en el caso argentino *Club Gabou* con el productor Gabriel Grosvald. Estos ciclos sostienen en el tiempo un gran número de entrevistas que involucran las mismas preguntas o temáticas sobre producción de material con comediantes ya establecidos, pero carecen de un enfoque académico y de una devolución de material esquematizado. Es por esto que el relevamiento teórico del presente trabajo se basa principalmente en manuales dirigidos a una iniciación en la práctica del Stand Up.

En primer lugar, se ofrecerá un recorrido breve por las tres teorías principales que han dominado los estudios del humor: la teoría de la superioridad, la teoría del alivio, y la teoría de la incongruencia. Se describirán también los principales desarrollos teóricos de los últimos 30 años.

A continuación, se delimitará al Stand Up como disciplina. Al no existir una definición del género, se describirá su conformación desde sus inicios en Estados Unidos a principio del siglo XX, así como su desembarco en Argentina, Chile y Uruguay a principios del siglo XXI. Se la distinguirá de otras tradiciones similares como la retórica, el monólogo de humor, o la figura del cuentachistes. De esta manera, podrá realizarse una aproximación a la caracterización del objeto de estudio.

Una vez comprendidos los distintivos del Stand Up, se explicarán algunos elementos que lo componen, sus estructuras internas, y recursos retóricos frecuentes. Dado que el

¹⁰ Apatow, Judd. *Sick in the Head: Conversations about Life and Comedy*. Nueva York: Random House, 2015.

Sacks, Mike. *And Here's the Kicker: Conversations with 21 Top Humor Writers on Their Craft*. Cincinnati, OH: Writer's Digest Books, 2009.

Sacks, Mike. *Poking a Dead Frog: Conversations with Today's Top Comedy Writers*. Nueva York, 2014: Penguin.

diferencial principal del Stand Up, como se verá más adelante, es la relación entre el comediante y el público se dedicará un espacio a su descripción teórica.

Establecidas estas cuestiones, se enumerarán las preguntas de investigación y se especificarán los métodos de recolección de datos. Se describirá cómo fueron llevadas adelante las entrevistas y la observación participante. Se ofrecerá información detallada sobre el desarrollo de ambos métodos, así como su interrelación.

A la luz de esta etnografía se discutirán las diferencias entre el monólogo y el material, y por qué el comediante de Stand Up prioriza esta última conceptualización. Se realizará una esquematización del proceso de escritura de material en dos tipos de abordaje distintos, desde el chispazo inicial hasta la primera puesta en escenario, incluyendo las revisiones constantes posteriores. Se realizará un relevamiento de herramientas y recursos para la elaboración de chistes, así como métodos de depuración y perfeccionamiento. Se planteará la relación entre el comediante y el público como un diálogo en que ambas partes son activas. Se discutirá la noción de “persona escénica” en el contexto del diálogo. Posteriormente, se relevarán las distintas nociones de lo risible mencionadas por los comediantes: búsquedas y necesidades que expresan tener a la hora de confeccionar material. Antes de adentrarse en las conclusiones, se expondrá una singularidad del caso Sudamericano en tanto al sesgo producido por la enseñanza de la disciplina, así como los beneficios de la creación colectiva.

Finalmente, se resumirán los hallazgos de esta exploración. Se realizará, también, una evaluación de las limitaciones de la misma, y una enumeración de nuevos interrogantes que han surgido a partir de ella.

3 Marco teórico

3.1 Tres enfoques sobre la risa

El presente trabajo sigue al lingüista ruso Victor Raskin (1987, p. 1) y su definición de lo humorístico como aquello que está pensado para provocar risa. Esta risa, a su vez, la definimos como respuesta a un escenario social (Gervais, 2005, p.348). Kuipers (2006, p. 8), denota que no todas las personas aprecian el humor a través de risas, pero que todo

aquel que produce humor lo hace esperando recibir risas, y que todo aquel que escucha una risa asume que aconteció algo de carácter humorístico.

El estudio del humor es una disciplina reciente conformada a partir de la convergencia de estudios de corrientes independientes, que dieron luz a una consideración holística multidisciplinaria a mediados de la década de 1980 (Palmer, 1994, p. 3). Al tratarse de un fenómeno tanto individual como social, ha habido abordajes desde la psicología, la lingüística, la teoría literaria, la filosofía, la retórica, la semiótica, etc. Históricamente, las conjeturas con respecto al origen del humor pueden ser agrupadas bajo tres “ángulos de análisis” (Raskin, 1985, p. 40): la teoría de superioridad, la teoría de humor como fuente de alivio, y la teoría de incongruencia. Es importante notar que las teorías del humor no son mutuamente excluyentes, e incluso muchos teóricos pueden calificarse bajo dos o más teorías, ya que los nombres de las mismas fueron atribuidos en el siglo XX (Morreall, 2009, p. 7). Asimismo, la sorpresa es considerada condición necesaria pero no suficiente por muchos autores para explicar la risa (Keith-Spiegel, 1972, p. 9). Sin embargo, no la consideramos para este estudio una “teoría del humor” como tal ya que carece de capacidad explicativa. A continuación, se realizará una breve descripción de ellas para luego hacer un relevamiento de los agregados más importantes de las últimas décadas.

La **Teoría de Superioridad** supone que la risa surge del triunfo por sobre otras personas o circunstancias, es decir, sucede cuando un estímulo externo suscita en el sujeto una reafirmación del sí ante la desgracia ajena (Keith-Spiegel, 1972, p. 5). Aristóteles establecía que la comedia es “imitación de hombres inferiores (...) lo risible es parte de lo feo. Pues lo risible es un defecto y es una fealdad que no causa dolor ni ruina” (Aristóteles, [335 A.C.] 1974, p. 3). Hobbes definía la risa como una gloria súbita que surgía de comparar las deficiencias del otro con las eminencias propias debido a la cualidad inherentemente competitiva del Hombre (Hobbes, [1651] 1998, p.36). Esta teoría fue la que prevaleció hasta el Iluminismo (Morreall, 2009, p. 6), cuando tomó su nombre, pero desde entonces ha sido muy rebatida ya que se la considera demasiado simplista (Brown, 2005, p. 13) y no condice con la posibilidad de una sociedad ordenada (Morreall, 2009, p. 7).

En el siglo XIX Spencer propuso la **Teoría del Humor Como Fuente de Alivio** (1875), a la que más tarde adherirá Freud ([1905] 1986). Proponen que el humor es un mecanismo mediante el cual la mente alivia tensión psicológica causada por sentimientos que son

considerados inapropiados. Esta tensión se acumula como energía, la cual es liberada en la risa. El humor surge como un espacio donde el adulto puede permitirse regresiones infantiles sin sentirse “tonto” (Helitzer, 2005 p.30).

La tercera teoría clásica surgió a mediados del siglo XVIII, pero la nombramos en último lugar por el amplio desarrollo que se hizo sobre ella en las últimas décadas. Se trata de la **Teoría de la Incongruencia**. Los teóricos agrupados bajo este término consideran que el humor se produce cuando una expectativa es incumplida debido a algo inesperado. Mientras más inesperado sea, más risa produce. Kant fue el primero en describirla como la “súbita transformación de una ansiosa espera en nada” ([1781] 1977, p. 240). Schopenhauer, por su parte, proponía la risa como expresión de haber detectado una discrepancia entre la visualización de un concepto y su percepción material ([1819] 2003, p. 109). Según Brown (2005, p. 18) algunas cosas son graciosas precisamente porque son muy predecibles. En estos casos, es la rigidez del comportamiento y su previsibilidad los que resultan incongruentes con la naturaleza humana.

En 1987, Morreall propuso el **Esquema Incongruencia-Resolución**, donde califica lo sucedido en el sujeto como un giro cognitivo, y agrega a los filósofos que la incongruencia es graciosa cuando no queda en un vacío como auguraba Kant, sino que es resuelta por otro medio. Una forma simple de generar esta incongruencia es el romper con alguna de las 4 máximas asociadas al Principio de Cooperación planteado por Paul Grice, ya que se produce una violación a las expectativas de un intercambio oral. Esto es, se ofrece información que desajuste con la cantidad, calidad, relevancia o claridad pertinente para un desarrollo normal de una conversación (Weems, 2014, p. 158) (Morreall, 2009, p. 3)

McGraw (2015, p. 10) propone la **Teoría de la Violación Benigna**, donde propone tres condiciones necesarias para que se produzca el humor: (1) debe producirse una violación a las expectativas; (2) esta violación debe ser matizada por algo que la vuelva inofensiva; y (3) las condiciones (1) y (2) deben cumplirse simultáneamente.

La **Teoría de Detección de Razonamiento Equivocado** propuesta por Hurley (2011, p 4), en línea con Schopenhauer, plantea que la risa se produce cuando una estructura de razonamiento tiene un error fácil de detectar. Hurley compara la risa y el cerebro con una computadora que envía un mensaje de error para avisar al usuario de un asunto a resolver. Para Carroll (1991, p. 287), los chistes son un rompecabezas. El oyente debe

completar ese rompecabezas en su propia mente, y es esta compleción lo que le produce risa, la cual sirve también para demostrar públicamente el entendimiento (Helitzer, 2005, p.30).

Scott Weems (2015, 31-36) describe en su libro *HA* un proceso cognitivo y neurológico de tres pasos para entender cualquier tipo de razonamiento: **construcción, reconocimiento, y resolución**. Según él, los chistes son problemas a resolver como cualquier otro aspecto de la vida. En el momento de construcción, el cerebro produce potenciales escenarios que completen el razonamiento. El reconocimiento es el proceso en el cual se filtran las interpretaciones erróneas, donde se producen sorpresas. La resolución es el momento en que se llega a la respuesta acertada.

El esquema de Weems se apoya fuertemente en la **Teoría del guion semántico** de Victor Raskin, en la que el humor se produce cuando se genera una nueva conexión entre dos *guiones* en la mente del sujeto que antes no estaban conectados. Ésta teoría encaja con Bergson ([1899] 1985, p. 39), quien describía que una situación “es cómica cuando pertenece a dos series de hechos absolutamente independientes y se puede interpretar a la vez en dos sentidos totalmente distintos”.

Ellos forman parte de los teóricos **configuracionales** o de **resolución de acertijo**. consideran que la risa emerge cuando se encuentra una relación entre elementos originalmente percibidos como independientes. Según estas teorías, el humor se diferencia de otros textos en tanto la forma de razonar en él se encuentra dentro de lógicas ridículas pero precisas que solo se aplican dentro del texto (Keith-Spiegel, 1972, p. 11).

Giora, (2003, p. 8) elabora a partir del cambio de encuadre (*frame shifting*) y la teoría de la relevancia de Sperber & Wilson una hipótesis que apoya la teoría de Raskin. Giora plantea que la información se presenta en “prominencia graduada”, es decir, con distintos niveles de relevancia. De acuerdo a su hipótesis, el oyente invariablemente accede primero al significado más prominente de una información, la cual correspondería al primer *guion* de Raskin. El segundo *guion* obliga al oyente a visitar el principio de la historia y otorgarle a la información los conceptos suprimidos de menor prominencia a la interpretación original. En el marco de la teoría de la relevancia, cada *guion* provee un contexto diferente en el cual evaluar la relevancia (Ritchie, 2005, p. 286).

Por otro lado, hay una gran corriente que sostiene que simplemente “no se sabe”. Sostienen que el humor es un fenómeno demasiado complejo e inabarcable, o que simplemente es algo que se genera nuevamente y en sí mismo cada vez que sucede, por lo que no es estudiable. A esta perspectiva se la conoce como la **Teoría de la Atribución Incierta**.

3.2 Historia y desarrollo del Stand Up en Estados Unidos y Sudamérica

El Stand Up es una forma de entretenimiento escénico cómico que surgió en Estados Unidos a principios del siglo XX. En la década del '20 Frank Fay era un comediante en el circuito de *vodevil*¹¹. Era revolucionario: se paraba sólo en un escenario y contaba chistes. A diferencia de los cómicos tradicionales, prescindía de compañeros o artilugios circenses. Hasta entonces entre acto y acto se presentaba ante el público un cartel con el nombre del próximo número. Fay comenzó a officiar como maestro de ceremonias en los espectáculos en los que participaba (Nesteroff, 2015, p. 14). No pasó mucho tiempo antes de que esta costumbre se popularizara y los maestros de ceremonias comenzaran a cobrar más preponderancia que los actos que presentaban (Zoglin, 2016).

Se trataba de *cuentachistes*, monologuistas de traje, engominados, que recitaban chistes comprados de escritores, tomados de libros, o robados de colegas. Las rutinas eran intercambiables y solían limitarse a temáticas cotidianas y generalizables: suegras y esposas molestas, hombres avaros, niños pícaros (Zoglin, 2008).

En la década del '30, tras la decadencia del *vodevil*, los comediantes comenzaron a actuar en clubes nocturnos. Bajo la Ley Seca¹² los recintos estaban en manos de la mafia, que también manejaba clubes ilegales de boxeo. Allí se utilizaba la frase “*Stand Up guy*”

¹¹ El *vaudeville* o *vodevil* fue una industria cultural que se extendió desde mediados del siglo XIX hasta el advenimiento de la radio y la televisión. Las funciones, de entrada barata, consistían en secuencias de actuaciones de entre cinco y veinte minutos de las más diversas disciplinas: desde bailarines y cómicos hasta domadores de leones y rarezas médicas (DesRochers, 2014, p. 4). La estructura estaba pensada para que miembros del público pudieran entrar y salir en cualquier momento.

¹² Entre las décadas de 1920 y 1930 en Estados Unidos se sostuvo una enmienda constitucional que prohibía la manufactura y venta de alcohol en todo el territorio, y por lo tanto los bares y salones donde se expedía. Esto fomentó ampliamente el mercado negro, además del empoderamiento de la mafia (Lerner, 2007, p. 2)

para referirse a boxeadores que oficiaban puñetazo (*punch*) tras puñetazo. Esa nomenclatura se trasladó a los comediantes (*Stand Up comedian*) que oficiaban remate (*punch-line*) tras remate (Nesteroff, 2015, p. 53).

El surgimiento de la televisión significó para los comediantes un agotamiento de las rutinas repetidas en teatros, clubes nocturnos, y radios desde finales del siglo anterior. La llegada de Mort Sahl y Lenny Bruce en la década del '50 provocaron nuevos cambios en el género (Nesteroff, 2015, p. 157). Sahl utilizaba un tono conversacional para comentar sobre política y cultura popular que lo diferenciaba de los *cuentachistes*. A diferencia de sus predecesores, los comediantes de la década del '50-'60 necesitaban un público educado. Como parte del movimiento *beat*¹³, Sahl fue el primer comediante de Stand Up en representar el disenso político, compromiso social, y vínculo con la cultura emergente que caracterizaría al género.

Bruce contribuyó al *ethos* de comediante como portador de “verdad revelada” (Zoglin, 2008). Fue el primero en atacar al orden preestablecido, insultar y tocar temas tabúes. Ya no se trataba de chistes intercambiables sobre suegras hipotéticas: el Stand Up ofrecía una plataforma artística para la expresión de opiniones y sentimientos. Los comediantes ya no compraban chistes, los escribían ellos mismos o contrataban escritores *ad hoc*. A su vez, por su cualidad íntima y de actualidad, el material ya no podía ser repetido indefinidamente (Nesteroff, 2015, p. 164).

Bruce y Sahl dieron luz a toda una generación de nuevos comediantes, encabezados por George Carlin y Richard Pryor. Carlin fue especialmente reconocido por sus ataques a los valores tradicionales estadounidenses. Pryor fue el primer comediante en utilizar su tiempo en el escenario para reivindicar la lucha de una minoría¹⁴. Se destacaba por lo

¹³ La generación beat fue un movimiento cultural de posguerra originado en Estados Unidos en la década de 1950. Se caracterizaban por un desapego a lo tradicional y al orden preestablecido.

¹⁴ Estrictamente, el primer comediante de Stand Up en reivindicar la lucha por los derechos civiles fue Dick Gregory, pero su éxito como comediante fue menor opacado por su éxito como activista (Nesteroff, 2015, p. 214-221). Históricamente los comediantes que mayor fama han alcanzado provienen de orígenes que no adhieren al *status quo* de su país. De los hasta ahora mencionados, Bob Hope era un británico criado en EEUU, Mort Sahl era un judío canadiense criado en EEUU, los padres de Lenny Bruce se divorciaron en 1930, Carlin era católico, Richard Pryor era afroamericano. La posibilidad de investigar el rol que puede o no haber tenido esto en su elección profesional supera el presente estudio, pero sería una injusticia hacer un recorrido por la historia de la comedia de Stand Up sin mencionar ésta condición de observador externo sobre la sociedad.

íntimo de su material: contaba historias de una infancia marginal, así como confidencias de sus problemas con drogas o mujeres (Zoglin, 2008).

En 1972, ya establecido como un género vocal y contracultural, comenzaron a aparecer espacios para albergar al Stand Up. Hasta entonces, los comediantes eran parte de espectáculos de variedad que incluían música, poesía y baile. Los clubes de comedia fueron el primer espacio dedicado únicamente a espectáculos de humor (Nesteroff, 2015, p. 281).

Las temáticas en los '70 tomaron un giro hacia el humor observacional cristalizado en la frase de David Brenner "*D'you ever notice...?*"¹⁵. Al mismo tiempo, surgieron comediantes que se alejaban de la idea de una persona sola en un escenario con un micrófono contando chistes. Cómicos como Robin Williams, Andy Kaufman, o Steve Martin utilizaban utilería y humor absurdo. Ambas corrientes rompían con la necesidad de crudeza e intimidad asentada por la generación anterior de comediantes.

En 1975 HBO lanzó sus primeros especiales de comedia. En ellos, permitió por primera vez a los comediantes expresarse sin censura en un medio masivo (Nesteroff, 2015, p. 299). La nueva audiencia creada por los especiales posibilitó lo que en 1983 el *New York Times* se refirió como el "*boom*" de la comedia (Geist, 1983). Fue en este período que acabó de consolidarse el Stand Up como el género que conocemos hoy.

El advenimiento de la internet otorgó a los comediantes nuevas vías de llegar a multitudes. Dane Cook fue el primero en capitalizarlo, al promocionar sus giras y material en MySpace (Schupak, 2006). Años más tarde, Louis C.K. ganaría más de U\$S1.000.000 publicando su propio especial y vendiéndolo online por U\$S5 (Pepitone, 2011). La facilidad de compartir material a bajo costo propulsó una nueva ola de comedia con llegada masiva.

La historia del Stand Up en Sudamérica no ha sido aún reconstruida exhaustivamente, y su recopilación a partir de la historia oral supera los límites de este estudio. Sabemos que el Stand Up como tal llegó a la Argentina con el cambio de milenio, a pesar de haber tradición de monólogo humorístico en el país desde hacía más de medio siglo, alguno

¹⁵ "¿Alguna vez se dieron cuenta que...?" o, más frecuentemente en el Stand Up rioplatense "¿Vieron cuando...?"

incluso con características propias del Stand Up (Fernández Morán, 2014). Alejandro Angelini y Diego Wainstein, actores, comenzaron a investigar el género en 1999. En el 2000, Angelini viajó a Estados Unidos para estudiar con la docente Judy Carter, cuyo libro *The Comedy Bible* había sido la mayor fuente de información con la que contaban ("Simkin & Franco", 2006). Tras su regreso, Wainstein y Angelini inauguraron junto a Natalia Carulias y Martín Rocco "En pie de Risa", el primer espectáculo de Stand Up en la Argentina. El Stand Up se asentó como una buena alternativa al teatro en el contexto de crisis económica, ya que permitía crear un espectáculo con muy poca infraestructura: solo se necesita un micrófono y un amplificador (Díaz Virzi, 2011).

En Chile, los primeros rasgos del género se percibieron en el espectáculo *Es lo que hay*, presentado en el año 2005 por León Murillo, Rodrigo González y Jorge Alís (Figuroa, 2016). En ese mismo año, el género desembarcó en Uruguay cuando Alejandro Angelini ofreció un primer curso (Montevideo Portal, 2008) y se diseminó a partir de sus egresados. La comedia de Stand Up en Argentina tuvo un resurgimiento con el ascenso a la fama de Malena Pichot en el 2008 (Marcovich, 2016).

3.3 Características y diferenciación del Stand Up

Fue a través de este desarrollo histórico que el Stand Up tomó su forma actual, donde una persona sola, sobre un escenario, se dirige a un público que es interpelado por las problemáticas sociales planteadas, con el fin último de la risa y colateral de la reflexión. Alejandro Angelini (2014, p.19) define al *Stand Up* como "un estilo de comedia en la que el comediante, solo en el escenario, hace reír al público". Puede auxiliarse de elementos como disfraces o utilería, y realizar distintas actividades como canto o magia, pero estos deben ser *medios* para llegar al fin último de la risa.

En su definición del género¹⁶ sostiene que para que algo sea Stand Up debe cumplir 4 leyes (Angelini, 2014, p.21). En primer lugar, **el cómico debe estar solo sobre el escenario**. Cuando un acto está compuesto por más de una persona a la vez en el escenario, deja de ser Stand Up. En segundo lugar, **el objetivo final debe ser la risa**. El comediante puede llegar a este fin mediante contenidos políticos, educativos, o catárticos,

¹⁶ El uso de la palabra "género" se hace en términos coloquiales y no en términos de Bajtín. Hasta ahora no se ha realizado una caracterización del Stand Up como género discursivo, y la misma supera los límites de esta investigación.

pero no deben ser su fin último. Así se distingue de la retórica, la oratoria, la poesía de *slam* y el relator de cuentos. En tercero, **no debe haber cuarta pared**¹⁷. En el Stand Up no existen barreras entre el público y el comediante, ya que comparten el **aquí y ahora**. Al no existir una cuarta pared, todo lo que le sucede al cómico le sucede también al público - y viceversa - en tiempo real.

Esta última es la característica que distingue al Stand Up de sus parientes más cercanos: el cuentachistes y el monólogo de humor, donde el contenido emitido por el comediante no es afectado por la reacción del público o el entorno en que se encuentran. En el Stand Up, comediante y público comparten temporalidad y situación. Más adelante se profundizará sobre este vínculo.

3.3.1 Estructura del chiste: pie y remate

En el Stand Up, un chiste es “cualquier construcción diseñada para hacer reír”. Puede tratarse de una frase, un disfraz, un gesto, un tono de voz o cualquier otra cosa pensada por un comediante específicamente con la intencionalidad de hacer reír¹⁸.

Los chistes en el Stand Up responden a una estructura de dos partes, la presentación (Angelini lo llama *pie*) y el remate (Carter, 2005, p. 69). La presentación provee la información mínima y necesaria para que el público comprenda el remate. El remate, por otro lado, es “lo que hace reír” (Angelini, 2014, p. 65). El comediante puede elegir realizar un *sobreremate*, utilizando el remate anterior como pie (Angelini, 2014, p. 91).

Según Carter, el pie toma la atención del público, condición necesaria para que entiendan el remate. Tanto para Carter como para Angelini, el pie de un chiste está compuesto por una *premisa*, un *tema*, y una *actitud*. Estos tres elementos serán descriptos en el apartado *Características internas del chiste*.

Greg Dean (2000, p. 4), además de adherir a la estructura de pie y remate, sugiere que hay un proceso que sucede en simultáneo, el cual basa en la teoría de los *guiones* de

¹⁷ La cuarta pared en el teatro simboliza un muro imaginario que separa al público del escenario, y le da una condición de voyeur que observa una acción que se desarrolla independientemente de él (Pavis, 1998, p. 154).

¹⁸ No utilizamos la distinción entre chiste, chanza, cómico y humor planteada por Freud (Traducción en Fraticelli, 2015, p. 77), ya que no es la tipología planteada en los manuales y textos relevados específicos al género.

Victor Raskin descrita anteriormente. En este proceso, el pie de un chiste crea una historia en la mente del público. El remate inmediatamente construye una historia que es compatible pero diferente de la historia original. Idealmente la historia que subvierte debe ser activada de forma astuta y sorpresiva (Ritchie, 2005, p. 303). Esta perspectiva sobre la estructura del chiste otorga al público un rol activo consistente con la falta de cuarta pared. Implica que la introducción genera un imaginario en el público que completa a partir de presunciones propias, y no sólo la información provista por el comediante, a diferencia del pie, en el que se considera que se provee *toda* la información. Esta estructura tiene más puntos de contacto con las teorías del humor.

3.3.2 Características internas del chiste

Los chistes en el Stand Up tienen necesariamente tres componentes: el tema, la actitud, y la premisa (Carter, 2005; Angelini, 2014; Selci, 2012). El **tema** es, sencillamente, de qué se trata el chiste. La **actitud** es el ángulo desde el cual se aborda un tema. La **premis**a es una “afirmación sobre la realidad” (Angelini, 2014, p. 33) que responde a la pregunta planteada por la suma del tema y la actitud (Carter, 2005, p. 72).

Idealmente, los temas tienen que ser el punto de encuentro entre aquellas temáticas que interpelan al comediante y aquellas que interpelan a la generalidad del público. Si los temas no interpelan al comediante, el público nota la desconexión; si los temas no interpelan al público, no se divierte. Los chistes pierden risibilidad cuando el comediante pierde contacto con la actitud original que los incitan. Según Lynn (2011, p. 12) al público no le importa si al comediante no le importa. Carter advierte la necesidad de alejarse de *temas que ya han sido tratados por muchos comediantes*, a los que denomina “hack”.

En cuanto al remate, para Angelini debe necesariamente romper con la lógica del pie a partir de crear una nueva lógica, en la línea de las teorías de incongruencia. A pesar de esto, debe ser coherente con la premisa. El chiste causa gracia porque revela la premisa a la vez que la confirma (Angelini, 2014, p. 36). Un chiste provoca risa cuando el público entiende la premisa revelada, aunque no necesariamente esté de acuerdo con ella. Por ejemplo, en Argentina los chistes ‘de gallegos’ tienen como premisa que ‘los gallegos son brutos’, y el remate confirma siempre esta premisa.

Los chistes deben también adecuarse a la **economía de palabras**: deben tener la cantidad de palabras mínima y necesaria para poder ser entendido. Ofrecer demasiada información hace que el público tenga que pensar demasiado para discernir qué es importante y qué no.

Para Angelini, los chistes se construyen a través de la transmisión al público de imágenes mentales. Los comediantes deben tener especial cuidado en qué conceptos o palabras nombran, ya que provocan imágenes distintas en el público. Angelini agrega que “cuanto más potentes sean las imágenes que elegimos para construir nuestro material más gracioso será” (2014, p. 57). Esta potencia está dada por la precisión de las cargas asociadas a las imágenes que proponga el comediante. Mientras más exactas sean estas cargas, más óptima es la economía del chiste. Es una conceptualización muy similar a la que Saussure (1945, p. 138-140, p. 144) hace de valor lingüístico, en la que una unidad lingüística construye sentido de acuerdo a los sentidos construidos por las demás unidades lingüísticas de su sistema con las que se intersolidariza.

Una **desconexión de comedia** sucede cuando el público percibe que un comediante “intenta ser gracioso” en lugar de “comunicar ideas” (Carter, 2005, p. 142). Es importante para evitar esto estar pendiente a posibles inconsistencias en el discurso, o desconexiones entre el discurso y la persona escénica. Morreall (2009, p. 86) indica que en el Stand Up contemporáneo los comediantes más exitosos son aquellos que se dirigen al público de forma conversacional, con apariencia de verosimilitud.

3.3.3 Chistes, rutinas, *bits*, y *sets*.

Los chistes pueden agruparse en *rutinas* (Angelini, 2014, p. 107), colecciones de chistes que tienen en común una misma *premisa*. Asimismo, existe otra unidad que son los *bits*: chistes o rutinas que pueden sostenerse independientemente sin necesidad de más información que los anteceda o suceda, tengan o no una premisa común (Angelini, 2014, p. 106). El *material* de un comediante es su acervo de chistes, rutinas y bits.

Para cada función a realizar, llamadas también *acto* o *actuación*, el comediante debe realizar una selección de su material, denominada *set*. El set está compuesto de bits independientes unidos a través de *puentes* que los conectan.

3.3.4 Principales recursos retóricos del Stand Up

En los chistes de **lista de tres** se establece un patrón con dos elementos, el cual se rompe al mencionar el tercero para producir sorpresa: “Las mozas son como las madres: te atienden, te dan de comer, y, cuando te vas, te pasan la factura” (Selci, 2012, p.59). Los chistes de lista de tres pueden ser convertidos en *onliner* (un chiste breve autocontenido) con tan solo suprimir los dos primeros elementos de la lista (Angelini, 2014, p. 99). En nuestro ejemplo: “Las mozas son como las madres: cuando te vas, te pasan factura”

Selci menciona al **act-out** como un tipo de remate, al que Carter considera parte inherente de los chistes. Un *act-out* es cuando el cómico en lugar de *describir* algo, lo “*actúa*”. Esto puede ser en gestos físicos o, por ejemplo, en tonos de voz o acentos. “Actúa” en el sentido de realizar una acción, ya que no se trata de “actuar” en el sentido teatral, se trata de *manifestar* exageradamente lo que la premisa significa.

Se denomina **callback** al acto de referir a algo que ya había sido mencionado en el número. Los callbacks crean una complicidad con el público y dan al set una sensación de cohesión.

El comediante arriba del escenario siempre se encuentra realizando un personaje denominado **persona escénica**, que es muy similar a la identidad real de quien lo interpreta, pero sutilmente distinto (Selci 2014, p. 25). Según Angelini “es un personaje hecho con partes reales de [la] personalidad [del comediante], pero elegidas y exacerbadas”¹⁹. Una persona escénica bien definida facilita que el público entienda los chistes dado que ya está proyectando sobre el cómico determinadas premisas (Helitzer, 2005, p. 238). De esta manera, reduce la cantidad de información que el comediante debe explicitar.

Angelini denomina **el elefante en el salón** a las características prominentes que puede tener un comediante. Se trata de algo que “está presente en forma muy evidente, pero de

¹⁹ El concepto de *persona escénica* tiene puntos de contacto con la teoría expuesta por Erving Goffman en su libro *The Presentation of Self in Everyday Life* sobre la presentación de la persona. En especial, la noción de *representación colectiva* es la explotada en la ejecución de una persona escénica. Por supuesto, Goffman expone en su libro paralelos entre el mundo del teatro y el de la sociología.

lo que no se habla” (2014, p. 27). Por ejemplo, un comediante que sea calvo tiene su calvicie como “elefante”. En caso de que un comediante tenga un “elefante”, Angelini recomienda tres posibilidades: (1) desmitificarlo en los primeros minutos, (2) convertirlo en parte esencial de la persona escénica, (3) hallar un punto medio. Desmitificarlo tiene dos ventajas: en primer lugar, relaja al público y le permite ver la imagen que el comediante elige construir en su persona escénica, y en segundo “marca las reglas del juego con los chistes que [el comediante] elige hacer sobre su condición” (Angelini, 2014, p. 28).

3.3.5 Relación entre el comediante y el público

La relación entre el comediante y el público puede observarse desde la categorización de *joking relationships* de Radcliffe Brown, en las que se forman vínculos donde “uno tiene permitido, y en ciertos casos está obligado, a burlar, a quien a su vez está requerido que no se ofenda” (Palmer, 1994, p. 13). A su vez, el público responde a la psicología de multitudes (Lynn, 2011, p. 10). Por ello, se convierten en una unidad que coopera (o no) con el comediante para crear una situación que provoque risas. A diferencia de las situaciones conversacionales, los comediantes trabajan en clubes de comedia a los que el público atiende con una predisposición explícita a participar de una interacción que les producirá risa (Palmer, 1994, p. 4)²⁰.

Para Mel Helitzer (2005, p. 13), la relación entre el comediante y el público está mediada por el material. Según su concepción, el material debe ser apropiado para el público y ajustarse a la persona escénica del comediante. Lynn, (2011, p. 122), lo apoya. El público, a su vez, debe complementar el material y la persona escénica del comediante.

Se trata de una interrelación de devolución permanente en la que el comediante y el público se encuentran durante todo el número. Es por esto que, para Carter, el Stand Up no es un *monólogo* si no un *diálogo* entre el comediante y el público. El comediante habla y el público responde a través de risas o silencios, que a su vez son respondidos por el comediante. En términos básicos, es esencial en este proceso tener en cuenta el emisor, el receptor, y el canal (Palmer, 1994, p. 163).

Ritchie (2005, p. 294) explica que el humor mantiene la solidaridad social porque es una interacción en la que los participantes demuestran pertenencia a un grupo que comparte

²⁰ Esta relación toma la forma de un *priming* que prepara al público para reírse.

un mismo acervo de información previa y presupuestos. Asimismo, funciona como control de la desviación al diferenciar al “distinto” (Palmer, 1994, p. 58). Cuando un chiste falla en hacer reír, el público comienza a rechazar socialmente a quien lo cuenta. Decir el chiste correcto en el contexto correcto y en el punto correcto de la curva revela internalización de códigos, hábitos, y reglas culturales (Kuipers, 2006, p.1). Cuando un chiste es aceptado por un público mediante la risa, esto es una señal de aceptación social y una invitación a sostener el vínculo (Kuipers, 2006, p. 8). El público para Carter tiene una noción colectiva de justicia que debe ser acatada por el comediante. El público puede ponerse en contra del set si encuentra que un chiste es sexista, racista, clasista, o que de alguna forma “opprime a los ya oprimidos” (Carter, 2005, p. 145).

4 Metodología

4.1 Objetivos de la investigación

El objetivo general de la investigación es explorar cómo es el proceso de escritura de material de Stand Up en el ámbito Sudamericano.

Los objetivos específicos son:

- Explorar el proceso de escritura de material de Stand Up y si es similar para distintos comediantes
- Identificar y describir los distintos momentos del proceso de escritura de material de Stand Up
- Examinar el vínculo entre el comediante y el público durante la actuación, y el rol de este vínculo en el momento de la escritura
- Identificar nociones sobre lo risible en la práctica del comediante de Stand Up
- Identificar si existen nociones sobre lo risible compartidas por la comunidad de comediantes de Stand Up
- Identificar si existen puntos de contacto entre las nociones sobre lo risible de los comediantes de Stand Up individuales y colectivas y los acercamientos teóricos planteados por los estudios académicos del humor

4.2 Estrategias de recolección y análisis de información

La cuestión es abordada desde una perspectiva etnográfica, ya que los objetivos apuntan a la percepción de la propia labor del comediante (Guber, 2001, p.12). Asimismo, se trata del acercamiento a una “situación natural”, un conjunto de procesos reales e interacciones espontáneas que “son preexistentes, (...) en parte tuvieron lugar, o (...) se desarrollan durante [la] presencia [del investigador] en el campo y pueden continuar en su ausencia” (Vasilachis de Gialdino, 2006, p.28). En orden de captar la complejidad de esta situación natural de la manera más completa posible las metodologías a utilizar son entrevistas en profundidad acompañadas de observación participante. El utilizar métodos que se solapan incrementa el nivel de confiabilidad del estudio (Shenton, 2004, p.73) y contribuye a la posibilidad de realizar una descripción densa de los hallazgos en las entrevistas (Guber, 2001, p. 14).

Entre mayo de 2015 y junio de 2016 fueron realizadas 8 entrevistas en profundidad con comediantes que se dedican profesionalmente a la industria, y cuyo sustento económico depende de su desempeño en la industria del Stand Up. Los entrevistados fueron profesionales del ámbito argentino (6), chileno (2), y uruguayo (1). Los entrevistados fueron encontrados con un método bola de nieve a partir de contactos en el ambiente local. Para dar cuenta de la diversidad del objeto de estudio se buscó heterogeneidad en el perfil de los entrevistados, descripciones de los cuales pueden ser halladas en el Anexo II.

A los entrevistados se les preguntó qué ámbito les resultaba más cómodo para realizar la entrevista. Tres entrevistas se realizaron en los hogares de los entrevistados (Godoy, Buenaventura, Simonetti), cuatro en cafeterías o similar (De Santis, López, Campa, Murillo), una en una casa ajena (Vázquez Mena, en la casa de Buenaventura), y una por videoconferencia Facebook debido a la distancia (Vignolo).

Se trató de entrevistas semiestructuradas con rasgos de no directividad. Las primeras entrevistas, con Bimbo Godoy, Félix Buenaventura VIII, y Federico Simonetti, sirvieron para encontrar las preguntas adecuadas y definir pautas a repetir en las subsiguientes (Guber, 2006, p. 86). Se permitió a los entrevistados utilizar libre asociación en sus respuestas, manteniendo una escucha flotante para detectar las respuestas implícitas a

las preguntas diagramadas, que pueden ser referidas en el Anexo I, y que abordan los siguientes temas:

- Inicios y formación en la práctica de Stand Up
- Elaboración del primer material de Stand Up
 - Comparación con la elaboración de materiales posteriores
 - Percepción de la elaboración de material por parte de sus compañeros
- Identificación de lo gracioso
- Características del chiste
- Herramientas para la elaboración de material

Las entrevistas utilizaron, además, preguntas estructurales y contrastivas (Guber, p 94) diseñadas ad hoc. Se les preguntó puntualmente por rutinas propias relevadas de antemano. Posteriormente se realizó una codificación a partir de conceptos identificados como emergentes.

Las entrevistas fueron complementadas con observación participante realizada entre el 1 de noviembre de 2015 y mayo de 2016. La observación participante posibilitó distinguir la brecha entre la práctica y la percepción de la propia práctica, esta última cristalizada a través de las entrevistas²¹. La utilización de este método como triangulación entre las entrevistas y la realidad observada buscó añadir credibilidad a los hallazgos obtenidos (Shenton, 2004, p. 65), ya que posibilitó articular los discursos de los comediantes y anclar sus reflexividades, así como los conceptos teóricos, en situaciones reales complejas.

La observación participante consistió en principalmente en asistencia sistemática al ciclo Jam de Comedia en el Club Cultural Matienzo durante 23 sesiones consecutivas. Además, se asistió a numerosos shows de Stand Up en el mismo período, iterando en las distintas instancias de producción para percibir cambios y crecimiento, tanto de comediantes entrevistados como de externos. Esto incluyó la presencia en las jornadas de grabación de comediantes en Absinth, un club de comedia alternativo, y de la temporada 2016 del programa televisivo *Stand Up en Comedy* de Comedy Central. La

²¹ “El análisis de cómo las personas «ven» las cosas no puede ignorar la importancia de cómo «hacen» las cosas.” (Vasilachis, 2006, p. 26)

presencia diaria, constante y sostenida en el ámbito dio lugar a numerosas reuniones y encuentros informales con comediantes y productores.

Además, se observaron clases del curso “Nivel II” de Federico Simonetti para profesionales avanzados en marzo de 2016. Esto fue posterior a la compleción en febrero de 2016 del curso intensivo “Escritura y Estilos” de Félix Buenaventura VIII. En ambos casos se trató de invitaciones por parte de los comediantes, quienes se comprometieron con la investigación. Ambos cursos tienen como objetivo que comediantes ya profesionales perfeccionen su material. Tienen un formato taller donde la exposición del docente se sigue de presentaciones de material propio por parte de los alumnos. El curso de Buenaventura incluyó la producción y presentación de material cómico propio y la participación de una función final a la par del grupo. El material producido fue posteriormente reproducido en funciones en seis salas distintas ubicadas en distintos barrios de CABA.

A continuación, se expondrán los hallazgos de la exploración cualitativa, haciendo explícita la significación dada por los participantes a las acciones que realizan dentro de la situación natural (Vasilachis de Gialdino, 2006, p. 49).

5 Hallazgos^{22 23}

5.1 La confección del material

En la observación participante se pudo recolectar cómo muchos comediantes que se inician en la disciplina o que vienen del campo del teatro se refieren a sus presentaciones como “monólogo”. Hubo un consenso entre los comediantes entrevistados, de mayor experiencia y en otra etapa de sus carreras, en que para hacer reír a un público no es suficiente un “monólogo”, es necesario un “material”, el cual está compuesto por el texto, la persona escénica, y el contexto en el que es presentado. Consideran, como Judy Carter, que la concepción del discurso del Stand Up como “monólogo” es muy rígida, ya

²² Los comediantes entrevistados fueron: María Virginia “Bimbo” Godoy (Bimbo), Félix Buenaventura VIII (Buenaventura), Federico Simonetti (Simonetti), Alejo De Santis (De Santis), Javier López (López), Rodrigo Vásquez Mena (Vásquez Mena), Ezequiel Campa (Campa), León Murillo (Murillo), Diego Vignolo (Vignolo). Puede encontrarse más información sobre ellos en el Anexo II.

²³ En esta sección se hace referencia a cuatro salas de CABA donde se realizan noches de comedia: Jam de Comedia (en el Club Cultural Matienzo), La Casa del Sr. Duncan, Absinth y The Cavern.

que inhabilita el diálogo en el que permanentemente se encuentra con el público. Federico Simonetti sostiene que considerarlo “monólogo” es perder de vista un “acto comunicacional”, el cual también indica Palmer cuando menciona la existencia de un emisor, un receptor y un canal en el Stand Up. Hacen un giro, entonces, de “monólogo” a “material”.

Félix Buenaventura VIII prohíbe a sus alumnos referirse al material como monólogo. Ezequiel Campa se burla del purismo, pero discierne el material como algo superador al texto: “es lo que tengo escrito, las ideas, todas las funciones que yo tengo acumuladas, el *acting* que hago, cómo lo digo, dónde hago la pausa, para dónde camino, en qué momento tomo. Eso es todo material”. Alejo De Santis concuerda en que el material “es todo uno (...) quien se sube al escenario, sube con todo su material: su aspecto físico, la vestimenta, la edad que tiene. Todo eso es mi material, que *incluye* la reproducción de un texto”.

5.1.1 Escribir no es necesariamente “escribir”

Los comediantes dejan constancia de su material de formas muy diversas. Campa escribe hasta la última coma, Bimbo Godoy es fanática de un sistema de fichas que será descrito, Buenaventura escribe titulares. Al tratarse de un discurso principalmente oral, el material y sus posibles bemoles está registrado principalmente en la mente de los cómicos. En la imagen pueden verse distintas formas de recolección.

Universidad de
San Andrés

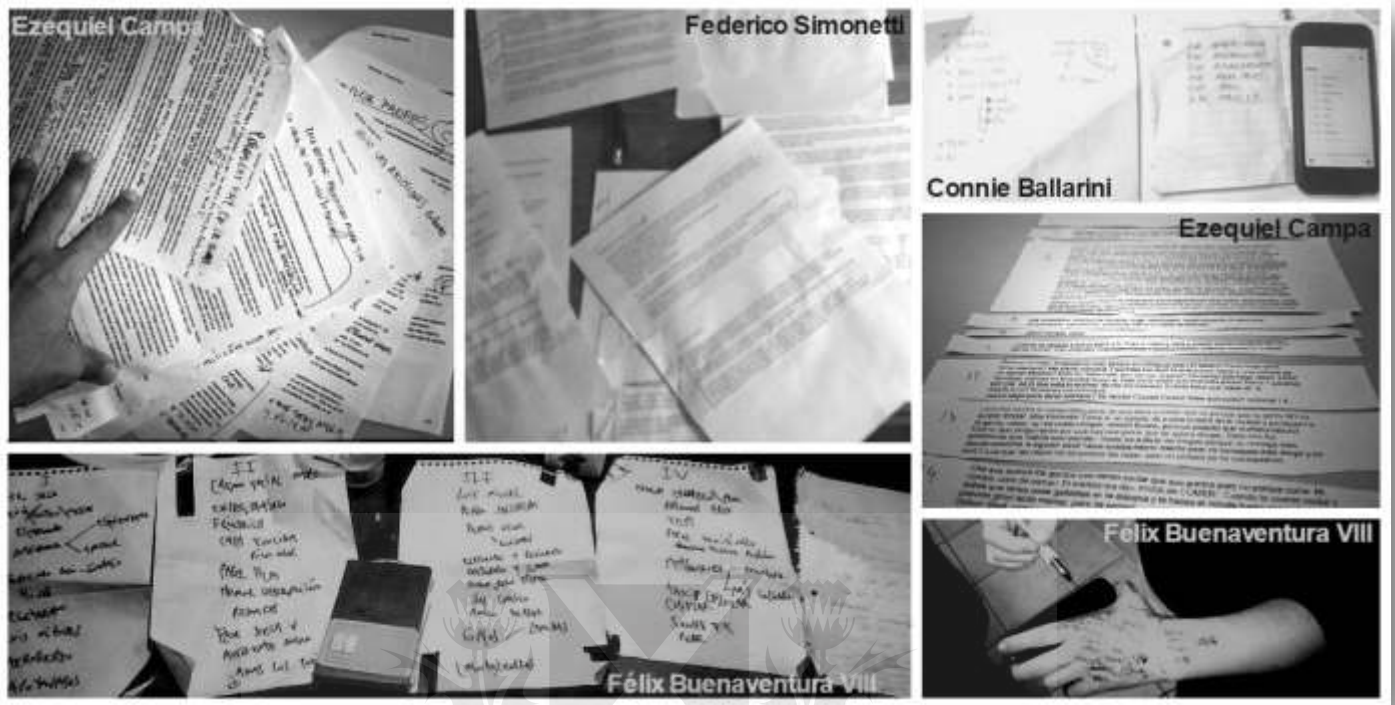


Ilustración 1: Distintas formas en que comediantes llevan registro de su material

Campa y Simonetti trabajan en computadora, imprimiendo, cortando, pegando y comentando. Félix Buenaventura trabaja sobre titulares y, como se ve en la imagen pequeña, se caracteriza por escribirlos en su mano a la hora de salir al escenario, a la usanza británica. Arriba a la derecha puede verse una imagen que subió a su Facebook la comediante Connie Ballarini, donde retrató la diferencia en su escritura de material y la de dos compañeros, tanto en soporte como en método.

5.1.2 El chispazo

La mayor parte de los comediantes entrevistados, exceptuando a León Murillo, coinciden en los aspectos generales su escritura de material, la cual se condice con los hábitos observados en el campo. Primero registran algo que les causa risa. Buenaventura agrega que la risa propia es seguida inmediatamente de una necesidad de compartirla. Javier López llama a este registro un “chispazo”: la absorción de algo que llama la atención e inspira un “potencial gracioso”. Puede surgir en forma de remate, para el cual se debe

crear una premisa, o en la forma de un pie, para el cual se debe pensar un remate. El desafío de los comediantes es lograr reproducir en el público su propia experiencia de gracia. Para Bimbo Godoy “es muy difícil traducir lo que tenés adentro a un material (...) hay que traducirlo mucho para que el otro entienda lo que querés decir y que *encima* sea gracioso”.

Los chispazos pueden aparecer en cualquier momento, pero tienden a aparecer en dos situaciones más que en otras: en diálogos con pares o durante acciones monótonas. Se trata generalmente de acciones que ponen al cuerpo en un movimiento automático y permiten a la mente liberarse. Buenaventura desarrolló el material de su primera hora mientras hacía malabares en semáforos; Campa encuentra los chispazos manejando o cuando sale a correr.

Según Simonetti y Campa, el encontrar estos chispazos es una actividad que están realizando permanentemente. Campa lo describe como una parte de su mente que no puede apagar y está siempre alerta. López agrega que esto conlleva un riesgo permanente: los comediantes deben seleccionar cuidadosamente a qué estímulos se exponen. Las observaciones por las que se dejen atravesar afectarán su material y a qué públicos podrán llegar.

Es por esto que Simonetti considera necesario para escribir comedia estar movilizado por la sociedad ya que “si la realidad da lo mismo, ahí es donde no hay nada para decir”. Para él, cuando el comediante no tiene un mensaje de fondo lo único que propone son estructuras vacías que causan lo que Carter llamó una *desconexión de comedia*. Pueden causar risa en el momento de forma muy efectiva, pero son en definitiva intrascendentes para el espectador que olvidará prontamente tanto al material como al comediante.

5.1.3 Del chispazo al chiste

Cuando un comediante percibe una construcción que le causa risa, suele anotarla en su teléfono o en una libreta de bolsillo. Posteriormente se traslada a su computadora o un cuaderno, donde la elabora. En sus comienzos muchos de los comediantes entrevistados integraban herramientas aprendidas de los cursos, como la regla de tres o los callbacks. Sin embargo, con el tiempo abandonaron esta práctica a favor de la liberación de la mente para llegar a un texto más orgánico al que “no se le vean los hilos”.



Ilustración 2: Félix Buenaventura VIII muestra un mapa mental, técnica de escritura de Stand Up

Algunos comediantes realizan **mapas mentales** como el que muestra Félix Buenaventura VIII en la foto. Se trata de redes semánticas en las que desmenuzan todas las relaciones metonímicas que pueden pensar respecto a los conceptos que componen el disparador. Otros realizan **listas de 10**, en las que enumeran 10 escenarios posibles. Otra técnica frecuente es **discurso libre**, también conocido como **escritura automática**, en el que escriben todo lo que se le viene a la cabeza en el orden en que surja, sin necesidad de completar ideas.

Estos ejercicios tienen por objetivo agotar las vías posibles de desarrollo tanto de la premisa como del tema, así como las interconexiones posibles. Rodrigo Vásquez Mena sostiene que después de 15 minutos consecutivos de utilizarlas su mente cambia de disposición y se vuelve más pronta a encontrar nuevas situaciones de gracia.

La investigación sobre los elementos que componen el disparador es otra parte esencial del desarrollo de un chiste. Diego Vignolo remarcó que al decidir dedicarse a la comedia a tiempo completo comenzó a destinar las 8 horas diarias que pasaba en una oficina a la elaboración del material. Esto incluye, por ejemplo, si está armando un chiste sobre una perfumería, recorrer minuciosamente todas las perfumerías del barrio analizando producto por producto, vendedor por vendedor, y comprador por comprador. Alejo De Santis

advierte el riesgo de tomar temas que son muy ajenos al comediante. Elegir un tema de humor negro o humor político sin los “recursos personales” para hacerlo, y contar sólo con los “recursos teóricos” es insuficiente si un miembro del público es “protagonista” en el evento.

Buenaventura se opone a la prerrogativa de Carter de que los temas crean clichés. Para él, el *hack*²⁴ no está en el tema, está en la actitud. La comedia según Buenaventura es un universo de temas que puede ser imaginado como un círculo, y cada comediante es una flecha que lo apunta, abordándolo con su punto de vista. Mientras más personas haya alrededor, se crean más puntos de vista. Para Murillo, el oficio del comediante es tratar a cada tema como una caja de fósforos, cada ángulo de un tema es un fósforo, y es la labor del comediante intentar probar toda la caja hasta encontrar un tema que encienda la mayor llama. Es importante siempre mantener el tema y la actitud, y presentarse con algo para decir sobre los mismos.

5.1.3.1 La elección de palabras

Para Félix Buenaventura, “los chistes son o completar la imagen o mostrarle al público que la imagen era otra a la que se habían pensado inicialmente” en línea con Hurley, Carroll, y los demás teóricos configuracionales. Simonetti explica que parte del oficio es entrenarse para que las imágenes que al comediante le causan risa lleguen al público sin interferencias, y para eso el comediante debe hablar con precisión. En línea con Angelini, Simonetti sostiene que el comediante debe saber por qué elige cada palabra y qué imagen genera cada palabra en el público. El público no sólo debe construir la imagen correctamente en su cabeza, sino que es crucial que lo haga simultáneamente para no generar risas escalonadas que obstruyan el flujo de la actuación.

Las palabras son el vehículo para la transmisión de imágenes. Tanto Simonetti como Vásquez Mena utilizaron el ejemplo que aprendieron de Angelini sobre el uso de la exageración y el lenguaje:

²⁴ Como se presentó anteriormente, un *hack* es un chiste que ya fue realizado por muchos comediantes y es considerado cliché en la escena. En Argentina, a junio de 2016, se considera *hack* lo referido a: la vejez de Mirtha Legrand, los medios de transporte público, las diferencias entre los hombres y las mujeres, etc.

Era tan gorda que cuando se subía la balanza decía "500kg"

Era tan gorda que cuando se subía la balanza decía "Continuará"

A pesar de que el concepto es el mismo, el segundo caso transmite una imagen más potente en la mente del oyente, la cual es potenciada por un absurdo. Buenaventura siente que en el absurdo es más fácil abordar temas que de otra forma serían ofensivos. Funciona como una burbuja que, extrapolando solo partes de la problemática, crea una lógica propia con reglas internas limitadas a ese escenario, por lo que habilita al comediante a discutir temáticas duras sin crear confrontación.

Una queja frecuente entre comediantes y productores en las sobremesas que se forman después de las actuaciones es que muchos cursos de Stand Up enseñan a utilizar "malas palabras" como remate. Los entrevistados están de acuerdo en que las malas palabras suscitan risas, pero no por los motivos correctos. Bimbo explica que terminar chistes con malas palabras los vuelve olvidables. Es un atajo contraproducente, ya que la explicación de la opinión detrás del insulto suele ser más gratificante y enriquecedora.

5.1.3.2 La preservación de la economía de palabras

Muchos comediantes enseñan en sus cursos a llevar un sistema en el que cada chiste este plasmado en una ficha N°3, con el remate subrayado. Si el chiste dura más de tres líneas, debe ser reescrito para abreviar o descartado, ya que no acata la economía de palabras. El sistema se organiza a través de las premisas, que están escritas como título, seguidas del lugar que ocupa el chiste en la rutina. Muchos productores y comediantes se lamentan que ésta técnica está desapareciendo. Simonetti opina que este sistema es arcaico, y enseña en sus cursos su método para optimizar la economía de los chistes.

Simonetti enseña a llevar un *Word* o *Google Doc* con todos los chistes. Agrupados por rutinas, escribe los chistes dejando una línea luego del remate. Se asegura de dejar en el pie únicamente las palabras mínimas y necesarias para que se entienda el concepto. Quita todos los conectores, ya que para él pensarlos arriba del escenario en cada presentación da al espectador una sensación más orgánica, donde hay menos posibilidades de caer en una desconexión de comedia. Luego, los lee en voz alta para analizar su sonoridad. Por último, se asegura que en estos textos no haya nada que no sea pie ni remate, ya que "lo que no suma, resta".

Es muy notoria la diferencia entre comediantes que realizaron su curso o llegaron por sí mismos a métodos similares y comediantes que simplemente escriben prosa extensa. Los chistes de los primeros están mucho más “ajustados”. Al no contar con los conectores predeterminados el ejercicio es recordar opiniones propias previamente estructuradas en lugar de recitar un guion. Es otro aspecto que diferencia las concepciones de monólogo y material. Mientras que el público no siempre reconoce las desconexiones de comedia en los monólogos como tales, sí parecen encontrar más regocijo en los comediantes que se permiten espontaneidad.

Los comediantes entrevistados estuvieron de acuerdo en la necesidad de síntesis para producir humor. El comediante debe construir una gran densidad conceptual y presentarla de forma clara, en una extensión temporal breve. Simonetti ilustra la necesidad de una economía de palabras en dos versiones de un mismo chiste:

El otro día estaba en mi casa porque tengo mucho tiempo, las tardes al pedo. Y nada, me puse a limpiar. Entonces limpiando cosas y estuve ahí, y saqué libros, qué se yo, a mí me gusta mucho leer, les conté, hice un taller de escritura, y también tengo una biblia, eeeehhh... igual no creo mucho. Bah, no tomé la comunión, pero mis padres me bautizaron... Y la vi, y abrí, y tenía todos pedidos de pizza. Qué se yo, viste... dos de mozzarella, tres de calabresa... Y me dio una culpa terrible viste, porque siento que estoy comiendo mucha harina y voy a engordar un montón si sigo así.

Tengo una biblia en casa y el otro día estaba limpiando la biblioteca y la abrí y vi que tenía todo anotado pedido de pizza y ¡me dio una culpa! estoy comiendo mucha harina

En la columna de la izquierda provee demasiada información que obstruye la capacidad del público de discernir sus niveles de prominencia. En la de la derecha, los conceptos son presentados de manera tal que el público puede reponer inmediatamente los nuevos aspectos prominentes una vez que recibe el remate, sin desperdiciar energía. Según Simonetti, “para construir la imagen concreta y precisa [el chiste] tiene que tener las palabras necesarias (...) palabras de más se ve venir, palabras de menos, falta información para construir la imagen precisa”.

Por otro lado, Lopez se detiene para reafirmar lo planteado por Brown sobre gracia y predictibilidad, ya que esta norma crea su opuesto. La tendencia de los comediantes

hacia la síntesis crea el tipo de chiste por saturación, en el que la síntesis es invertida y esto produce sorpresa.

5.1.4 La consolidación del chiste: presentación y revisión

Los comediantes entrevistados realizaron una distinción expresa entre lo escrito con intención de hacer reír, y aquello que efectivamente causa risa en un público. Para Campa, hasta que algo no es presentado ante un público no se convierte en material. López agrega que hasta presentarlo ante un público *desconocido*, el material no es tal ya que solo fue probado ante un “microuniverso que puede ser completamente engañoso”. Amigos, familiares, o compañeros de escritura muchas veces comparten los mismos códigos y sentido del humor. El objetivo de los comediantes es ser entendidos desde cero por un público que no tenga pistas preconceptos previos.

Generalmente, los chistes son mostrados por primera vez al público en un *open mic*, funciones diseñadas específicamente para ese propósito. Suelen ser de entrada gratuita, en días de poca afluencia de público, y los comediantes no cobran por participar. Muchos cómicos toman la oportunidad para grabarse, ya sea en audio o video. Más tarde lo desgraban para encontrar en qué puntos pueden mejorar, e incluso para utilizarlo como un disparador a más chistes para una rutina.

Según Campa, la revisión del material es constante. El material “está vivo” y en ningún momento deja de trabajarse, permanentemente puede ser perfeccionado con nuevos remates que surgen sobre un mismo tema, ya sea por emergentes externos o incluso por un cambio de perspectiva que tiene el comediante sobre un mismo tema en distintos momentos de la vida.

Es difícil para los comediantes abandonar material viejo porque su efectividad “es adictiva”. Sin embargo, llega un punto en el que la distancia entre la realidad actual del comediante y la anterior son tan dispares que la actitud sobre el tema deja de ser fuerte, y la premisa deja de ser un lente a través del cual el comediante ve el mundo. Bimbo cuenta que esto le pasa con el material que grabó para Comedy Central cuando era soltera, y ahora que convive en pareja no puede contarlo con la misma gracia porque no es verdad.

Este proceso, similar en la mayoría de los comediantes entrevistados, es distinto a aquel realizado por León Murillo. Él trabaja a la inversa. Murillo diagrama la estructura de un

texto argumentativo sobre una temática que lo interpela, y una vez que está debidamente desarrollado busca agregarle chistes como paliativo. Su prioridad, sin embargo, está en el mensaje a transmitir y no en partir de la reconstrucción de una gracia.

5.2 El público como interlocutor: la comedia no la hace el comediante, la hace la sala

Muchas veces los comediantes prueban chistes que consideraban completamente “seguros” y fallan estrepitosamente. Generalmente, de cada cinco chistes que prueba Lopez, no suele repetir más de dos. Esos dos deben atravesar un proceso de prueba y alteración para que lo gracioso quede claro: “a veces no te explicás bien y lo vas corrigiendo. A veces uno asume cosas de audiencia media que no habría que asumir (...) y después lo probás y si sobrevive es parte de tu material”. Para Bimbo Godoy “no es subjetivo”, es físico: o se ríen o no.

Para Buenaventura, hasta que el material no es probado en al menos tres espacios distintos tampoco es definitivo su fracaso. Los chistes se solidifican orgánicamente según la cantidad de lugares en los que “rebota”. Para él, un chiste no “rebota” igual en la Jam de Comedia, La Casa del Sr. Duncan, Absinth o The Cavern: “Por más lugares pasa un chiste, por más lugares sé que se va acomodando solo.”

Además del texto escrito, los comediantes deben pensar cómo lo presentarán ante el público. Generalmente en el Stand Up los remates son acentuados de alguna manera, ya sea a través de una entonación o un silencio. Hay chistes en los cuales los comediantes pueden elegir no remarcar, y dejar que aquellos del público que estén alertas se den cuenta que hubo un remate.

Es importante que el comediante durante su presentación se vea seguro y confiado. Para Simonetti, el comediante debe entrenar su cuerpo tanto para construir imágenes graciosas como para transmitir tranquilidad. Según él y Buenaventura, lleva 4 años para un comediante perderle el miedo al público. Ambos estudiaron las artes de *bufón* y *clown* para aprender a enfrentar un público.

Simonetti explica dos efectos de ver comedia en vivo que son los que considera los principales causales de risa en el Stand Up. El primero es que, como Lynn, remarca que

cuando la gente está en grupo se ríe más. En la observación en campo, los públicos suelen reírse más cuando son más, cuando están con desconocidos que no los juzgan, y cuando están poco iluminados. Esto es independiente, para Simonetti, de las estructuras planteadas en el texto, y es por esto que es tan importante el manejo del público por parte del comediante, ya que un chiste que causaría risa a uno en su casa, quizás no cause risa frente a otros.

No obstante, no se relaciona únicamente con los espacios. Bimbo Godoy agrega que un mismo miembro del público oscila en sí mismo según qué le causa risa en distintos momentos. Para De Santis, “que se ría o no alguien depende del tipo de humor que le guste. (...) La carcajada ya no depende de mí, depende del otro. Porque yo puedo lograr con un chiste en vos una carcajada estridente estruendosa, y en quien te acompañó a ver el show, nada”.

Bimbo Godoy explica que esto es difícil porque como público, el comediante es una persona con la que te relacionas que te puede caer bien o mal, y después de eso es que puede o no ser gracioso. Es por esto que, para Vásquez Mena, es importante que al comediante no se le note que está contando chistes. Para Simonetti, cuando una persona en el público nota que el comediante está especulando con su reacción es que la interacción deja de ser verdadera, porque siente que la cabeza del comediante está en otro lugar, la desconexión de comedia de Carter.

El segundo efecto para Simonetti es la sensación de lo verdadero que está sucediendo. A diferencia del público de televisión, el de comedia en vivo construye la experiencia a la par del comediante. Esta realidad es más potente que la estructura graciosa en sí misma. Buenaventura agrega que en un show de comedia “hay algo que estamos descubriendo entre todos”, es una situación compartida entre el comediante y el público.

Es por estos dos motivos que, para Simonetti, causa gracia el Stand Up. No se trata de que el comediante “construye imágenes graciosas, si no que el tipo - si está bien hecho - el tipo te lo está contando en presente, en aquí y ahora. Entonces el escenario pasa a ser toda la sala, pasa a estar vivo el momento (...) No hay una construcción de “yo ahora te voy a hacer reír” (...) sucede como una charla de amigos en donde hay uno que es el más gracioso que está parado y contando cosas que le pasan y que ve”.

Una forma eficiente de convertir la situación escénica en esta “charla de amigos” es la creación de un código común a partir de referencias extra e intratextuales. Las referencias extratextuales son cosas que todos saben que están pasando o que pasaron: por ejemplo, si un miembro del público se va, o si hace una semana que llueve, o un evento de actualidad en noticias. Bimbo se lamenta “hay comediantes que tienen esa cosa de captar el inconsciente colectivo de hacer un hit. No soy de esos, ojalá”.

Es efectivo hacer referencias a marcas o nombres o actitudes estereotípicas ya que las que Angelini llama las premisas tácitas permiten condensar mucha información en pocas palabras. Este recurso utiliza un atributo para dar cuenta de otros atributos que se asocian metonímicamente. Por ejemplo, el comediante Damián Quilici dijo en una actuación en Barrio Norte que allí no había “olor a *Plusbelle*” para denotar metonímicamente la diferencia de clase social con los lugares donde suele actuar en el conurbano bonaerense. Cuando el público ríe, no es solo porque le causó risa, sino también para mostrar que entendió la referencia y es parte del grupo.

Por otro lado, las referencias intratextuales como los *callbacks* resultan muy efectivas. Muchos comediantes principiantes finalizan sus rutinas con callbacks al primer chiste del set. Buenaventura lo considera un recurso perezoso, ya que es fácil de construir y la sensación de cohesión que crea provoca una risa casi asegurada. Otra forma de complicidad intratextual es referirse al elefante en la sala. En palabra de Alejo De Santis “si yo apareciera en el escenario y no dijese nada sobre mí de lo que vos estás viendo, decís ‘uy que chiquitito que es’, ‘uy que chiquito que es’. ‘uy que chiquitito que es’ y eso no te permite escuchar. Cuando yo subo al escenario y digo ‘soy chiquitito’ te estoy diciendo ‘no me rompas más las pelotas, lo que vos estás viendo es así y además me la recontra banco, ahora escucha lo que tengo para decir”.

Félix Buenaventura, sin embargo, está en contra del apropiarse elefante, o al menos de la alta incidencia que tiene en los cursos y sobre los comediantes. Según él, muchos comediantes no pasan la barrera del elefante y hacen únicamente material monótono sobre ser pelados, o gordos, o tener sombreros de colores.

Esto también puede ser porque Buenaventura es un eximio en el *crowdwork*, o la técnica de interactuar con el público, y esto le resulta simplista. La interacción es parte principal de su espectáculo, donde a cada momento es acompañado por el público como parte de

las premisas de sus chistes. Les sugiere planes de fin de semana, les halaga el nombre, les inventa parecidos con alemanes inventados, pero el público nunca es la víctima en el chiste. En palabras de Alejo De Santis, “el humor no se hace agrediendo al público”: el comediante necesita tenerlos de su lado.

En cierta forma, el público y la sala son dos espejos enfrentados que reflejan el uno en el otro la situación que están atravesando. Para De Santis “uno percibe en la mirada del otro y en la postura del otro las ganas de jugar, y el otro te habilita”. Él nunca irrumpe en la comodidad de miembros del público “yo no estoy ahí para descubrir la verdad, yo juego con la verdad que vos me decís. Si vos estás con tu novio, y me decís que son hermanos, para mí son hermanos.” Añade la máxima absoluta del *crowdwork*: “cuando uno le pregunta al público algo, tiene que usarlo. No hay que preguntarle al público y después no decir nada. ‘bueno y ustedes que son?’ ‘parejita’ ‘que lindas las palmeras de este patio’ ¿y para que te pregunté?”.

Simonetti, en cambio, no utiliza *crowdwork*. En su unipersonal lo primero que hace es asegurarle a la primera fila que no les va a hablar “ni les va a pasar nada malo”. Esto no implica dejar de prestarle atención al público. Según él, el comediante debe tener un registro constante de lo que está pasando desde arriba del escenario y adecuar la función para crear un “aquí y ahora” irreplicable.

Según Javier López, “Cuando estás ahí arriba la mitad de tu mente lo está viviendo por primera vez igual. Y ahí puede ser que te cause mucha gracia de pronto, o que de pronto la reacción de alguien o del público te haga acordar lo gracioso que te parecía esa idea (...) una parte tuya tiene que estar experimentando por primera vez, tiene que estar en sintonía total con el público”. Es así como se crea la experiencia compartida de vínculo de amigos, ya que el público experimenta por primera vez algo, y el comediante también.

En palabras de De Santis “Si yo no me entrego en serio a esto no va a salir nada copado. Vos tenés toda la energía para que esto suceda y yo también, entonces sucede”. Es un suceso colaborativo. El comediante debe, entonces, estar dispuesto al cambio. Campa explica que hay comediantes más rígidos que trabajan funciones idénticamente, en cambio “a mí no me sale eso, y tampoco me gustaría que me saliera. (...). Yo me subo ahí con un montón de herramientas y con otro montón de herramientas que trato de no usar”.

Esta habilidad es importante, ya que no es lo mismo afrontar distintos públicos en distintas salas en distintos horarios, o incluso una leve alteración en alguno de esos tres elementos. Vignolo sostiene que esto te lo da el poder “sentir el peso” de todas las veces que te subiste al escenario. Según De Santis, éstos elementos cambian, pero el comediante es el mismo: no cambia el texto, cambia la energía, la presentación, la forma de dirigirte. La capacidad de adaptar esto está íntimamente ligada a la experiencia que tenga un comediante, la cual miden internamente en cantidad de funciones realizadas.

5.3 Nociones de lo risible

5.3.1 Honestidad y sinceridad

Cuando Buenaventura empezó, utilizaba *oneliners*²⁵ que eran efectivos y hacían reír, pero que no interpelaban. Hoy en día busca la honestidad ante todo. Los comediantes que se acercan a la década en el oficio repiten estar en búsqueda de verdad, honestidad, y sinceridad con ellos mismos y el material.

Para Vásquez Mena es una de las dos condiciones que un texto debe tener para ser un chiste: que tenga un quiebre de la lógica y que sea sincero. Uno de los errores que más cometía en sus inicios era contar historias falsas para buscar risas. Según Buenaventura, los comediantes nuevos “quieren caerle bien al público más allá del mensaje. (...) son incluso incongruentes dentro de su discurso. Dicen que son románticos y después ‘bueeeeno, y viste cuando estas con una puta’”. En términos de Angelini, así se pierde la verdad interna, y en términos de Carter, se produce una desconexión de comedia.

Campa se encuentra en la búsqueda de no censurarse ni caer en fórmulas. Contar sus opiniones sobre ciertos temas y ser sincero no fue inmediatamente tan efectivo como recaer en fórmulas y material viejo, y significó 6 meses de shows con gente que no se reía, pero ahora las risas son mucho más fuertes que las que conseguía con el material más encasillable.

²⁵ Chistes cortos autocontenidos

5.3.2 Identificación

Hubo un consenso entre los entrevistados en que es más probable que un público encuentre un tema gracioso cuando es algo cercano a ellos con lo que se ven identificados. Bimbo Godoy explica que, para ella, gran parte de percibir un chiste como gracioso se resume en dos frases: “¡Tal cual!” y “¿Cómo no lo había pensado antes?”. Además de estar ligado a la resolución de un acertijo, estas expresiones son partes de la risa como identificación. Para Simonetti, los pensamientos que recorren la mente de un miembro de la audiencia al reírse suelen ser “dijo lo que yo siento y no podía expresar con palabras, le puso una cosa concreta a una situación que no había registrado que me había pasado”. Un comentario positivo frecuente luego de las presentaciones propias es “dijiste algo que yo había pensado, pero que no imaginé que nadie compartía”.

Para Alejo De Santis, la identificación puede ser directa o indirecta. El comediante comparte una vivencia que puede estar lejos de las experiencias del público, pero ellos encuentran la identificación acomodándola a algún aspecto de sus historias de vida. En el público “lo que se pone en juego es tu estructura genética, tu estructura psicológica, tu estructura histórica. Se pone en juego tu historia. (...) [el oficio del comediante] es ver qué de mi material encaja en el tuyo.” Para él, el público se ríe de cómo puede “transmutar la desgracia en algo más llevadero”. En su caso, como ya tiene “resueltas” muchas cuestiones que incomodan a gran parte del público, puede compartir la elaboración que ha hecho y generar risa en oposición a angustia, ya que no la está elaborando *en* el escenario.

5.3.3 El “quiebre de la lógica”

Según Simonetti, un chiste consiste en instalar una realidad con la que el comediante puede jugar, la cual posteriormente desarma de alguna forma, como en la teoría de los guiones de Raskin tomada por Dean. En muchos casos, esta ruptura toma la forma de sorpresa. Para Vásquez Mena, es este desarme lo que distingue al chiste, ya que necesariamente un chiste debe contener un momento en el “que la gente diga ‘¡Ah, claro!’” y genere risa. Es esencial para De Santis construir lo inesperado de forma que realmente no se vea venir.

Bimbo agrega que una forma de saber que un chiste no va a ser gracioso es cuando el público tiene demasiadas pistas y puede ver venir la sorpresa: cuando el remate es obvio, y la segunda historia se deja entrever demasiado pronto. Todos sostuvieron que la sorpresa en un chiste debe corresponder con la lógica interna del discurso, debe estar acomodado en el mismo; lo que Angelini definía como “verdadero” y Dean llamaba compatibilidad entre la primera y la segunda historia.

El remate siempre debe ir al final de un chiste. Dentro del mismo, los comediantes deben percatarse de cuáles son los conceptos clave que causan risa en un chiste y colocarlos al final, porque de otra forma se da al público informaciones que impiden que toda la audiencia llegue a la conclusión de que eso es gracioso al mismo tiempo. En términos de Giora, los conceptos de prominencia mayor para la comprensión del chiste deben ser organizados de manera tal que faciliten el detonante que permita reconocer la segunda historia de la forma más fluida posible.

5.3.4 La transgresión a la norma

Para Ezequiel Campa lo gracioso se caracteriza por ser una transgresión a la norma, es decir, es incongruente con las normas. El comediante transgrede muchas reglas sociales en sí al subirse a un escenario y demandar ser escuchado. Según él lo gracioso muchas veces pasa por el contexto en el chiste que es dicho y la transgresión que eso supone.

Según Campa los chistes más populares son aquellos que transgreden normas más ampliamente aceptadas, que la gente está más abierta a que se transgredan. Los imitadores por ejemplo transgreden la más básica de las normas: que las personas son únicas. Que un comediante le guste más o menos a un público depende en las normas que tenga el público, y que coincidan con las que transgrede el comediante.

Vásquez Mena busca siempre que su material tenga algún tipo de conflicto, una transgresión, “como una embarazada fumando”. Para De Santis, la gracia proviene de tomar estos conflictos y “acomodarlos” en un lugar en el que son inofensivos, como en la teoría de la violación benigna de McGraw. Bimbo agrega que para ella “no es gracioso lo que no está en conflicto”. Para ella el humor “sale de la inconformidad, de lo que te molesta, de lo que te da horror, de la gente en la que no te querés convertir, de lo que te da miedo de vos. Me parece que tiene que ver más con la oscuridad que con la luz (...) se

puede convertir en algo luminoso y que ese chiste sea algo finalmente positivo de decir”.

Para Murillo “el humor ayuda a faltarle el respeto a las cosas, la gente, las situaciones (...). Y eso te ayuda a mirarlo con distancia. (...) Cuando tú respetas mucho a una persona, lo miras hacia arriba, lo idolatras, no lo tocas. Pero cuando ya lo miras desde lejos, a una cuadra, te das cuenta que camina como el orto este tipo, es ridículo”. Bimbo está de acuerdo en que el humor permite “poder reírse de los malos, de los grandes monstruos (...). Es una manera de exorcizar todo eso”. También es una forma de unir al público con una especie de ‘enemigo común’ que ayuda a crear la ilusión de ‘grupo de amigos’ que tanto le sirve al comediante. Al ser un lugar seguro en el que realizar transgresiones, el humor presta la posibilidad de desafiar autoridades sin correr mayor riesgo, ya que se trata de “un juego”.

5.4 La influencia de la tradición en la creación del material: el sesgo en la idea de lo risible producido por libros y talleres

La creación de material de Stand Up en las geografías estudiadas tiene un carácter colectivo. En la Argentina, Chile y Uruguay, es común que el desarrollo del primer material de un comediante suceda en un taller, algo que no sucede, por ejemplo, en el mundo anglosajón.

La mayor parte de los comediantes entrevistados realizaron cursos o talleres para introducirse en la práctica. Campa y Buenaventura realizaron cursos con Diego Wainstein, quien fue el primer colaborador de Alejandro Angelini. Vignolo estudió con Angelini en el primer cursó que dictó en Montevideo. Vásquez Mena hizo su primer curso con Angelini, pero en Buenos Aires. Alejo de Santis hizo un curso con Fernando Sanjiao y Natalia Carulias: Sanjiao estudió con Angelini, Carulias incursionó junto a él en su primer espectáculo. López no hizo curso de Stand Up, pero sí de improv²⁶, donde conoció al

²⁶ El improv, también conocido como improvisación teatral, es un arte escénica generalmente cómica que, como su nombre lo indica, es creada íntegramente sobre el escenario, usualmente a partir de sugerencias del público, por un equipo de improvisadores. (Bent, 2009, p. 94). Es un arte efímera, ya que sólo sucede una vez y no puede ser capturada. Está muy ligada al Stand Up, ya que muchos comediantes la aprenden para tener herramientas que utilizar sobre el escenario. Sus

Negro Albornoz, quien lo inició en el Stand Up. Bimbo no estudió, pero recibió asesoría en su primer material de parte de Juan Barraza, reconocido comediante. Simonetti tampoco estudió en un principio, pero luego cursó talleres con Angelini.

Es así que los primeros acercamientos de gran parte de los comediantes en Argentina y Uruguay están sesgados por la experiencia de Alejandro Angelini y sus aprendizajes de Judy Carter. Los libros de esta última son utilizados como bibliografía de cabecera en los cursos, en fotocopias de traducciones ad hoc realizadas por los mismos comediantes-instructores. Recientemente con la publicación de Selci es que surgió una leve diversidad de fuentes, aunque su texto puede ser considerado una elaboración sobre la fuente de Carter.

En las entrevistas, los comediantes remarcaron la importancia de los cursos en obtener las herramientas que les permitieran ser más eficientes en la escritura de material. Además, dan la posibilidad de conocer mentes afines con las cuales trabajar sus textos en formato de taller y montar shows.

Muchos de los comediantes entrevistados reconocieron el sesgo producido por los cursos. El primer material con el que Campa subió al escenario estaba compuesto íntegramente por respuestas a consignas que le habían dado en su curso inicial para ilustrar las distintas herramientas planteadas por Judy Carter. Buenaventura, aunque es un ferviente alentador de los cursos como fuente de creación colectiva y adquisición de técnica, advierte sobre los peligros que traen: “[empecé con] un curso muy estructurado que después tardé años en aprender a desestructurar”. Para Campa, las funciones y la experiencia hacen que los comediantes incorporen las técnicas de forma que dejen de notarse los hilos tan claramente como en un principio, cuando aún están conscientes de qué herramienta están usando para cada chiste.

Según Buenaventura, los cursos iniciales ofrecen reglas que son transparentes para el público: “todo eso que es horrible y que cuando sos un espectador es espantoso de ver”. Según notó, en el ámbito de la docencia del Stand Up se enseñaba a seguir estrictamente lo propuesto por Judy Carter sin posibilidad de desviación. Eso llevaba a una

diferencias principales con el Stand Up son: la falta de material preparado, la actuación grupal, y, como planteó el comediante Mariano Panaia Piazza en una charla informal “en el improv, el público celebra el error. En el Stand Up, lo castiga”.

homogeneidad en el Stand Up local que lo impulsó a dar sus propios cursos donde abrió la puerta a una comedia alternativa con una mayor influencia del clown, el bufón, y otras experiencias que trajo de su paso por Europa, donde se entrenó como payaso.

Murillo, al ser el primero en su género en Chile, no realizó ningún curso ni tuvo acceso a lecturas hasta años después de haber iniciado la práctica. En su experiencia “la técnica uno se aproxima por osmosis, por intuición. (...) Al principio eran discursos, eran, no sé, talleres de terapia casi. Costaba meter el humor”.

López, cuyo entrenamiento fue en el improv, sostiene que estas “reglas” o “fórmulas” planteadas por los cursos no son absolutas, pero son convenientes. Para él, se trata de la fórmula madre que “hay que saber”. Agrega que “si no tenés ninguna idea mejor tenés que ir con las reglas, pero si tenés ganas de probar otra cosa que te parece que en ese caso es mejor que la regla, y, es muy probable que sea mejor que la regla para ese chiste en particular”.

6 Conclusiones

La escritura de Stand Up tiene en principio un acercamiento heurístico iterativo de prueba y error. A partir del análisis de las entrevistas realizadas y la observación participante, podemos esquematizar el proceso de escritura de material de la siguiente manera:

1. El comediante hace una observación de una construcción que le causa a risa y desea compartir
2. Toma nota en el momento de la misma en un anotador de bolsillo o en su celular
3. Pasa en limpio la idea en un archivo de texto
4. Elabora sobre ese archivo de texto utilizando métodos como mapas mentales, listas de 10, y escritura automática, buscando reproducir en un público imaginario su experiencia de gracia
5. Prueba el material ante un público real en un open mic, lo graba, generalmente en formato auditivo, pero ocasionalmente también en video
6. Escucha/Observa la grabación y toma notas de aciertos, errores, y posibles mejoras

7. Repite los puntos 3-6 sobre el mismo disparador hasta estar satisfecho o descartarlo

Aunque la mayor parte de los comediantes entrevistados se acercan a la escritura con un disparador que les causa risa, en el caso de León Murillo, así como una minoría de otros profesionales, el disparador es otro. Ellos eligen una premisa que los moviliza, y utilizan los métodos para encontrar disparadores de gracia.

La máxima de la que parten la mayor parte de los comediantes entrevistados a la hora de escribir material es que tiene que causarles gracia a ellos mismos, y deben querer compartir esa gracia. El trabajo de escritura de material se concentra en buscar reproducir en el público esa primera experiencia de gracia que tuvo el comediante cuando se le ocurrió o presentó lo gracioso. Según los comediantes entrevistados, otra alternativa es que el comediante debe estar emocional o intelectualmente vinculado con la premisa detrás del material. Cuando el comediante deja de poder vincularse intelectual o emocionalmente a la premisa o la primera experiencia de gracia, los chistes dejan de ser graciosos para el público, ya que notan la desconexión entre lo que el comediante dice y lo que realmente siente. Es necesario, para los comediantes entrevistados, que se establezca un vínculo con el público en el que crean en la sinceridad del comediante.

Federico Simonetti plantea el Stand Up como un “acto comunicacional”. Esto condice con el giro del uso de la palabra “monólogo” al término “material”. Al virar de la conceptualización de monólogo a la de diálogo se le da un rol participativo al público que ríe, sostiene silencios, responde, y aplaude. Por otro lado, el material no se limita a la reproducción de un texto, si no que incluye *act-outs*, entonaciones, pausas, movimientos varios, aspecto físico, vestimenta, edad, timbre de voz, reacciones a situaciones que surjan en el momento, etc. Es, además, una gran diferencia con el *cuentachistes* tradicional, quien no tenía en cuenta la interacción con el público.

El material también se caracteriza por no poder considerarse como tal hasta no ser presentado ante un público ajeno al círculo cercano al comediante. Según los comediantes entrevistados, lo que hayan ideado no puede ser considerado gracioso hasta no presentarlo ante al menos tres públicos distintos en lugares diferentes. Esto se debe a la necesidad de asegurarse de estar transmitiendo correctamente las imágenes mentales

buscadas sin contar con el apoyo de preconceptos que el público puede o no tener sobre las temáticas y términos abordados. Es una forma de destilar lo espurio del material.

Los comediantes entrevistados también hicieron hincapié en el hecho de que incluso en una misma función, un material causa más, menos o nada de risa a las distintas personas del público. La variabilidad en la recepción del material es una de las cuestiones que más confunden y problematizan a los comediantes a la hora de escribir material. De todos modos, los comediantes entrevistados, así como productores con los que se sostuvieron conversaciones en la instancia de observación participante, estuvieron de acuerdo en que las personas se ríen distinto cuando están solas que cuando se encuentran en una situación grupal donde conforman un público. Las características de la recepción y la risa en el Stand Up y la comedia en general prometen ser un campo muy fértil para futuros estudios.

Una forma en que los comediantes manipulan a los públicos para hacerlos sentir cómodos es buscar generar la ilusión de una “charla de amigos”. Para ello, desvisten sus actuaciones de indicios de ficción, intentan derribar la asimetría de poder que percibe el público entre ellos, se apropian de *elefantes en la sala*, y utilizan técnicas como el *crowdwork* o participación del público, los *callbacks*, que dan sensación de cohesión, y las referencias extratextuales a marcas o sucesos famosos que dan sensación de conformación de grupo.

En el Stand Up es esencial la enunciación del “aquí y ahora”, la construcción colectiva entre el comediante y el público de una experiencia única e irrepetible. Aunque el comediante de Stand Up repita un texto, nunca va a ser exactamente igual, ya que el público no va a reaccionar de la misma manera y la construcción es conjunta.

Los comediantes entrevistados estuvieron de acuerdo con la teoría en que la información dentro de un chiste debe ser presentada de forma sucinta, completa y adecuada, es decir, responder a la economía de palabras. El público que no pueda acceder a la totalidad de la información necesaria no podrá comprender los chistes. Esta información debe instalar una lógica interna hacia el chiste, la cual no necesariamente debe ser la lógica del mundo real. Los remates quiebran con esta lógica y crean una nueva, como se plantea en la teoría de la incongruencia. En términos de Giora, la economía de palabras facilita que el

público note los niveles de prominencia de los conceptos necesarios para entender lo que Raskin llamaba segundo guion y Dean llamaba segunda historia.

Ningún comediante se explayó sobre los conceptos de premisa o actitud, tan importantes en la teoría del Stand Up. En las observaciones de clases de Buenaventura y Federico Simonetti los conceptos fueron mencionados al pasar, pero esto puede deberse a que era un nivel avanzado diseñado para desestructurar.

Otro factor mencionado por los comediantes entrevistados, que no está presente como tal en los estudios del humor, es el rol predominante de la identificación en despertar la risa. El público debe poder conectarse a nivel personal con las premisas tratadas, aunque sea en un plano hipotético. No es necesario que hayan atravesado una experiencia idéntica al comediante, pero es importante que puedan trasladarla a alguna experiencia de su historia o que le sea conocida. El acercamiento teórico más cercano es el de Freud y Spencer con la teoría del humor como fuente de alivio, que embebe a los propios miedos.

Dentro de la necesidad de generar identificación entre el público y el comediante, los más experimentados demostraron un énfasis en la honestidad a la hora de escribir. Según ellos, el público puede entrever la ficción. La incongruencia entre el discurso y la realidad nubla la capacidad de distinguir la incongruencia buscada para crear el chiste. Mientras más fieles a sí mismos sean sobre el escenario, más genuina es la respuesta del público.

El Stand Up en Sudamérica fue afectado notablemente por la influencia de Alejandro Angelini y sus cursos, que enseñaron a generaciones de comediantes en Argentina, Chile y Uruguay estructuras y reglas replicables. Es por esto que la costumbre excepcional de tomar cursos, por más que facilitó el *networking* entre comediantes, se destaca en el carácter homogeneizador que tuvo sobre el circuito local. Los comediantes tardaron años, casi décadas, en desligarse de las ataduras conceptuales, y una nueva escena alternativa puede surgir sin ellas recién 15 años más tarde de la llegada del género al continente.

En cuanto al presente estudio, la influencia de Angelini fue una fuerza homogeneizadora de las respuestas de quienes habían estudiado bajo su corriente. La muestra, además, al tratarse de un método bola de nieve, estuvo sesgada en tanto tres de los comediantes son muy cercanos entre sí, y por lo tanto habían discutido estas preguntas previamente y llegado a conclusiones con anterioridad. Futuros estudios podrían tomar comediantes en

distintos momentos de su carrera, y que hayan estudiado en escuelas más variadas. Será interesante dentro de cinco años analizar las perspectivas de los estudiantes de Buenaventura, por ejemplo, en comparación con quienes actualmente estudian bajo el Negro Albornoz o Diego Fantoni. Por otro lado, la falta de mujeres como entrevistadas genera un sesgo innecesario. En Argentina particularmente, muchas mujeres hacen Stand Up profesionalmente y se encuentran entre las que tienen más experiencia y público que las sigue. La subrepresentación del género en el presente estudio es reprochable.

Otra vía de investigación posible es la definición estricta del Stand Up como género en términos de Bajtín, que podría estar acompañado de un análisis de la enunciación dentro del mismo y en comparación a otros géneros como la retórica o el monólogo de humor. En esta línea, sería interesante un análisis de los significados que otorga el público a las distintas reacciones, y cómo los comediantes las interpretan. Por ejemplo, en que difieren la risa y el aplauso, así como los distintos tipos de risa y aplauso. Federico Simonetti planteó la diferencia entre la risa “para el afuera” que el público tiene mirando comedia en vivo, en contraposición a un resoplido o risa “para adentro” que se tiene mirando comedia grabada sólo. Esto podría acercar a la idea del Stand Up como un acto comunicacional a diferencia de un arte performativo. Un estudio semiótico de los espacios de Stand Up como que tome la arquitectura como parte de las condiciones necesarias para la efectividad de un material podría aportar perspectivas interdisciplinarias innovadoras.

Tras meses de observaciones y entrevistas puedo afirmar que White estaba equivocado. Todos los comediantes que abrieron sus puertas a una extraña para que los entrevistase o sus bocas para conversar después de un show se interesaban en la disección de la rana humorística con perspectivas personales y únicas con las que trataban de comprender un fenómeno tan vasto: el cómo y el por qué funcionaba o no lo que hacían todas las noches. La rana, después de todo, no muere. Por el contrario, está cada vez más sana y fuerte.

7 Referencias bibliográficas

Angelini, Alejandro. *Comedia Zen*. Buenos Aires: De Los Cuatro Vientos, 2014.

Apatow, Judd. *Sick in the Head: Conversations about Life and Comedy*. Nueva York: Random House, 2015.

Aristóteles. *Poética*. Madrid: Gredos, 1974.
<http://www.ugr.es/~zink/pensa/Aristoteles.Poetica.pdf>

Ballarini, Connie. Publicación en Facebook. 29 de mayo de 2016.
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10154195620251944&set=a.10152169294696944.1073741830.755741943&type=3&permPage=1>

Buenaventura VII, Félix. Publicación en Facebook. 30 de octubre de 2015.
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10154677785748539&set=a.10150673876643539.404603.627118538&type=3&permPage=1>

Bergson, Henri. *La Risa*. Madrid: SARPE, 1985. https://ciier10.wikispaces.com/file/view/2.+Bergson_La+risa.pdf

Brown, Deborah. "What Part of 'Know' Don't You Understand?" *The Monist* 88, no. 1 (2005): 11-35. <http://www.jstor.org/stable/27903914>.

Campa, Ezequiel. Publicación en Instagram. 30 de junio de 2015.
<https://www.instagram.com/p/4iaBX1AHvZ/?taken-by=ezequielcampa>

Campa, Ezequiel. Publicación en Instagram. 5 de febrero de 2015.
<https://www.instagram.com/p/yunOAlAHoo/?taken-by=ezequielcampa>

Campa, Ezequiel. Publicación en Instagram. 3 de junio de 2014.
<https://www.instagram.com/p/ozhKVTgHio/?taken-by=ezequielcampa>

Carroll, Noël. "On jokes." *Midwest Studies in Philosophy* 16, no. 1 (1991): 280-301.

Carter, Judy. *The Comedy Bible: From Stand-up to Sitcom: The Comedy Writer's Ultimate How-to Guide*. Strawberry Hills, NSW: Currency Press, 2005.

Critchley, Simon. *On Humour*. Londres: Routledge, 2002.

Dean, Greg. *Step by Step to Stand-up Comedy*. Portsmouth, NH: Heinemann, 2000.

DesRochers, Rick. *The Comic Offense - from Vaudeville to Contemporary Comedy: Larry David, Tina Fey, Stephen Colbert, and Dave Chappelle*. 2014: Bloomsbury Books.

Díaz Virzi, Sabrina. "Stand Up: El Arte De Hacer Reír Solo Y Con Los Rollos Personales." *Clarín*, 6 de julio de 2011. http://www.clarin.com/entretenimientos/cine-y-teatro/arte-hacer-reir-rollos-personales_0_1334268326.html.

Encyclopædia Britannica Online, s. v. "Beat movement", accedido el 3 de julio de 2016, <https://www.britannica.com/art/Beat-movement>.

Fernández Morán, Roberto "Legal" "Del under De Los 80 Al Stand Up De Los 2000." *Stand Up Time!*, 8 de enero del 2014. <http://www.standuptime.com/del-under-de-los-80-al-stand-up-de-los-2000/>.

Figueroa, Nicolás. "Rodrigo González: De Escribir Teleseries Y Actuar En "Infieles" Al Festival De Viña Del Mar." *Teletrece*, 23 de febrero de 2016. <http://www.t13.cl/noticia/tendencias/vina-2016/rodrigo-gonzalez-escribir-teleseries-y-actuar-infieles-al-festival-vina-del-mar>.

Flores, Ana Beatriz. *Diccionario Crítico De Términos Del Humor Y Breve Enciclopedia De La Cultura Humorística Argentina*. Córdoba: Universidad Nacional De Córdoba, 2009. http://www.ffyh.unc.edu.ar/sites/default/files/e-books/EBOOK_DICCIONARIOCRITICO.pdf.

Freud, Sigmund. *El Chiste Y Su Relación Con Lo Inconciente*. Buenos Aires: Amorrortu, 1986.

Geist, William E. NEW YORKERS LEAVE 'EM LAUGHING OUT WEST. *The New York Times*, 18 de agosto de 1983, New York ed., Region sec. <http://www.nytimes.com/1983/08/18/nyregion/new-yorkers-leave-em-laughing-out-west.html>.

Gervais, Matthew, y David Sloan Wilson. "The Evolution And Functions Of Laughter And Humor: A Synthetic Approach." *The Quarterly Review of Biology*, 2005, 395-430.

Giora, Rachel. *On our mind: salience, context, and figurative language*. Nueva York: Oxford University Press, 2003.

Guber, Rosana. *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2001.

Helitzer, Melvin, y Mark Shatz. *Comedy Writing Secrets: The Best-selling Book on How to Think Funny, Write Funny, Act Funny, and Get Paid for It*. Cincinnati, OH: Writer's Digest Books, 2005.

Hobbes, Thomas. *Leviathan*. Oxford: Oxford's World Classics, 1998.

Hurley, Matthew M., D. C. Dennett, and Reginald B. Adams. *Inside Jokes: Using Humor to Reverse-engineer the Mind*. Cambridge, MA: MIT Press, 2011.

Kant, Emmanuel. *Crítica del juicio*. Madrid: Espasa-Calpe, 1977.

Keith-Spiegel, Patricia. "Early conceptions of humor: Varieties and issues." *The psychology of humor: Theoretical perspectives and empirical issues* (1972): 4-39.

Kuipers, Giseline. *Good Humor, Bad Taste: A Sociology of the Joke*. Berlín: Mouton De Gruyter, 2006.

Lerner, Michael. *Dry Manhattan: Prohibition in New York City*. Harvard University Press, 2007.

List of the most subscribed users on YouTube. In Wikipedia, The Free Encyclopedia. Consultado al 26 de Septiembre de 2014 de http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=List_of_the_most_subscribed_users_on_YouTube&oldid=627158380

Los De a Pie: Curso Secretos Del Stand Up En Montevideo. Montevideo Portal. 9 de septiembre de 2008. Accessed el 6 de junio de 2016. <http://www.montevideo.com.uy/auc.aspx?68333>.

Lynn, Jonathan. *Comedy Rules: From the Cambridge Footlights to Yes, Prime Minister*. Londres: Faber & Faber, 2011.

Marcovich, Violeta. "El Stand Up En Argentina Está Muy Verde" *Diario De Cuyo*, 9 de abril de 2016. http://www.diariodecuyo.com.ar/home/new_noticia.php?noticia_id=710541.

McCarthy, Tom. "Healthcare.gov Sees Traffic Boost from Obama Between Two Ferns Cameo." *The Guardian*. 12 de marzo de 2014. Accedido al 24 de noviembre del 2014. <http://www.theguardian.com/world/2014/mar/12/obama-between-two-ferns-healthcare-traffic-boost>.

McGraw, Peter, y Joel Warner. *The Humor Code: A Global Search for What Makes Things Funny*. Nueva York: Simon and Schuster, 2015.

Mean Girls. Estados Unidos: Paramount Pictures, 2004.

Morreall, John. *The Philosophy of Laughter and Humor*. Albany: State University of New York Press, 1987.

Morreall, John. *Comic Relief: A Comprehensive Philosophy of Humor*. Singapur: Wiley-Blackwell, 2009.

Nesteroff, Kliph. *The Comedians: Drunks, Thieves, Scoundrels, and the History of American Comedy*. Nueva York: Grove Press, 2015.

Oxford Dictionary. "Meme". <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/meme>.

Palmer, Jerry. *Taking Humour Seriously*. Londres: Routledge, 1994.

Pavis, Patrice. *Dictionary of the Theatre: Terms, Concepts, and Analysis*. Toronto: University of Toronto Press, 1998.

Pepitone, Julianne. Louis C.K. Tops \$1 Million in Sales of \$5 Comedy Special. *CNN Money*, 22 de diciembre de 2011. http://money.cnn.com/2011/12/22/technology/louis_ck_million/.

Ponce, Fausto. Ricardo O'Farrill: el Debut Del Stand Up Mexicano En Netflix. *El Economista*. 11 de febrero de 2016. Accedido el 6 de junio de 2016.

<http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2016/02/11/ricardo-o-farrill-debut-stand-up-mexicano-netflix>.

Raskin, Victor. *Semantic Mechanisms of Humor*. Dordrecht: D. Reidel Pub., 1985.

Ritchie, David. "Frame-Shifting in Humor and Irony." *Metaphor and Symbol* 20, no. 4 (2005): 275-94. doi:10.1207/s15327868ms2004_3.

Sacks, Mike. *And Here's the Kicker: Conversations with 21 Top Humor Writers on Their Craft*. Cincinnati, OH: Writer's Digest Books, 2009.

Sacks, Mike. *Poking a Dead Frog: Conversations with Today's Top Comedy Writers*. Nueva York: Penguin, 2014.

Saussure, Ferdinand. *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Editorial Losada, 1945.

Schopenhauer, Arturo. *El mundo como voluntad y representación*. Madrid: Trotta, 2003.

Selci, Guillermo. *Stand Up: Técnicas, Ideas Y Recursos Para Armar Tu Monólogo Humorístico*. 4° edición. Buenos Aires: Galerna, 2012.

Shenton, Andrew K. "Strategies for ensuring trustworthiness in qualitative research projects." *Education for information* 22, no. 2 (2004): 63-75.

Schupak, Amanda. "Virtually Famous". *Forbes*, 17 de junio del 2006.

Sikka, Puneet. "Why YouTube's Following Netflix: Focusing on Original Programming". *Yahoo Finance*. 25 de mayo del 2016. Accedido el 6 de junio de 2016. <http://finance.yahoo.com/news/why-youtube-following-netflix-focusing-130718523.html>.

Simkin & Franco. "Stand Up Argentino... Otra Vez." Gacetilla de prensa, 3 de enero de 2006. Simkin & Franco. http://www.simkin-franco.com.ar/web/c_vergacetilla.asp?Id=205&Idgace=404.

Simonetti, Federico. Publicación de Instagram. 16 de junio de 2016. <https://www.instagram.com/p/BGuscRFnalx/?taken-by=fedesimonetti>

Simonetti, Federico. Publicación de Instagram. 25 de febrero de 2014. <https://www.instagram.com/p/k0wJlgnall/?taken-by=fedesimonetti>

Smuts, A. (n.d.). Humor. Consultado al 27 de septiembre, 2014, de Internet Encyclopedia of Philosophy en <http://www.iep.utm.edu/humor/#SH2e>

Spangler, Todd. "NBCU Sets 'Seeso' Comedy Subscription VOD Channel Launch". *Variety*. 15 de diciembre del 2015. Accedido el 6 de junio de 2016. <http://variety.com/2015/digital/news/nbcu-seeso-comedy-subscription-vod-launch-1201618701/>.

Spencer, Herbert. "The physiology of laughter." *Illustrations of universal progress: A series of discussions*. (1875): 194-209.

Stanley, T.L. "How Between Two Ferns Landed Obama." *AdWeek*. 22 de junio de 2014. Accedido al 24 de noviembre del 2014. <http://www.adweek.com/news-gallery/advertising-branding/how-between-two-ferns-landed-obama-158496>.

Stott, Andrew McConnell. *Comedy*. Nueva York: Routledge, 2005.

Vasilachis de Gialdino, Irene. "La investigación cualitativa.", *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa (2006): 1-22.

White, E. B., y Katharine Sergeant Angell White. *A Subtreasury of American Humor*. Nueva York: Coward-McCann, 1941.

Weems, Scott. *Ha!: The Science of When We Laugh and Why*. Nueva York: Basic Books, 2014.

Zoglin, Richard. "A History of Stand-Up Comedy: TIME's Richard Zoglin Narrates the Rise of a Unique American Art Form." Audio. Diciembre 2008. *TIME*. <http://content.time.com/time/audioslide/0,32187,1871517,00.html>.

Zoglin, Richard. "Stand-up Comedy." *Encyclopædia Britannica*. 12 de mayo del 2016. Accedido el 25 de mayo del 2016. <http://www.britannica.com/art/stand-up-comedy>.



8 ANEXO I: Pautas de entrevista

¿Cómo empezaste a practicar comedia?

¿Cómo armaste tu primer material?

¿Cómo es tu proceso actual de armar material? ¿Difiere de cómo armaste el primero?

¿Es parecido el proceso de armar material para otros comediantes?

¿Qué tenés en cuenta a la hora de escribir?

¿Cómo decidís que algo es gracioso?

¿Qué conforma lo gracioso?

¿Hay trucos, reglas, o palabras que inciten especialmente la risa?

¿Difiere entre públicos aquellos que causa gracia?

¿Por qué algo es gracioso de una forma, pero de otra forma no lo es?

¿Qué crees que provoca la risa?

¿De qué se ríe la audiencia cuando se ríe?

¿Qué necesita un chiste para ser un chiste?

¿Qué hace gracioso un chiste?



Universidad de
San Andrés

9 ANEXO II: Descripción de los entrevistados

María Virginia “Bimbo” Godoy es locutora, actriz y comediente. Fue panelista en el *late night* conducido por Robert Pettinato, *Un Mundo Perfecto*. Empezó a tomar clases de teatro a los 16 años, ámbito en el cual conoció la comedia. Empezó a hacer Stand Up en el 2011. Fue invitada por Comedy Central a participar de sus grabaciones en los ciclos *Comedy Central Presenta*, *#STANDUPARTY*, y *Stand Up en Comedy*. Actualmente es parte del elenco de *Harina*. Bimbo recomendó ponerme en contacto con Félix Buenaventura, quien según ella es la persona que más sabe de comedia en Argentina.

Félix Buenaventura VIII es un comediente y payaso. Su trabajo en la industria durante los últimos 12 años lo ha llevado a actuar en Argentina, y España, y a realizar presentaciones en Irlanda, Italia, Portugal, Alemania, Uruguay y Chile. Fue invitado por Comedy Central a participar de cinco ciclos: *Stand Up Sin Fronteras*, *Comedy Central Presenta*, dos ediciones de *#STANDUPARTY* y *Stand Up en Comedy*. Fue invitado por Paramount Comedy, ahora Comedy Central España, a participar de su ciclo *Open Mike*. Fue invitado como orador a una charla TEDx. Como actor, tuvo roles en MTv, Cosmopolitan Tv, y publicidades. Desde el 2014 es el maestro de ceremonias de la Jam de Comedia, un ciclo semanal gratuito en el Club Cultural Matienzo que reúne a audiencias de más de 200 personas todos los martes por la noche. Ha tenido cuatro unipersonales de una hora. Además de su actividad prolífica como comediente de Stand Up, por la cual es reconocido como un referente de la comedia alternativa en el circuito, estudió para payaso y bufón con más de 10 profesores en distintos países de Europa, algunos de los cuales son parte de Cirque du Soleil. También se desarrolla como docente de Stand Up en cursos iniciales, cursos de perfeccionamiento, y coaching. Félix recomendó entrevistar a Federico Simonetti y Ezequiel Campa, con quienes comparte el ámbito de trabajo desde hace diez años. Félix y Federico comparten productor, Francisco Urdampilleta, quien recomendó se entrevistara a Alejo De Santis para añadir variedad de enfoques, así como facilitó el contacto de Diego Vignolo.

Federico Simonetti es comediente y locutor, de formación en periodismo y ciencia política. Empezó haciendo humor en radio en el año 2004 y comenzó a desempeñarse en el Stand Up en el 2006. Estudió teatro, clown, improvisación, bufón, pantomima, teatro de máscaras y teatro cómico. Realizó tres giras por España, y ha actuado en Chile, Uruguay y el interior de la Argentina. Fue invitado por Comedy Central a participar de cinco ciclos: *Stand Up Sin Fronteras*, *Comedy Central Presenta*, dos ediciones de *#STANDUPARTY* y *Stand Up en Comedy*. Ha tenido cinco unipersonales de una hora. Actualmente presenta uno de ellos, *Asegura tu futuro*, en dos funciones semanales en Absinth, y estrenó uno de tenor político, *Garca's Paradise* el 30 de junio en Sala Crash. Como Félix, es docente de Stand Up para inicial, perfeccionamiento y coaching. Federico sugirió y facilitó las entrevistas a Rodrigo Vásquez Mena y León Murillo, así como facilitó bibliografía útil.

Alejo De Santis es comediente, enfermero, y docente. Comenzó a practicar Stand Up en el 2008, a los 38 años. Se caracteriza por un estilo conversacional y experiencial en sus

actuaciones. Provee servicios de coaching en presencia escénica para comediantes. Se presentó en Uruguay y realizó giras por el interior del país. Actualmente organiza y presenta el ciclo *Living*.

Javier Lopez es comediante. Luego de una trayectoria en la comedia como parte de un grupo de improvisación, se convirtió al Stand Up en el 2013. Actualmente lleva adelante su primer unipersonal semanalmente en Absinth. Fue abordado tras una grabación de su material en ese mismo club de comedia, donde su presentación se destacó por sobre la de profesionales con muchos más años de experiencia.

Ezequiel Campa es actor y comediante desde hace 12 años. Es conocido por sus papeles en *Guapas*, *Todos Contra Juan*, y su colaboración extensa a través de los años con Malena Pichot. Ha actuado como Stand Up en Argentina, Uruguay, Chile y Estados Unidos. Fue invitado por Comedy Central a participar de cinco ciclos: *Stand Up Sin Fronteras*, *Comedy Central Presenta*, dos ediciones de *#STANDUPARTY* y *Stand Up en Comedy*. En este último se le dedicó un programa entero a su material, con el cual comenzaron la temporada. Actualmente realiza su unipersonal *Campa* en Velma Café viernes y sábados, y presenta el podcast más escuchado de Argentina, *Ezequiel está en la Hierba*.

Rodrigo Vásquez Mena es un comediante y rapero chileno. Inicialmente se entrenó como actor. Realizó su primer curso de Stand Up con Alejandro Angelini en Buenos Aires. Actúa regularmente en Chile, Argentina y Uruguay. Fue invitado por Comedy Central a participar de su ciclo *Comedy Central Presenta*. Fue entrevistado por Alejandro Angelini para su libro *Comedia Zen*. Conduce un podcast de comedia popular en Chile.

León Murillo es de formación guionista e introdujo el Stand Up en Chile hace diez años. Poco tiempo después comenzó a guiar talleres de la disciplina. En el 2015 fue galardonado con los mayores premios en el Festival de Viña del Mar, donde fue descrito como “El secreto mejor guardado del humor”. Actualmente se encuentra de gira por Chile.

Diego Vignolo es un comediante uruguayo. Comenzó en el humor como letrista de murga. En el 2008 tomó los dos primeros cursos de Stand Up con Alejandro Angelini, y es el único de los alumnos que se mantiene en la práctica. Se desempeña como docente Stand Up para inicial, perfeccionamiento y coaching. Actualmente está realizando una gira por Uruguay, Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, y Nicaragua.