

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

***Análisis de contenido del Stand Up Mexicano en el canal de
YouTube del canal Comedy Central***

Autor: Jetzaú Soto Arriaga

**Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

**Nombre del asesor:
César Amando Chávez Mendoza**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“Análisis de contenido del Stand Up Mexicano
en el canal de YouTube del canal Comedy Central”

TESIS

Que para obtener el título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA

JETZAÚ SOTO ARRIAGA

ASESOR

MTRO. CÉSAR AMANDO CHÁVEZ MENDOZA

CLAVE: 16PU0012S

ACUERDO: LIC070814

MORELIA, MICHOACÁN

AGOSTO, 2020

Contenido

Introducción	i
Planteamiento de la Investigación Antecedentes	v
Justificación	xii
Preguntas de Investigación.....	xiv
Objetivos.....	xiv
Objetivo General	xiv
Objetivos Particulares	xiv
Supuesto de Investigación	xv
Definición conceptual de nuestro supuesto	xv
Operacionalización del supuesto	xvi
Capítulo I Lenguaje, Comunicación y Discurso	1
1.1. Lenguaje	1
1.1.1. Desarrollo del lenguaje.....	3
1.1.2. Funciones del lenguaje.....	8
1.1.3. Forma y sustancia del signo	10
1.2. Comunicación	12
1.2.1. La comunicación humana	12
1.2.2. El proceso de comunicación.....	13
1.2.3. Tipos de comunicación.....	15
1.3. Discurso	17
1.3.1. Comunicación y Discurso	17
1.3.2. Lenguaje y Comunicación	20
1.3.3. Transmisión Cultural y Oralidad.....	22
1.3.4. Partes del discurso	23
Capitulo II Comunicación e internet.....	26
2.1. Comunicación en la era de las TICS	26
2.1.1. Comunicación y Discurso en tiempos de TIC	26
2.1.2. Sociedad de la información, Sociedad del Conocimiento	29
2.1.3. Medio y Referencialidad	31
2.1.4. Las TIC como cambio acelerado.....	33

2.2. La irrupción de las redes sociales en internet.....	35
2.2.1. El impacto de internet en la vida diaria	37
2.2.2. Oportunidades de comunicación que ha traído internet.....	40
2.2.3. Internet y la cultura.....	40
2.3. De consumidores a productores de contenido	42
2.3.1. Tecnologías de la libertad, la sociedad red y la cultura de la autonomía	42
2.3.2. La individualización es el proceso fundamental para constituir sujetos.....	43
2.3.3. Oportunidades de comunicación que ha traído internet.....	46
Capítulo III De la comedia al Stand Up	47
3.1. ¿Cuál es el chiste?.....	48
3.2. El humor político ¿La mayor crítica de todo régimen?	54
3.3. La crítica en el cine de comedia	58
3.4. Construcción de un imaginario social	64
3.5. El <i>Stand Up</i> , la evolución del humor.....	68
3.5.1. Origen y desarrollo del Stan Up	68
3.5.2. ¿Qué es el Stand Up Comedy?	71
4.1. Qué es el análisis de contenido	75
4.2. Componentes del análisis de contenido.....	82
4.2.1. El personaje.....	82
4.2.2. El espacio escénico.....	84
4.2.3. El público.....	86
4.3. Reglas de codificación del discurso.....	88
4.3.1. ¿Qué dicen?	91
4.3.2. ¿Cómo lo dicen?.....	92
5.1. Análisis de los personajes de los standuperos mexicanos.....	97
5.1.1. Carlos Ballarta	99
5.1.2. Franco Escamilla.....	102
5.1.3. Daniel Sosa	105
5.1.4. Alexis de Anda.....	108
5.1.5. Ricardo Ofarril	111
5.2. Análisis del espacio escénico de los standuperos en México	114

5.3. Análisis de contenido de los standuperos	116
5.3.1. El público de Ballarta.....	117
5.3.2. El público de Escamilla	118
5.3.3 El Público de Daniel Sosa	119
5.3.4 El Público de Alexis de Anda	121
5.3.5 El Público de Ricardo O’Farrill	123
Conclusiones	125
Bibliografía	130
Anexo1 Fichas de los videos.....	135
Anexo 2. Transcripción y análisis de los monólogos	140
Daniel Sosa	140
Carlos Ballarta.....	143
Franco Escamilla	148
Alexis de Anda	151
Ricardo O’farril	154

Introducción

La presente investigación planteó analizar los vídeos en los que diversos standuperos mexicanos socializan su trabajo por medio de la plataforma de YouTube. En este trabajo analizamos sus contenidos para encontrar por qué al público mexicano le gusta el stand up, para ello se estudiaron las propuestas comunicativas de diferentes standuperos, llegando a una gran cantidad de temas, tanto familiares, económicos, sociales, bullying, como también de política, racismo, salud y género sexual.

Se calificó a cada tema por cuantas veces se menciona en el video y por standupero, sumando en general cuantas veces se habló del mismo tema en los diferentes monólogos. Se tomaron capturas de pantalla y se transcribieron los diálogos y valorándolos en función con los cuales las audiencias rieron más. En lo cual encontramos que los temas más fuertes, como bullying, sexualidad y género, son los temas que les agradan a las audiencias jóvenes.

Para el análisis de contenido nos apoyamos principalmente en el trabajo de Jaime Andréu Abela (2018), Julieta Aidar (1998) y Klaus Krippendorff (2003) con las tablas de consistencia sistema de codificación, en las cuales anotamos los temas abordados por los standuperos y les pusimos una calificación a los que más repetían y tenían más relevancia en el monólogo.

Los temas principales fueron racismo, bullying, género y sexualidad, con la suma del puntaje de cada autor, más la suma de todos los autores que hablaban de cada uno de estos temas, se llega a la conclusión de que a los jóvenes no les importa el sufrimiento de los demás y que si un líder de opinión relata lo que vivió, el público le genera gracia y empatía.

En cuanto a la estructura de esta tesis, se dividió en tres capítulos teóricos que permitieron exponer de manera sustancial la revisión de la literatura realizada para este trabajo, un capítulo en el que se exponen detalladamente la metodología empleada y los resultados encontrados. Así como la discusión de los mismos y la presentación de conclusiones.

El Capítulo I Lenguaje, Comunicación y Discurso nos habla sobre los objetivos esenciales del enfoque lingüístico, que es generar aportes para evitar problemas en torno al lenguaje en los países hispanicos, esta problemática incluye aspectos relacionados con actitudes lingüísticas, competencia lingüísticas y métodos de enseñanza, del modo en el que hablamos o queremos transmitir un mensaje para que este no sea mal interpretado por la audiencia a la cual nos queremos dirigir y causar cierto impacto con el discurso. También se dice que desarrolla contenidos lingüísticos y discursivos, interrelacionadas con el fin de lograr una complejidad y aplicación fundamentada de tal contenido, en lo que corresponde a la comprensión y producción discursiva mediática de los estudiantes en esta ocasión el público joven.

Este enfoque se orienta al área de requerimientos lingüísticos y discursivos exigidos a los comunicadores sociales para el ejercicio de la profesión, en cualquier área de los medios de comunicación, En la cual también se encuentra la influencia lingüística de los comunicadores sociales activos en la comunidad hablante y por otro lado, el poder social ejercido por los discursos mediáticos de los usuarios a sus audiencias.

Dicho esto, la sintaxis se expresa de la manera en la que especifica las condiciones, las reglas de los enunciados que estén en buenas condiciones, y la semántica muestra las condiciones como la referencia de los enunciados para que estos sean muy bien interpretados y puedan llegar los mensajes a la audiencia para que sean fácil de razonar. El significado de una oración se denomina, a grandes rasgos, “proporción.” Por la regla general, la preposición se caracteriza como algo que puede ser verdadero o falso. De tal manera que los standuperos deben de encontrar la forma de transmitir un mensaje donde el público crea que lo que están diciendo es verídico y no falso, de esta manera es como un standupero se consagra en el escenario y crea cierta expectativa en el público.

El Capítulo II La influencia de internet en la producción y el consumo de cultura: YouTube explica que el internet es la nueva tecnología decisiva de la era de la información del mismo modo que

el motor eléctrico fue la línea de la transformación tecnológica durante la era industrial. Esta red global de redes informáticas que actualmente opera sobre todo a través de plataformas de comunicación inalámbricas, nos proporciona la propagación de una comunicación multimodal e interactiva en cualquier momento y libre de límites. El cual ha hecho que los standuperos puedan generar contenido a diario y lo suban a su canal de YouTube, teniendo más de medio millón de visitas al mes generando un impacto social muy fuerte.

En 1996 se calculó por primera vez el número de usuarios de internet, con un resultado de 40 millones. En 2013 ya eran más de 2,500 millones, la mayoría son residentes en China. En el actual año se registra 7,500 millones de visitas a internet las cuales la mitad las genera YouTube, La velocidad y el alcance de la transformación de las comunicaciones como consecuencia de internet y de las redes inalámbricas han creado una gran diversidad de ideales en todo el mundo. De tal manera que la información que se transmite en la plataforma y en cada canal de un *standupero*, va dirigido a cierto público, y esto es lo que hace que generen los contenidos para cada sector de sus suscriptores.

El Capítulo III Comedia y *Stand Up* relata los orígenes de la comedia de la época de oro del cine nacional, podemos encontrar en la colonia, con figuras arquetípicas de la sociedad de esa época, las cuales encontraron un lugar en la fama de todos los artistas surgidos en los teatros y circos, quienes protagonizaron historias llenas de aguda ironía, crítica social y política. Tin Tán, Clavillazo, Resortes, fueron personajes, provenientes de los barrios bajos, así que se convirtieron en la voz de la sociedad. Estos tres personajes “Querían divertir, pero también criticar a las autoridades, al gobierno” Con dicha comedia dieron paso para crear diferentes estilos de comedia, como guerra de chistes, escenarios para contar chiste o relatar comedia, donde se presentaba Polo Polo, Teo González, Roberto Gómez Bolaños, Miguel Galván, Entre otros.

Aunado a esto, la nueva generación incursionó en el *Stand Up Comedy*, el cual es un estilo de comedia que tiene denominación de origen en los Estados Unidos. Sus primeros antecedentes los podemos encontrar con aquellos locutores de radio, quienes adaptaban del vodevil al entonces

nuevo medio algunas de sus rutinas. Jack Benny, Fred Allen y Bob Hope iniciaban sus programas de radio con un monólogo cómico en el que hablaban de los temas de actualidad, pero también de los temas más variados, basados en la comedia observacional y sobretodo anclados en las vivencias del día a día relatadas en primera persona, con una visión profundamente personal, con esto, ellos cimentaron las bases de lo que hoy conocemos como *stand up Comedy*.

Todo esto nos lleva a los mexicanos los cuales estamos acostumbrados a reírnos del otro, pero nunca de nosotros mismos, del poderoso, del rico, del tonto. Pero esto ha cambiado desde que el *standupero* relata los casos en los cuales ha estado involucrado de una forma graciosa lo cual hace que genere catarsis con su público y se rían de lo que tal vez a ellos alguna vez les ha sucedido también. Y lo magnifico del *stand up* es que estos pueden brincar de un tema a otro a lo largo de sus monólogos, al igual que cualquier literato, regresan a los temas que los obsesionan, además de que el abordaje de cada aspecto de sus vivencias va permeado por una carga sociológica. De lo que lo hace espectacular siempre.

Por último, en cuanto a los resultados encontrados y que se detallan puntualmente en el apartado de conclusiones, podemos señalar que a los jóvenes mexicanos les interesan más los temas de discriminación, racismo, clasismo, pasatiempos, amigos y sexualidad, a los temas de política, vida adulta, familia y género, que nos hace pensar que disfrutan más este tipo de comedia por la impresión de que son temas más relevantes y de interés público por qué es lo que les sucede a diario. Y si lo enfocamos a los temas relevantes como la política son temas de los cuales los jóvenes ya están hartos de escuchar la misma historia de siempre.

Planteamiento de la Investigación Antecedentes

Existen estudios como el de Moreno Acosta, (2015), el de Ávalos Rivera (2015), el de Tapia Fontes (2015) o el de Tello Cháirez (2014), que hablan del fenómeno de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) en cuanto a su papel al momento de generar contenidos y difundir mensajes a grandes audiencias muy bien segmentadas. Nosotros pensamos que si bien estos trabajos presentados en los congresos de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) no tratan directamente a la sátira política presente en el "Stand Up" mexicano, son un referente del conocimiento que se ha generado en torno a las redes sociales en internet como una plataforma multimedios para la transmisión de mensajes, en nuestro caso, la propagación del "Stand Up" por medio del internet.

Entrando en materia del humor y el discurso en los contenidos virtuales, se consultó el trabajo de Heredia Giraldo (2016) sobre el uso de YouTube para la difusión de protestas sociales por medio de la comedia. Artículo derivado de la tesis de maestría del autor sobre lingüística y español de la Universidad del Valle en Colombia, en la que se estudiaron los discursos presentes en tres videos que aludían al conflicto entre el gobierno y un colectivo de estudiantes universitarios de la Mesa Amplia Nacional Estudiantil (MANE) por la reformar de una ley. Para este autor, la red social YouTube es considerada un recurso simbólico para la construcción, reproducción, transformación e interpretación de cultura.

"YouTube es una plataforma mediática cuyas dinámicas la pueden ubicar en un marco de orden democrático. Su fácil acceso, bien sea como espectador o como productor de contenidos, ha permitido múltiples transformaciones en la cultura. No solo ha transformado la manera en que la música es adquirida, sino además ha posibilitado la construcción de nuevas identidades (tuiteros, blogueros, youtubers, etc.). La pluralidad de informaciones hace de YouTube un recurso sin parangón en el siglo XXI." (Heredia Giraldo, 2016, págs. 89-90).

Nosotros consideramos que la aportación de Heredia Giraldo a nuestra investigación se da en la medida en que presenta una aproximación a la red social YouTube como un elemento

fundamental de las nuevas formas de comunicación actual, donde los usuarios son productores y consumidores de contenidos. De hecho, según un estudio de YouTube, en México se suben ocho horas de contenido en esta red social por minuto (César, 2017).

Por lo que refiere a la parte del humor, se encontró la reseña del libro de Tomás Várnagy “Proletarios de todos los países... ¡Perdonadnos!” de Hernando Gómez (2016), donde se analiza el papel del “chiste clandestino” en los regímenes soviéticos y como estos se convirtieron en un factor de deslegitimación del propio régimen, a la vez que se establecían como un medio alternativo para obtener información al margen de los medios oficiales y la censura ejercida por el propio Estado.

“Los chistes hacían constante referencia a la brecha entre la propaganda y la realidad concreta, reflejando una doble vida que diferenciaba claramente lo público de lo doméstico. Con esos chistes, se pretendía mostrar las incongruencias y distorsiones en un mundo dicotómico entre la ideología oficial dominante y las circunstancias materiales reales, produciendo una risa liberadora de las constricciones, pues se revelaban las contradicciones entre ambas esferas.” (Hernando Gómez, 2016, págs. 446-447).

Pensamos que el trabajo de Hernando Gómez (2016) es importante para nuestro estudio al tratar el papel del humor como crítica social y como una forma de mostrar las incongruencias y las distorsiones que existían entre la propaganda oficial y la realidad. Por otro lado, el libro de Várnagy (2016), se convierte en un elemento de suma importancia para esta investigación en la medida que realiza un profundo análisis de las teorías del humor, la risa y el chiste. Iniciando con la revisión del pensamiento occidental en el Antiguo Testamento y la tradición clásica helénica (la risa homérica, las comedias de Aristófanes y la filosofía), para finalmente llegar al “chiste político clandestino” como una expresión de libertad en los gobiernos totalitarios.

Otro texto que aborda el tema de la sátira política, es la reseña del libro de María Renderos “5 en humor”, en este texto, Arias (2008) habla de la seriedad que existe en el humor político. Forma

de expresión que, de ser ejercida con independencia del poder político, se convierte en un documento invaluable para indagar en el pasado y entender el presente de los países. De acuerdo con el autor, desde siempre el humor ha permitido que se digan cosas muy duras y que éstas estén tematizadas por lo que sucede alrededor y se cree un ingenioso juego de palabras. Para el caso latinoamericano siempre se trató de un oficio duro:

“A todos ellos [humoristas políticos] los censuraron de una u otra forma y a tres de ellos nada menos que en El Tiempo, un periódico que al menos en el papel dice defender los principios liberales. A Rendón, por asumir un papel crítico frente al gobierno de Enrique Olaya Herrera, el primer presidente liberal luego de la Hegemonía Conservadora. A Klim, por señalar las irregularidades del presidente Alfonso López Michelsen. Vladdo sencillamente se fue de El Tiempo porque le cambiaron el texto a una caricatura.” (Arias, 2008, pág. 111).

Respecto a esto, Arias (2008) hace hincapié en lo trágico del oficio de hacer comedia política, recordando el caso de humoristas colombianos que perdieron la vida de manera violenta por hacer reír al público con sátira política. Para el caso de México, la sátira política y la comedia política son un género muy popular, donde destaca el trabajo de distintos pioneros en el medio. Particularmente se destaca el caso de Mario Fortino Alfonso Moreno Reyes “Cantinflas”, conocido como el mimo de México, siempre tuvo aspiraciones políticas. Intentó en repetidas ocasiones ser el máximo líder de la Asociación Nacional de Actores (ANDA) de México, intentos que fracasaron una y otra vez frente al mucho más popular Jorge Negrete (Santa Cruz, 2014).

Su particular forma enredada de hablar y de no decir nada con una gran cantidad de palabras fue una forma de interpretar las luchas verbales de los políticos mexicanos, en aquel entonces protagonizadas no sólo por los presidentes, diputados y gobernadores, sino también por personajes como Luis N. Morones y Lombardo Toledano, creadores, estos últimos del sindicalismo mexicano del siglo XX.

No es fácil entender de qué manera su experiencia política transformó su discurso y la narrativa de sus filmes. En los cuales su tono fue cada vez más político y moralizante, pareciendo en

ocasiones como si estuviera siempre en campaña. Hablaba sobre la burocracia, recitaba algunos mensajes de la teología de la liberación, interpretó a un heroico policía en dos ocasiones, a un candidato a diputado, a un barrendero y a una serie más de oficios que repetían estereotipos y fórmulas gastadas que a pesar de todo seguían haciendo reír al público mexicano.

“El Sr. Mario Moreno tuvo dos últimas entrevistas donde aseguraba categóricamente que su personaje era ‘muy humano’ y por eso todas sus películas tenían ese mensaje social. Mario Moreno y Cantinflas, que son lo mismo, sueñan en que haya un mundo más humanizado, donde podamos vivir en paz y con tranquilidad todos los seres del mundo...” (Santa Cruz, 2014).

Una aportación interesante a la presente investigación fue la tesis de Karina Guadalupe Olguín Allende (2006) titulada “El Privilegio de mandar: Análisis de recepción de la comedia política mexicana” de la Universidad de las Américas de Puebla, en la que se abordó la relevancia de la televisión como medio de comunicación masivo. Respecto a esto, nosotros pensamos que, para el contexto de la política mexicana, los medios de comunicación y en especial la televisión han jugado un papel muy importante en las elecciones, sin embargo, esta relación no se ha caracterizado por su crítica al sistema político. Por el contrario, las grandes compañías como Televisa y Tv Azteca, han tenido un papel preponderantemente censor de los temas políticos que puedan resultar controversiales o de programas que quisieran caricaturizar a la política nacional.

“El Privilegio de mandar’, un programa de manera satírica parodio del 3 de enero de 2005 al 9 julio de 2006 las noticias relacionadas con la carrera presidencial del 2006. Durante sus 19 meses de duración, el exitoso programa alcanzaría un rating inicial de 24.6 puntos a nivel nacional, manteniéndose con una cuota de más de 20 millones de personas, superando ampliamente a los noticieros y telenovelas con las que competía en el horario de las 10:00 PM.” (Olguín Allendes, 2006 , pág. 15).

El trabajo realizó un análisis de contenido de la propuesta de televisión producida por Carla Estrada y Reynaldo López. Centrando sus esfuerzos en el polémico último capítulo de esta serie, proyectado una semana después de las elecciones presidenciales donde se presentó una fuerte

crítica al candidato Andrés Manuel López Obrador por no reconocer los resultados electorales del IFE. Por su parte, el equipo de campaña de López Obrador se quejaría públicamente por lo que consideraron una intervención ilegal en el proceso electoral al presentar una imagen falsa del candidato que lo exhibía como una persona autoritaria.

Esta investigación de Olguín Allende busca explicar la aparición de un programa televisivo como este a partir de lo que denomina el “El Foxismo”, recopilando gran cantidad de información del sexenio de Vicente Fox Quezada, hechos que marcaron una tendencia de disminución en la censura que se ejercía en las cadenas televisivas. Pese a las altas expectativas que se tenían del nuevo presidente no priista, quedó a deber en su mandato, sus votantes perdieron la fe en él y su credibilidad se fue por los suelos. Uno de sus grandes fracasos fueron las reformas más importantes que había planteado para su mandato, Como era la Reforma Fiscal, Energética y Laboral. Estas reformas no se pudieron llevar a cabo, por la negativa del Poder Legislativo de oposición priista (Schettino, 2014).

Respecto a esto, nosotros pensamos que durante su gestión enfrentó una gran oposición al intentar construir un nuevo aeropuerto en Texcoco, Estado de México, marcando con ello el estilo de su administración, la parálisis gestiva originada por conflictos con la oposición, grupos de interés y de la sociedad civil. Recordado por el enfrentamiento que sostuvo con el entonces jefe de gobierno de la capital del país, Andrés Manuel López Obrador en el episodio conocido como “el desafuero” y por pifias verbales que lo llevaron a llamar “lavadoras de dos patas” a las mujeres, señalar que los inmigrantes mexicanos realizaban trabajos en Estados Unidos “que ni los negros querían hacer” o mencionar que “los gobiernos del pasado nos tomaron el pelo como a viles chinos.” en relación a los gobiernos priistas (Olguín Allendes, 2006).

“Uno de los principales logros del gobierno foxista fue la apertura en los medios de comunicación, que había comenzado en el sexenio de Ernesto Zedillo, pero que se consolidó en el gobierno foxista. Antes de estas fechas, los medios de comunicación tenían prohibido difundir ‘noticias, mensajes o propaganda de cualquier clase que sean contrarias a la seguridad del Estado o el orden público.’ (Olguín Allendes, 2006 , pág. 17).

En la tesis de Olgúin Allende (2006), se hace una referencia sobre la sátira, donde menciona que se trata de un texto literario en donde se hace una ridiculización y desprecio de las pasiones humanas al exponerlas, este no se caracteriza como un concepto como tal, pero si como una referencia, también la identifica como un cierto tipo de obras literarias así como la técnica para realizarlas y finalmente, como el manejo del sarcasmo la ironía y el ridículo tanto en lo escrito como en lo hablado para realizar una denuncia y exposición de las imperfecciones sociales de cualquier tipo.

Al hablar de la investigación sobre sátira política, se encontró la tesis doctoral de Zavitsanou Theofylakti (2016) titulada “El humor como recurso de opinión y crítica en la prensa contemporánea griega y española.” de la Universidad Pompeu Fabra. En la que se abordó el tema de la presencia del discurso Humorístico en los medios de comunicación de las sociedades occidentales contemporáneas, señalándole como una práctica discursiva extendida y recurrente que, según el contexto mediático, agrupa diferentes temáticas. Destacando la presencia de los temas políticos.

La presencia del discurso humorístico en los medios de comunicación de las sociedades occidentales contemporáneas, como lo es en discursos políticos o temas relevantes que han pasado en los países ha tenido una marcada referencia con sátira política. En las democracias, esta se encuentra presente en cada medio de comunicación (Periódicos, Radio, Televisión, Internet, etc.) como un elemento fundamental de la vida y las libertades políticas de las personas.

Respecto a esto, y de acuerdo con Theofylakti (2016, 55) el humor griego político, es como los demás discursos humorísticos de la misma temática, que son producidos en el marco de los medios de comunicación en los que constituyen un referente en base a la sátira política, donde también hablan sobre la economía, lo social y lo político, con esto buscan obtener la atención del público, ya sea lector, radioescucha o televidente, para que de esta manera contribuyan con su opinión en su país y ciudad, para que sepan que es lo que sucede donde viven.

Respecto a esto, nosotros pensamos que la sátira política hace que la sociedad civil vuelva a prestar atención a la política y constituyen un nuevo elemento de socialización y politización de los ciudadanos, mientras que, de esta forma, hacen que valoren más su elección de un partido político. Finalmente, no es posible hablar de estudios de humor sin retomar el caso del semanario francés Charlie Hebdo, del cual Bernard-Henri Lévy (2015) escribió “19 tesis sobre 'Charlie Hebdo'” como una forma de recapitular la relevancia de los medios de sátira política para la democracia. En ella encontramos que, si hacía sátira política, en la cual no tenía piedad en comentar sobre lo que sucedía en su país y en el mundo, pero tenía cierto respeto a los temas de suma importancia como el tema de los musulmanes, que existe gente que creen honrarlos por la vía del asesinato, o sobre los atentados terroristas de las Torres Gemelas en Estados Unidos. Henri Bernard (2015, pág. 100)

Para Lévy (2015) hay caricaturas que estigmatizan y hay caricaturas que emancipan y las críticas al extremismo de origen islámico eran algo que el semanario francés simplemente no podía dejar de lado. Con temas contundentes donde no importaba si quienes los leía estaba de acuerdo o no con el argumento, pero siempre exponiendo una fuerte opinión mediante la sátira política y que conforme pasó el tiempo llegó a reunir millones de seguidores y detractores que terminaría trágicamente con el atentado del 7 de enero de 2015 en sus oficinas centrales que dejaría 12 muertos y 11 heridos a manos de dos hombres enmascarados. Respecto a esto, nosotros pensamos que al escuchar lo que comentaba, aunque no se librara de quienes lo odiaban por los temas que exponía, tanto así era su calidad que políticamente lo mataron, por exponer temas relevantes como el integrista, terrorismo, libertad de expresión y creencia. Este fue asesinado en el año 2015.

Justificación

El canal de YouTube es la plataforma de difusión más importante de medios alternativos de la actualidad, ello debido a la preferencia que los jóvenes tienen por dicho medio (Esteve, 2016). De lo anterior se desprende la relevancia comunicativa de estudiar los contenidos que son generados y difundidos en esta red social. Para investigadores como Manuel Castells (2013), la era de la información y el desarrollo de Tecnologías de la Investigación y la Comunicación plantean un objeto de estudio para la propia disciplina comunicativa. En un medio que, a diferencia de las ofertas tradicionales de televisión y radio, “hablan” el mismo idioma que los adolescentes y generan contenidos de su interés.

YouTube ha establecido como el canal para la difusión de comunicación audiovisual. Donde apoyados en un uso simplificado de tecnologías de producción de vídeos, los comediantes mexicanos han incursionado en el género del stand up, transformando significativamente la promoción de los humoristas al establecer un canal personal comunicación con su audiencia (Gallego, 2017). El cambio en la forma de obtener, compartir y producir información en la era digital es precisamente el objeto de estudio de este trabajo. Delimitándolo al fenómeno de los *Standuperos* que emplean sus cuentas de YouTube como una intrincada red de comunicación personal con alcances masivos (West & Turner, 2011).

Los contenidos para la plataforma YouTube han transformado el consumo de información entre los jóvenes, pero es la propia plataforma la que ha hecho que esto sea posible. Ya que ser standupero y tener un canal es mucho más efectivo que los canales basados en texto (blogs, etc.), especialmente en lo que se refiere a las tasas de evolución. La gente tiene la percepción de que es más difícil hacer buenos vídeos que hacer programas de televisión, así que prefieren buscar nuevos y buenos videos cada semana que ver un programa actuado.

Aunque suena increíble, pero es cierto, en YouTube hay menos competencia que en los otros medios de Internet (blogs, redes sociales, etc.); de acuerdo con (Gallego, 2017, págs. 22-26) de

hecho hay mucho menos competencia en *standuperos* mexicanos, que de otros temas. El canal de YouTube, está al alcance de cualquier individuo que desee utilizar este medio, ya sea para generar contenidos con mensajes significativos para las audiencias, o en su caso también se puede encontrar individuos que busquen videos que generen un impacto social con lo que se habla.

Aunque en apariencia, los videos son únicamente entretenimiento y no siempre tan lucrativos para sus comunicadores. Tienen el potencial de *viralizar* sus contenidos y llegar a millones de personas pertenecientes a un segmento muy bien delimitado. A diferencia de lo que ocurría en la televisión abierta o de los propios sistemas de cable, el *streaming* permite a cada *standupero* llegar a su público meta y promocionar de forma más efectiva su carrera.

En las memorias de la AMIC, no se encontró información sobre como los *standuperos* mexicanos transmiten mensajes significativos a las audiencias jóvenes, ni en otras fuentes especializadas sobre análisis de contenido de los materiales producidos por los *standuperos* para generar un discurso que aborda temas políticos, económicos, sociales, etc., en la plataforma de YouTube. Este vacío de información en cuanto a uno de los contenidos más populares (vídeos de *standup*) del medio alternativo más popular (YouTube) de la actualidad, es lo que ha estimulado la realización de la presente investigación.

Si bien, YouTube permite la difusión de contenidos que se han presentado previamente en televisión, el medio es distinto. Los videos en *streaming*, permiten ser vistos en múltiples dispositivos, en el horario y lugar que el usuario lo desee y en las partes que este quiera. Dicha flexibilidad hace de la dinámica de “pantallas” una experiencia muy diferente a la televisión. En otras palabras, el contenido puede ser casi el mismo (las reglas de YouTube exigen una adecuación de los contenidos para monetizarlos), pero la propia forma de consumo de vídeos en línea exige el uso de lenguajes distintos para lograr la transmisión de mensajes significativos destinados a públicos mega segmentados.

Preguntas de Investigación

- ¿Cómo utilizan los *standuperos* mexicanos más populares la red social YouTube, para construir mensajes significativos dirigidos a las audiencias jóvenes?
- ¿Qué tipo de mensaje político y social transmiten los *standuperos* mexicanos más populares para llegar a las audiencias jóvenes?
- ¿Cuál es el discurso imperante en las narrativas construidas por los *standuperos* mexicanos más populares en sus canales de YouTube?

Objetivos

Objetivo General

- Caracterizar el uso que los *standuperos* mexicanos hacen de YouTube para construir mensajes significativos entre las audiencias jóvenes.

Objetivos Particulares

- Describir la utilización de los *standuperos* mexicanos más populares la red social YouTube, para construir mensajes significativos dirigidos a las audiencias jóvenes.
- Analizar los mensaje políticos y sociales que transmiten los *standuperos* mexicanos más populares para llegar a las audiencias jóvenes.
- Caracterizar el discurso en las narrativas construidas por los *standuperos* mexicanos más populares en sus canales de YouTube.

Supuesto de Investigación

A través de YouTube, los *standuperos* mexicanos más populares han construido una narrativa de la vida cotidiana por medio de sus monólogos humorísticos, generando contenidos significativos altamente demandados por los consumidores jóvenes.

Definición conceptual de nuestro supuesto

Standuperos mexicanos más populares: México es un país que está lleno de comedia. A pesar de esto la escena del Stand Up, lleva alrededor de 7 años en el país, esto lo caracterizó como “El boom” de la comedia y a pesar de que hay muchos comediantes en la órbita, pocos son los destacados en este medio. Y nos referimos a Ricardo O’farril, Ballarta, Sofía Niño de Rivera, Daniel Sosa, etc.

Narrativa de la vida cotidiana: Relata lo que sucede en el día a día de esa persona o de la gente que lo rodea, lo cuenta de una forma graciosa donde todos puedan hacer catarsis con lo que está sucediendo.

Monólogos humorísticos. Rutina cómica de los standuperos, con una duración de 20 a 60 minutos, en la que se exponen de manera general la idea y los argumentos del Stand Up.

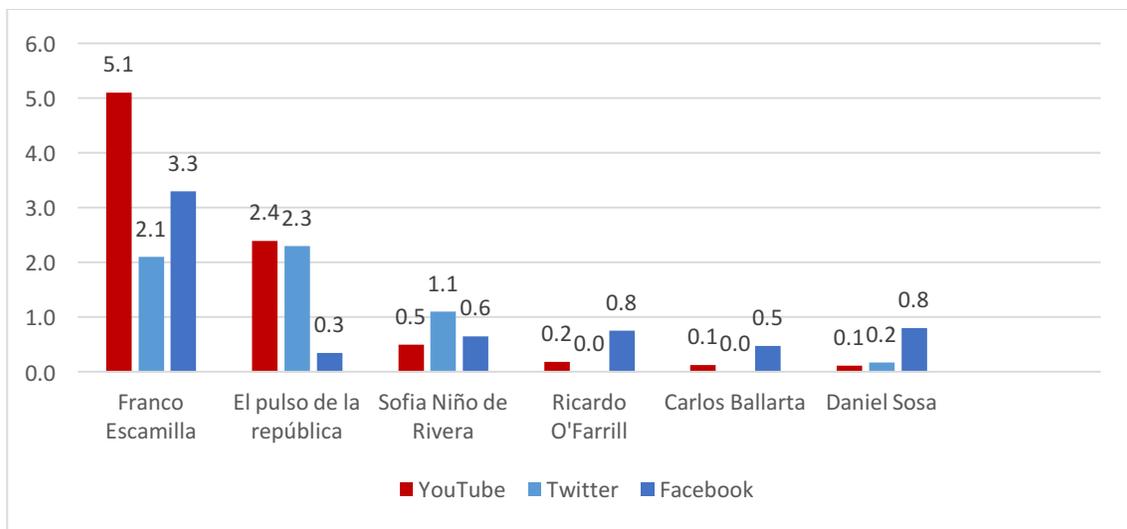
Demanda de contenidos: Los contenidos más relevantes en este medio, son los que hablan de temas fuertes, como lo sexual, bullying, social, racismo, político, etc.

Consumidores jóvenes de YouTube: Consumen todo el contenido que hablen de un tema de su interés, como son los temas referentes ya mencionados arriba, lo cual hace que los comediantes tengan más visitas con este tipo de temas.

Operacionalización del supuesto

Popularidad de los *Standuperos* mexicanos. Un criterio de inclusión para el análisis de contenido, fue establecer la notoriedad de los comediantes por medio de sus seguidores en redes sociales y número de reproducciones de sus vídeos. De esta manera se incluyeron a los comediantes que se estudiaron en este trabajo. Además de los resultados obtenidos en la revisión periodística del fenómeno del *StanUp*.

Gráfica 1. Popularidad de los *Standuperos* mexicanos en millones de seguidores, 2019



Fuente: Elaboración propia con base en la información de redes sociales.

Unidades de análisis

El mensaje producido por los standuperos se dividió en función de las temáticas que estos abordaron y de la reacción del público en vivo al momento de grabar sus rutinas cómicas, encontrando los siguientes temas:

- Género y sexualidad (feminismo, masculidades, relaciones sexuales, relaciones amorosas, homosexualidad, etc.).
- Familia y amigos (padres, amigos, relaciones cercanas, etc.).
- Pasatiempos (música, series de moda, gastronomía, fiesta, etc.).
- Vida adulta (estrés, trabajo, responsabilidades, etc.).
- Discriminación, clasismo y racismo (Discriminación y racismo, clases sociales, “fresas y nacos”, regionalismos –norte, centro y sur-, extranjeros, problemas de *bullying* en la escuela, etc.).
- Política (políticos, participación ciudadana, elecciones, economía, Ciudad de México, etc.).

Capítulo I Lenguaje, Comunicación y Discurso

Una de las etapas más importantes del desarrollo humano y donde éste se da con una velocidad más rápida es la primera infancia. Se producen cambios constantemente, es una época de continua y evidente evolución. La palabra infancia proviene del latín “infans” que significa sin lenguaje. Pero además del inicio del lenguaje en la primera infancia se adquieren otras habilidades como: sonrisa, primeros pasos, la reacción de angustia ante un extraño... multitud de cambios que también son propios de esta etapa. (Molina Viveves, 2008)

1.1. Lenguaje

El lenguaje es un medio de comunicación a través de un sistema de símbolos. A través del lenguaje el niño será capaz de relacionarse con sus semejantes y exponer sus deseos y necesidades de forma más precisa. Al igual que en otras áreas del desarrollo humano, en las teorías sobre el desarrollo del lenguaje también ha habido debate sobre la importancia de los factores externos y los internos en este proceso.

Entre las influencias intrínsecas que se destacan encontramos:

- Las características físicas de cada niño
- Estado de desarrollo del mismo
- Otros atributos determinados genéticamente.

Las influencias extrínsecas durante la infancia están vehiculadas principalmente por la familia (Molina Viveves, 2008)

- Las personalidades y estilos de cuidado de los padres y hermanos,
- El estatus socio-económico de la familia y la cultura donde el niño ha nacido.”

Los inicios serios de realizar investigación sobre el lenguaje se dan a mediados del siglo pasado. Los autores precursores en la misma se circunscriben dentro de la Neurología. En 1861 Broca estudia los cerebros de dos pacientes que presentaban pérdida de lenguaje y perturbación motora del habla. Tras estos estudios concluyó que los hemisferios del cerebro eran asimétricos, y que el hemisferio izquierdo contenía el centro del lenguaje en la mayoría de los hombres. El otro gran autor es Carl Wernicke que en 1874 identifica el centro auditivo del habla en el lóbulo temporal. Con este hallazgo diferencia el centro, encontrado por él, encargado de la comprensión del habla, de la zona de su homólogo que se encargaba del habla expresiva.

A lo largo del s. XIX se continuó con el esfuerzo de realizar un modelo de los procesos y zonas que estaban relacionados con la producción del lenguaje. El advenimiento de las dos grandes guerras será un campo muy importante para la evaluación de los pacientes que han sufrido pérdida del lenguaje o diferentes trastornos del habla. Con todo ello se avanzará en la localización de las diferentes conductas humanas.

En 1959, Skinner hace el primer intento de abordar el lenguaje desde una perspectiva conductual. Desde esta óptica, el proceso de aprendizaje del lenguaje consiste esencialmente en determinar las condiciones ambientales que posibilitan los mecanismos responsables de dicho proceso. El habla dirigida al niño constituiría un punto esencial dentro de dichas condiciones ambientales.

A esto respondió Chomsky con una crítica contundente Para él la capacidad del habla está determinada genéticamente.

“Las propuestas innatistas atribuyen al niño un conocimiento innato de las propiedades universales de las reglas lingüísticas y de sus variaciones paramétricas; así como un conocimiento innato de los procedimientos que le permitirá las reglas de su lengua. Para él, el habla adulta no constituiría un modelo lingüístico adecuado por su alta frecuencia de errores y frases inacabadas. Propuso que el niño genera sus propias reglas lingüísticas a partir del análisis del habla que escucha a su alrededor.” (Molina Viveves, 2008)

1.1.1. Desarrollo del lenguaje

Hay que diferenciar dos etapas. En la primera de ellas no podemos hablar de lenguaje propiamente, sino de comunicación. Esta fase consiste en la puesta en marcha de aquellos mecanismos que permitirán el nacimiento del lenguaje como tal, se le llamaba período pre lingüístico. En la etapa lingüística eclosionan las primeras características del lenguaje adulto.

Período pre lingüístico:

Este período iría desde el nacimiento hasta los 18-24 meses, en que la mayoría de autores consideran que se da el paso hacia el lenguaje tal como lo conocemos. En este período de dos años el crecimiento físico, que sigue cierto calendario madurativo, es espectacular. A nivel cognitivo y según Piaget, el recién nacido estaría en el período sensorio motor. Este primer período es un estadio pre verbal donde el niño comienza a formar sus propios esquemas sensorio motores. Debe aprender operaciones básicas con las cuales relacionarse con el mundo exterior. La primera tarea de los lactantes es comenzar a establecer sus propios límites del ego (donde acaba él y empieza el mundo externo).

Por medio de la interacción con los objetos y personas y en relación a ellos empiezan a organizar el tiempo y el espacio. A medida que progresan, empiezan a demostrar signos de intencionalidad, este es el paso inicial de la aparición de la inteligencia. Con este comienzo, los niños están en camino hacia el desarrollo sensorio motor, lo que van a conseguir mediante la elaboración de cuatro entendimientos: constancia de objetos, espacio coordinado, causalidad y temporalidad.

Durante los tres primeros meses de vida las rutinas ligadas a las necesidades del bebé y el adulto comparten unos significados que permiten regular conjuntamente algunos de sus comportamientos. En esta relación específica que hay entre el cuidador (madre u otro miembro) y el niño, la madre empieza a enseñar inconscientemente el lenguaje (Molina Viveves, 2008)

Tabla 1 Desarrollo del lenguaje en la etapa prelingüística		
Edad en meses	Lenguaje receptivo	Lenguaje expresivo
1-6 meses	Alerta al sonido, se ve orientado hacia la fuente que lo emite.	Llanto, gritos, sonrisa social e inicio del balbuceo.
7-12 meses	Comprende el no, se orienta hacia su nombre, asocia palabras con significados, comprende los gestos que acompañan a las vocalizaciones.	Combinaciones de sílabas que se asemejan a las palabras, primeras palabras.
13-18 meses	Cuando se le demanda que diga o señale lo que realiza.	El vocabulario se va incrementando de forma gradual.
Fuente: Molina Víveres, 2008: 4		

Esto ocurre mediante el habla de estilo materno que parece seguir el desarrollo básico, comenzando en el nivel más fundamental y haciéndose gradualmente más complejo a medida que el niño crece. El habla de estilo materno se caracteriza por ser simple estructuralmente (usa frases cortas, no subordinadas, no modificadores), hay un alto grado de redundancia, el tono es alto, la prosodia exagerada, el léxico (palabras utilizadas) son aquellas que están presentes en el entorno del niño, hay preguntas y explicaciones sobre lo que la madre va diciendo o lo que el niño hace.

Período lingüístico En esta etapa que va desde los 2 a los 5-7 años el niño adquiere en su totalidad el lenguaje. A nivel físico el desarrollo se va desacelerando. El niño va adquiriendo cada vez mayor número de habilidades motoras finas, hay un mayor contacto y adaptación con su entorno más próximo. A nivel cognitivo el niño se sitúa, según Piaget en el estadio pre operacional.

Tabla 2 Estadio del desarrollo vocal		
Estadio	Edad	Comportamiento vocal
1	0-8 semanas	Sonidos vegetativos, reflejos, llanto y agitación.
2	8-16 semanas	Arrullos y risas. Sonidos consonantes nasales. Sonidos producidos en la parte posterior de la boca. Disminuye la frecuencia del llanto. Mayor control de los sonidos producidos.
3	16-30 semanas	Juego vocal y comportamiento lingüístico exploratorio. Sonidos consonánticos realizados hacia la parte anterior de la boca. Creciente control sobre los mecanismos del habla. Inicio de la secuenciación y re secuenciación de sonidos
4	25-50 semanas	Balbuceo reduplicado (producción de sílabas consonante-vocal en las que la consonante es la misma en cada sílaba). Ritualizado y estereotipado. Vocalización más probable en la interacción con un adulto que en el juego con un objeto.
5	9-18 meses	Balbuceo no replicado, variado. Mayor control sobre el acento y la entonación. Superposición con la producción de las primeras palabras.
Fuente: Molina Víveres, 2008: 5		

Este período se caracteriza por el acceso progresivo a la inteligencia representativa; cada objeto se representará por una imagen mental que lo substituirá en su ausencia. En esta etapa se desarrollarán el lenguaje, el dibujo, el juego simbólico. Los niños a partir de ahora podrán pensar de una forma ordenada, aunque en un principio ciertos componentes puedan obstaculizar esta tarea como son:

- “Egocentrismo: incapacidad de observar un punto de vista que no sea el suyo.
- Centración: incapacidad para separar lo propio del medio ambiente.
- Dificultad de transformación: una operación que cambia las reglas de algo.
- Reversibilidad: una acción que puede hacerse puede deshacerse.” (Molina viveves, 2008)

Según Vila (1992), hacia los tres años han desaparecido las dificultades para pronunciar diftongos y se produce un significativo progreso en las consonantes; aunque se presentan errores con algunos grupos consonánticos, normalmente en torno a los 4 años el repertorio fonético está casi completo. El léxico crece a un ritmo notable, duplicándose el vocabulario cada año. Empieza a usarse el pronombre de tercera persona, aunque su dominio y usos no estarán completos del todo hasta los 7 años. Los posesivos son comprendidos.

Tabla 3 Desarrollo en la etapa lingüística		
Edad	Etapas lingüísticas	Etapas fonológicas
2-4 años	Etapa telegráfica. El niño empieza a usar combinaciones de palabras. Esto va en aumento hasta que entre los 3 y 4 años la mayoría de las frases se asemejan a frases simples bien construidas.	Fonología de morfemas simples. Expansión del repertorio de sonidos del habla. Procesos fonológicos que determinan las producciones incorrectas hasta los 4 años aproximadamente, momento en el que la mayoría de palabras de estructura morfológica simple son correctas.
4-7 años	Primeras frases complejas. Uso de complementos del verbo y algunas frases de relativo. Sin embargo, estas estructuras complejas son el resultado de una mera yuxtaposición.	Culminación del repertorio fonético. Adquisición de los sonidos problemáticos a nivel productivo a los 7 años. Producciones correctas de palabras simples. Empieza el uso de palabras más largas.
Fuente: Molina Víveres, 2008: 6		

Hacia los 2 años aparecen las primeras combinaciones de 3 o 4 elementos, no siempre respetando el orden. Las primeras interrogativas son preguntas de sí o no marcadas únicamente por la entonación; luego aparecen con qué o dónde. A los 4 años dominan las construcciones sintácticas simples. En los pronombres, la distinción del género es clara y consistente a los 5 años; desde los 6 o 7, también lo es la de número. Mejora el uso de los tiempos y modos verbales, aunque siguen siendo frecuentes las incorrecciones en los condicionales o subjuntivos.

La sintaxis se hace cada vez más compleja con la adquisición de los primeros usos de las subordinadas, las yuxtapuestas y las coordinadas, si bien los verbos no siempre se ajustan correctamente. Hacia el final de este período, la lectoescritura introduce al niño en una nueva dimensión de uso del lenguaje y de acceso a los conocimientos elaborados culturalmente.

1.1.2. Funciones del lenguaje

De acuerdo con Monserrat Molina víveres (2008), en cualquier acto de comunicación intervienen los siguientes factores:

1. **Emisor** del mensaje.
2. **Receptor o destinatario** del mensaje.
3. **Canal** o contacto psicofísico entre emisor y receptor.
4. **Mensaje** o información transmitida.
5. **Referente** o contexto al que se refiere el mensaje.
6. **Código** en que está cifrado el mensaje y que es compartido por emisor y receptor.

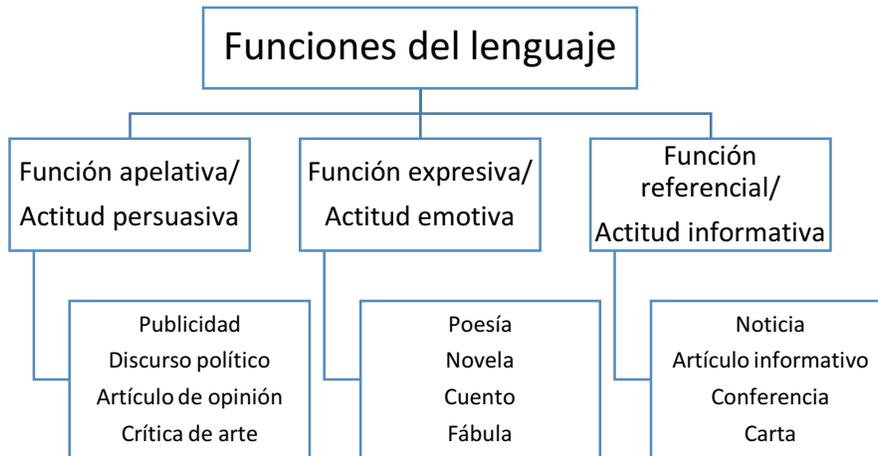
Siempre que utilizamos el lenguaje, lo hacemos con una intención o función determinada: informar, persuadir, ordenar, conmovier... Según cuál sea nuestra intención en el momento de comunicarnos, destacará alguno o varios elementos de la comunicación.

No todos los mensajes desempeñan la misma función: algunos se limitan a informar, otros son un recurso para iniciar el contacto comunicativo, otros mensajes se emiten con el propósito de provocar una determinada reacción en el receptor, otros con la intención de cautivar la sensibilidad del destinatario. La función que desempeña un mensaje viene determinada por el predominio de alguno de los elementos en el proceso comunicativo o porque el mensaje incide de manera directa sobre dicho elemento; sin embargo, es frecuente que un mismo mensaje desempeñe varias funciones a la vez. Las funciones, por tanto, no se dan de manera aislada, sino que aparecen combinadas en un mismo texto.

La función referencial orienta hacia el contexto. Se centra en la relación que los hablantes tienen con el mundo, las manifestaciones y los objetos a los cuales remite una forma lingüística. El referente de una palabra corresponde al significado, tal como lo encontraremos en el diccionario. En este sentido, la referencia de la palabra “pozo” definida en el diccionario no es la misma que la

del “pozo” de un poema, un cuento o una novela, cuyos referentes los pone el escritor, y después el lector, de acuerdo con su experiencia personal.

Figura 1 Funciones del lenguaje



Fuente: Molina Viveres, 2008: 28

Esta función la desempeñan mensajes conceptuales, centrados en el contexto, cuya función principal es la de informar. Para ello se utilizará un lenguaje claro, concreto y sencillo, compuesto de términos de significado unívoco. La entonación será lo más neutra posible, sin énfasis que denote emotividad. Los humanos estamos especializados en la emisión de mensajes conceptuales que, en mayor o menor grado, cumplen siempre funciones informativas: las señales horarias del reloj de un campanario, los titulares de un periódico, los anuncios publicitarios, las imágenes y las palabras de un documental, e incluso la literatura y el arte en general desempeñan, entre otras, una función informativa.

Los medios de comunicación, con los mensajes informativos, pretenden básicamente -salvo manipulación- dar cuenta al público receptor de hechos o acontecimientos verdaderos, inéditos y actuales que sean de interés general, haciéndolo de forma clara y precisa. Los mensajes informativos pueden presentarse en forma de:

1. **Noticia.** Es la narración de un suceso puntual de interés, y adopta diferentes formas estructurales según sea el medio que la difunde.
2. **Crónica.** Proporciona todos los elementos de la noticia, pero de forma ampliada y con detalles. Podemos decir que la crónica es una versión ampliada en extensión y profundidad de la noticia.
3. **Reportaje.** Es un género informativo que relata una serie de hechos de interés puntual en torno a un tema determinado. Incluye entrevistas, opiniones, datos y cifras.

La objetividad informativa no es posible en un sentido absoluto, porque cualquier aspecto de la realidad, para convertirse en información y poder ser difundido por los medios de comunicación debe ser previamente interpretado por el periodista; de lo contrario no pasaría de ser un simple hecho. Aislar los hechos de su contexto y convertirlos en mensaje constituye ya de por sí una manipulación; ahora bien, esta manipulación puede quedar reducida al mínimo si al convertir los hechos en información se utiliza un lenguaje que no perturbe la correcta captación de la realidad.

1.1.3. Forma y sustancia del signo

La función del signo consiste en comunicar ideas por medio de mensajes. Esta operación implica objeto, una cosa de la que se habla o referente, signos y por lo tanto un código, por medio de transmisión y, evidentemente un destinador y un destinatario. A partir de un esquema tomado de la teoría de las comunicaciones y entonces clásico, Román Jakobson definió escuchas lingüística es y sus análisis mutatis y mutandis, es válido para todos los modos de comunicación. Por otra parte, el problema de las funciones está vinculado al medio de la comunicación, vehículo del mensaje o adaptando una terminología de moda en la actualidad.

La función referencial es la base toda comunicación. Define las relaciones entre mensaje y objeto al que hace referencia. Su problema fundamental recibe en formular a propósito del referente una información verdadera es decir objetiva, observable y verificable. Es el objeto de la lógica y

de las diversas ciencias que son códigos cuya función esencial consiste en evitar toda confusión entre el signo y la cosa, el mensaje y la realidad codificada.

La función emotiva define las relaciones entre el mensaje el emisor. Cuando nosotros comunicamos por medio del habla O de cualquier otro modo significación emitidos días relativas a la naturaleza del referente O sea la función referencial, pero también podemos expresarnos actitud con respecto a ese objeto bueno humano Bello o feo, deseable o detestable, respetable o ridículo- Pero no debemos confundir la manifestación espontánea de las emociones. El carácter del origen social etcétera. Que sólo son indicios naturales, con la utilización que se puede hacer de ellos con el objeto de comunicar. La función referencial en la función emotiva son la base de a la vez complementarias Y concurrentes de la comunicación. Por eso con frecuencia hablamos de la doble función de lenguaje un es afectiva y subjetiva supone tipos de codificación muy diferentes, teniendo la segunda su origen en las variaciones estilísticas y en las connotaciones. Lo que te de un código científico consiste en neutralizar esas variantes y es valores con atractivos mientras que los códigos estéticos los actualizar y desarrollan.

La función connotativa o conminativa define las relaciones entre el mensaje y el receptor, pues toda comunicación tiene por objeto obtener una reacción de este último la comunicación puede dirigirse ya sea la inteligencia o a la afectividad del receptor y encontramos, en este nivel la misma distinción objeto subjetivo, cognoscitivo afectivo que opone la función referencial con la función emotiva. Del primer caso derivan todos los códigos de señalización, los programas operativos trabajo práctica médica etc. Que tienen por objeto organizar la acción en común del segundo caso provienen los códigos sociales estáticos que tiene como objetivo movilizar la participación del receptor esta función hay querido una gran importancia en la publicidad en el cual el contenido referencia de los mensajes aparece ante los signos que apuntan a una emotiva del destinatario ya se acondicionado por repetición o desencadenado reacciones afectivas subconsciente. (Guiraud, 2011)

1.2. Comunicación

El hombre no podría vivir sin comunicación, es decir, la comunicación y la sociedad tuvieron que nacer juntas. Desde siempre, el hombre ha sentido la profunda necesidad de expresarse con los demás. Por ello la historia, de la creación de lenguajes o códigos todos ellos arbitrarios para comunicarse, con el tiempo hasta ese lenguaje cambió los rasgos de las imágenes fueron diferentes en cada pueblo en cada grupo étnico pero tales imágenes se deformaron hasta continuarse en signos gráficos que se denominaron alfabetos que utilizamos para comunicarnos de manera escrita.

1.2.1. La comunicación humana

A lo largo del siglo XX, el ser humano ya vive en muchas formas de comunicarse tanto grupal como individualmente. El cine la radio la televisión se sumaban al recurso repetidor de la imprenta que permitiera acceso a los periódicos de las revistas. Todo eso se sumaba el telégrafo al teléfono al cable y hasta los satélites de comunicación; el ser humano pronto iba a darse cuenta de que la comunicación no son los medios es la interacción entre seres humanos con mensajes y diferentes expresiones. (Guiraud, 2011)

Toda comunicación transmite información envía mensaje. De ahí que frecuentemente se confunda con información, pero en su carácter informativo lo que prácticamente realizamos es transmitir, propagar o difundir algo que nosotros tenemos. La Información es un cúmulo de datos y tiene carácter de pasiva en cambio la comunicación es un contenido que da significado al mensaje y se transforma en acción porque el interlocutor contesta.

La *mass communication* prefería que los mensajes eran enviados a la gente sin preocuparse el destino esto se conoce como un modelo autoritario de comunicación que se encontraba en un emisor enviando mensaje a un receptor. Pero publicistas y propagandistas se interesaban en saber una respuesta del público a que se le envía un mensaje. Entonces, dentro de ese mismo modelo

autoritario se generó una flecha de regreso que indicaba como había recibido el mensaje. (Guiraud, 2011)

El pensamiento latinoamericano pugno porque se sustituyera comunicación masiva por el concepto de comunicación colectiva que incluye una visión más racional del ser humano. Tampoco era bien visto el concepto de receptor. No somos vasijas, además no recibo información como un vacío de contenidos la percibimos, por eso mejor el término perceptor que proviene de autores como Daniel Prieto algunos más radicales prefirieron poner en el mismo nivel a los dos actores del proceso comunicativo llamar entonces de comunicador a comunicador, donde cada individuo tuviera la misma oportunidad enviar y recibir mensajes.

1.2.2. El proceso de comunicación

Es un proceso mediante el cual un sistema transmite información a otro sistema que es capaz de recibirla. Según este sistema existe:

- Emisor, persona que emite el mensaje o información.
- Receptor, persona o personas que reciben el mensaje.
- Mensaje, información que transmite lo que se quiere decir.
- Canal, medio o vía utilizado para transmitir el mensaje.
- Código, conjunto de signos y reglas necesarios para la elaboración del mensaje tanto el emisor como el receptor han de conocer estas reglas de codificación y decodificación.

El término lenguaje en sentido estricto sólo se tendría que aplicar para referirse al humano debido a sus características especiales, en este sentido los llamados lenguajes de los animales, no tendrían que considerarse lenguaje si no sistema de comunicación. El hombre puede enseñar muchas cosas a los animales, pero lo que nunca ha conseguido es enseñarle a hablar, ni los animales más inteligentes pueden llegar a hablar como los humanos (pueden por medio de la repetición aprender un poco de vocabulario).

Chomsky dice que el lenguaje humano es un sistema discreto porque está formado por un número de unidades básicas bien definidas, las palabras y es ilimitado el número de combinaciones y de usos posibles de estas unidades. Dice que una de las características del lenguaje es su aspecto creativo se ve en tres propiedades:

Alcance ilimitado: el lenguaje humano sirve para expresar libremente ideas nuevas y para comunicar mensajes nuevos.

Libertad frente al control del estímulo: el lenguaje humano no se encuentra sometido al control de ningún estímulo exterior ni de ningún estado emotivo, es decir no poder afirmar que utilizamos más frecuentemente la palabra perro cuando nos encontramos delante de un perro que cuando nos encontramos en otras situaciones en las que no vemos a un perro.

Adecuación contextual: el lenguaje humano puede utilizarse adecuadamente en situaciones nuevas.

La capacidad del lenguaje es innata, nacemos con un dispositivo especial gracias al cual el niño/a en condiciones normales puede desarrollar su lengua materna. Este dispositivo de adquisición del lenguaje DAL se encuentra con el problema de determinar su naturaleza. (Baena Paz, 2017)

1.2.3. Tipos de comunicación

Hay múltiples formas de comunicarse unos con otros, y a medida que el tiempo pasa los humanos se han ido ideando muchas más. Aquí vamos a describir los métodos más relevantes.

Comunicación oral: Es aquella que usa el canal auditivo para lograr su fin, ya que las personas pueden percibir las palabras a través del oído, escuchándose los diferentes fonemas de un modo lineal. En caso de ser necesario, el emisor se puede retractar de lo que ha dicho, es uno de los mejores métodos ya que permite la interacción entre ambos, la existencia de un feedback y una retroalimentación entre los parlantes.

Comunicación escrita: Es un tipo de comunicación que se percibe con el sentido de la visión, ya que es necesario leer las palabras para poder interpretar diferentes tipos de comunicación. Para ello es necesario que el lector tenga una mayor concentración en lo que hace, así podrá entender la idea que se le plantea.

Comunicación no verbal: Es uno de los más complejos, ya que al no poseer ninguna interacción verbal se realiza a través de una multitud de signos muy variados, como lo son las imágenes sensoriales, ya sean visuales, auditivas u olfativas, también por medio de gestos o movimientos corporales.

Comunicación intrapersonal: Son esas conversaciones que se tienen consigo mismo, es decir el dialogo interno, esta parte es totalmente íntima con cada persona, muchos psicólogos consideran este tipo de comunicación bastante saludable, pues permite decir cosas que normalmente no se le dirían a nadie más.

Comunicación grupal: Ocurre en el momento en que unos conjuntos de personas se juntan y forman una unidad bastante identificable, y realizan entre ellos transacciones de mensajes.

Comunicación interpersonal: Es la comunicación que se da cuando dos personas se encuentran bastante próximas físicamente. Se producen mensajes por parte de una de estas, que son las respuestas a una duda implicada en la conversación por alguien más.

Comunicación pública: Para que esta se pueda dar, es necesario que no se celebre dentro de un ámbito doméstico, más bien son los actos a los cuales la pluralidad tiene fácil acceso sin que sea necesaria una distribución individual entre ellas. (Baena Paz, 2017).

1.3. Discurso

En el presente capítulo se abordará el tema del discurso y su vinculación con las ciencias de la comunicación como campo de interés, con la finalidad de proporcionar los elementos básicos para la realización del análisis del discurso político presente en los videos de los *standuperos* de interés.

1.3.1. Comunicación y Discurso

De acuerdo con Anna Vitores González y Adriana Gil-Juárez. (2011), la relevancia de los procesos comunicativos para las personas explica en buena medida la necesidad de estudiarlos. Vivimos en una época que muchos han calificado como la era de la comunicación, de la información o del conocimiento. En esta era, conforme avanzan las tecnologías y las formas de cómo comunicar los mensajes masivos; las personas interactúan y comparten información por diferentes medios, como las *Apps*, esto ha despertado el interés de cambiar los procesos de comunicación que permanecieron más o menos estáticos en la antigüedad. (Castells, La sociedad red, 2005)

La comunicación es el primer proceso que hizo que cambiase el ser humano hace millones de años y esto aún hoy en día se sigue haciendo (Castells, 2004). Lo anterior se puede observar en la forma en que cada persona se comunica, con cada persona el proceso es diferente por las modalidades que se utilizan y esto lleva a una manera de pensar específica y reflexionar en cómo nos comportamos; de relacionarnos y de cómo actúa nuestra propia psicología para transmitir y entender los mensajes.

Continuando con Vitores González y Gil-Juárez. (2011), la reflexión sobre cómo nos comunicamos habitualmente es obligada al momento de recapacitar en las tecnologías digitales contemporáneas, por donde se transmiten infinidad de mensajes de la vida cotidiana, en un proceso complejo en el cual la información que se transmite contiene mensajes que requieren

cien por ciento de nuestra atención. En dados casos la descontextualización del mensaje puede llevar a una mala interpretación de este con repercusiones serias.

Por lo tanto, al momento de transmitir un mensaje en una red virtual, este se llega a distorsionar al compartirlo con otro individuo que puede entender algo totalmente diferente a lo que se emitió en un origen. Se trata de un proceso de simplificación de mensajes que se han aislado del contenido de la vida real y que dificultan tener una comunicación efectiva.

En esta dinámica, el receptor del mensaje también es un emisor, un sujeto que transmite información hacia el primer emisor y hacia otros emisores/receptores, el mensaje es modificado en este ir y venir de emisor a receptor y así sucesivamente hasta que el mensaje puede llegar totalmente modificado como resultado del uso de tecnologías de la información y la comunicación. Esta aproximación enfatiza el papel del canal en los procesos de comunicación que se llevan acabo entre los emisores/receptores, donde el medio virtual la condiciona por no decir que la determina (Vitores González & Gil-Juárez, 2011).

En este caso tanto como el emisor, y el receptor deben de tomar la postura de adaptación del mensaje, si quieren contribuir en comunicar lo que está sucediendo. En este postulado se encontró que la realidad del emisor y el receptor no son entidades autónomas separadas del canal, sino que dependen de éste. Si a esto le sumamos que el hecho de la comunicación sea constante y permanente y que los mensajes fuesen constantes y no paran de circular, nos daríamos cuenta que tal vez lo importante no son los extremos de los esquemas sino su parte central que son el canal y los mensajes.

La comunicación es un proceso eminentemente social que se da entre individuos y no simplemente el resultado de la interacción de las personas con su entorno, es decir incluye aspectos intramentales, de acuerdo con Blumer (citado por Vitores González & Gil-Juárez, 2011:14), esta aproximación denominada cognitivismo parte de tres premisas:

- El ser humano orienta sus actos hacia las cosas según lo que significan para él.
- El significado de estas cosas se deriva de la interacción social que cada uno mantiene con otras personas o surge como consecuencia de éstas.
- Los significados se manipulan y modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por una persona al enfrentarse a las cosas que encuentra a su paso.

Más adelante, el construccionismo social (Álvarez-Gayou Jurgenson, 2003) puso de relieve que dichos procesos, que efectivamente se producían mediante la interacción social y la interpretación activa del sujeto, tiene lugar en un contexto histórico y social, mayor que la interacción de cada persona y de esta forma regulan la forma de cómo pueden ser interpretados.

“Considera que el mundo se entiende como un conjunto de artefactos sociales resultantes de intercambios históricos entre personas. Contrario al constructivismo radical, la preocupación de este paradigma se centra en la generación colectiva del significado, matizada por el lenguaje y otros procesos sociales.” (Álvarez-Gayou Jurgenson, 2003, pág. 50)

No obstante, al mismo tiempo que este contexto es un producto de las interacciones de las personas y de la interpretación activa que estas pueden llegar a hacer de la situación. De tal manera el significado pasó a ser entendido no sólo como una característica más de los objetos cuando no nos damos cuenta de ellos, y después lo tomamos como una realidad.

Este es el ámbito teórico con el cual se puede estudiar los procesos comunicativos, de tal manera que se asume todas las consecuencias que se dice al considerarlos, la comunicación es un proceso en el cual gira alrededor de nuestro entorno y adquiere la realidad, ocurre para que existamos nosotros y tengamos una forma de comunicación. A esta forma de comunicación se le puede denominar procesos psicológicos, la mente, el pensamiento, la motivación, las emociones y la memoria.

En la sociedad de la información el conocimiento se ha convertido en la forma de transmitir mensajes, y la tecnología de la información y la comunicación, el medio por el cual transmitirlos

(Giner de la Fuente, 2004). Existe en la sociedad de la información un proceso virtuoso donde la tecnología facilita la generación y difusión de información de todo tipo y sirve como punto de partida para acrecentar el conocimiento disponible entre la sociedad que da resultado un nuevo cambio tecnológico (figura 1).

“Van Dijk (1978) Define estas contenidos de la siguiente manera: La Sintaxis especifica en qué condiciones y según las reglas de los enunciados están bien formados y la semántica indica las condiciones para que los enunciados sean interpretables, tanto en lo relativo al significado como a la referencia, a la pragmática se le adjudica la tarea de ocuparse de las condiciones bajo las que las manifestaciones lingüísticas son aceptables, apropiadas u oportunas, estos tres supuestos son válidos para la situación comunicativa en la que se expresa el hablante: o sea el contexto, resumido, la pragmática estudia las relaciones entre texto y contexto.”

Dicho esto, la sintaxis se expresa de la manera en la que especifica las condiciones, las reglas de los enunciados que estén en buenas condiciones, y la semántica muestra las condiciones como la referencia de los enunciados para que estos sean muy bien interpretados y puedan llegar los mensajes a la audiencia para que sean fácil de razonar. El significado de una oración se denomina, a grandes rasgos, “proporción.” Por la regla general, la preposición se caracteriza como algo que puede ser verdadero o falso.

1.3.2. Lenguaje y Comunicación

Los objetivos esenciales del enfoque lingüístico, es prevenir aportes para contribuir a revertir el problema lingüístico ocasiona en torno a la enseñanza del lenguaje en los países hispánicos, esta problemática incluye aspectos relacionados con actitudes lingüísticas, competencia lingüísticas y métodos de enseñanza, según Coseriu (1987/72).

También se dice que desarrolla contenidos lingüísticos y discursivos, interrelacionadas con el fin de lograr una complejidad y aplicación fundamentada de tal contenido, en lo que corresponde a la comprensión y producción discursiva mediática de los estudiantes.

Este enfoque se orienta al área de requerimientos lingüísticos y discursivos exigidos a los comunicadores sociales para el ejercicio de la profesión, en cualquier área de los medios de comunicación, En la cual también se encuentra la influencia lingüística de los comunicadores sociales activos en la comunidad hablante y por otro lado, el poder social ejercido por los discursos mediáticos de los usuarios a sus audiencias.

La comunicación depende de nuestra habilidad para entendernos unos a otros. A pesar de que nuestra comunicación pueda ser confusa, el objetivo es siempre entender lo que se está hablando. Por eso la comunicación efectiva es a menudo penosa.

Durante años, los libros de autoayuda han proclamado la comunicación como la remedio para todas las enfermedades relacionales. Ser capaz de comunicarse eficazmente es algo altamente valorado en Estados Unidos. Las empresas, en particular, han reconocido la importancia de la comunicación.

“En la sanidad por ejemplo Andrew Lum y Mark Zuiderveen(2002) observaron que la comunicación juega un papel crucial en la relación médico paciente. Observaron que los pacientes merecen ser escuchados, oídos, cuidados e implicados en las decisiones sobre su tratamiento “tener la experiencia de ser tratados satisfactoriamente, además de alcanzar una buena salud” (West & Turner, 2011, pág. 79)

Stephanie Armour (1998) escribe en el USA today que los problemas de comunicación están perjudicando la productividad y llevando a los empleadores a una desventaja competitiva. Los errores pueden marcar la moral, en especial, en un tiempo de cambios generalizados.

1.3.3. Transmisión Cultural y Oralidad

Las psicodinámicas de la expresión y la transmisión del conocimiento en la tradición oral.

“Culturas de oralidad primaria, en las que el conocimiento de la escritura o la impresión es inexistente. Cabe precisar aquí, cómo en la actualidad no podemos hablar de culturas de oralidad primaria en un sentido estricto, ya que la escritura, o los efectos sociales e intelectuales que su ejercicio implica, son prácticamente conocidos en todas las sociedades. Pese a ello, “en grados variables muchas culturas y subculturas, aún en un ambiente altamente tecnológico, conservan gran parte del molde mental de la oralidad primaria.” (Gil, Juárez, et al., 2014, pág. 46)

En las culturas de oralidad primaria, a las que les llamaremos sociedad oral, la única forma de garantizar la transmisión del conocimiento y, por lo tanto, de garantizar la supervivencia cultural es la memoria. En la sociedad oral, todo el contenido de la tradición cultural, a excepción del legado de la cultura material, se conserva en el recuerdo. El problema más común de la sociedad es no retener la información que lee o escucha, también por esta complicación, el mensaje que perciben no lo razonan de una manera adecuada y entienden algo diferente a como se transmitió inicialmente.

“La tradición oral presenta, especialmente en el discurso formal, más que entidades simples, grupos de entidades, calificativos, monólogos, locuciones, alteraciones y asonancias, que facilitan el recuerdo. La oralidad prefiere de este modo al “soldado valiente” antes que al mero “soldado”, o a la “bellísima princesa” antes que a la sola “princesa” (W. J. Ong, 1982/1999, pp. 41-45). Con el fin de facilitar la evocación del discurso, como soporte del conocimiento, el relato oral utiliza una batería de adjetivos, de expresiones calificativas y de tipo formulario, de lugares y marcos temáticos comunes (la asamblea, la batalla, el banquete, de la épica homérica) repetidos constantemente.” (Gil, Juárez, et al., 2014, pág. 46)

En la sociedad oral las posibilidades de la transmisión cultural y las necesidades de recordar lo que se menciona en un monólogo, en una conferencia, noticias, etc. Afectan la forma en que se organiza, el recuerdo, la experiencia, el contenido y la estructura del conocimiento, y, donde

también va de la mano el pensamiento que se considera socialmente adecuado. Dado que en la sociedad oral el conocimiento que no se repite en voz alta desaparece, resulta necesario concentrar gran parte del esfuerzo social en la transmisión de lo aprendido durante siglos. En este sentido, y sólo en esta dimensión de permanencia y preservación del patrimonio cultural heredado y desarrollado en cada ejecución, podemos calificar el pensamiento y la expresión de la sociedad oral como conservadora y tradicionalista.

1.3.4. Partes del discurso

El discurso hace referencia a la elaboración de un mensaje que se transmite de manera oral a una audiencia concreta. Para elaborar un discurso cautivador es necesario aplicar diferentes recursos expresivos. La finalidad del discurso es transmitir a un público concreto un tema.

Estructura del discurso

El discurso es un acto comunicacional, el emisor construye un mensaje para un público concreto. En esta situación comunicativa intervienen varios elementos: el emisor y el receptor del mensaje, el código con que se elabora el mensaje que es el lenguaje y el canal por donde se transmite, en este caso el oral ya que el orador se expone a hablar en público.

Un discurso cuenta una historia, para conseguir nuestro propósito ya sea informar o convencer a nuestro público, tenemos que seguir una estructura clara.

Apertura del discurso

Es la parte clave para conseguir la atención de nuestro público. Podemos comenzar nuestra presentación utilizando diferentes recursos propios del discurso como metáforas, frases célebres o incluso chistes. Es una parte del discurso breve, capta la atención y se agradece la presencia al acto o se saluda al público.

Introducción del discurso

Se trata del comienzo del discurso, el orador expone brevemente el tema del discurso. Se trataría de un índice de todo el contenido que se va a exponer en el discurso. Exponer de antemano el contenido ayuda a la audiencia a seguir nuestro discurso de manera efectiva.

Exposición del discurso

Se conoce como el núcleo del discurso, es la parte fundamental del discurso ya que expone toda la información y datos. Si el discurso expone diferentes ideas tendrán que estar perfectamente diferenciadas para que el público no se pierda o pierda interés. Estas ideas estarán relacionadas entre sí. Dentro de un tema del discurso se pueden abordar diferentes conceptos pero no se recomiendan que excedan de tres ideas diferentes.

Argumentación del discurso

Existen diferentes formas del discurso en función del objetivo que persigan, pueden convencer a la audiencia, entretenerla o simplemente informarla. Si estamos ante un discurso argumentativos cuando difundimos un mensaje tenemos que argumentar su veracidad para que el público lo considere cierto. En el discurso podemos utilizar argumentos lógicos o alguna figura retórica que lo corrobore.

Conclusión del discurso

El orador tiene que terminar el discurso haciendo partícipe a la audiencia, el peroratio consiste en obtener el interés del oyente. La clausura del discurso resume el mensaje expuesto y destacada los puntos claves para que quede en la audiencia el recuerdo de las ideas.

En cuanto al discurso y sus elementos se deben considerar unos términos concretos que el emisor debe asumir e interiorizar para cómo hacer un discurso enfocándose en lo que realmente importa. Los elementos de un discurso son los siguientes:

Emisor: El emisor es la persona que emite el discurso, usa siempre un lenguaje más formal y claro para que el público sea capaz de comprender la charla sin necesidad de repeticiones.

Receptor: El receptor es el grupo de personas que escucha al emisor, es decir, el colectivo al que va dirigido el mensaje.

Mensaje: El mensaje es el contenido que emite el emisor y es dirigido al receptor. Es un conjunto de ideas relacionadas con el tema que queremos transmitir.

Tema: El tema es el término que engloba todo lo que se transmite en el mensaje.

Contexto: Es la situación en la que se desarrolla el discurso.

Canal: Es la conexión existente entre el emisor y receptor.

Código: Es el lenguaje o signos que deben tener en común el emisor y receptor para que de esta manera se pueda comprender el mensaje sin ningún impedimento.

Es importante que tengas en cuenta al receptor en tu discurso pues va a ser el elemento primordial durante todo el transcurso. Para empezar consulta cómo hacer un discurso que te mostrará el camino para tener un buen discurso.

Capítulo II Comunicación e internet.

En el presente capítulo se abordará el tema del discurso y su vinculación con las ciencias de la comunicación como campo de interés, con la finalidad de proporcionar los elementos básicos para la realización del análisis del discurso político presente en los videos de los *standuperos* de interés.

2.1. Comunicación en la era de las TICS

De acuerdo con Anna Vitores González y Adriana Gil-Juárez. (2011), la relevancia de los procesos comunicativos para las personas explica en buena medida la necesidad de estudiarlos. Vivimos en una época que muchos han calificado como la era de la comunicación, de la información o del conocimiento. En esta era, conforme avanzan las tecnologías y las formas de cómo comunicar los mensajes masivos; las personas interactúan y comparten información por diferentes medios, como las *Apps*, esto ha despertado el interés de cambiar los procesos de comunicación que permanecieron más o menos estáticos en la antigüedad. (Castells, La sociedad red, 2005)

2.1.1. Comunicación y Discurso en tiempos de TIC

La comunicación es el primer proceso que hizo que cambiase el ser humano hace millones de años y esto aún hoy en día se sigue haciendo (Castells, 2004). Lo anterior se puede observar en la forma en que cada persona se comunica, con cada persona el proceso es diferente por las modalidades que se utilizan y esto lleva a una manera de pensar específica y reflexionar en cómo nos comportamos; de relacionarnos y de cómo actúa nuestra propia psicología para transmitir y entender los mensajes.

Continuando con Vitores González y Gil-Juárez. (2011), la reflexión sobre cómo nos comunicamos habitualmente es obligada al momento de recapacitar en las tecnologías digitales contemporáneas, por donde se transmiten infinidad de mensajes de la vida cotidiana, en un

proceso complejo en el cual la información que se transmite contiene mensajes que requieren cien por ciento de nuestra atención. En algunos casos la descontextualización del mensaje puede llevar a una mala interpretación de este con repercusiones serias.

Por lo tanto, al momento de transmitir un mensaje en una red virtual, este se llega a distorsionar al compartirlo con otro individuo que puede entender algo totalmente diferente a lo que se emitió en un origen. Se trata de un proceso de simplificación de mensajes que se han aislado del contenido de la vida real y que dificultan tener una comunicación efectiva.

En esta dinámica, el receptor del mensaje también es un emisor, un sujeto que transmite información hacia el primer emisor y hacia otros emisores/receptores, el mensaje es modificado en este ir y venir de emisor a receptor y así sucesivamente hasta que el mensaje puede llegar totalmente modificado como resultado del uso de tecnologías de la información y la comunicación. Esta aproximación enfatiza el papel del canal en los procesos de comunicación que se llevan a cabo entre los emisores/receptores, donde el medio virtual la condiciona por no decir que la determina (Vitores González & Gil-Juárez, 2011).

En este caso tanto como el emisor, y el receptor deben de tomar la postura de adaptación del mensaje, si quieren contribuir en comunicar lo que está sucediendo. En este postulado se encontró que la realidad del emisor y el receptor no son entidades autónomas separadas del canal, sino que dependen de éste. Si a esto le sumamos que el hecho de la comunicación sea constante y permanente y que los mensajes fuesen constantes y no paran de circular, nos daríamos cuenta que tal vez lo importante no son los extremos de los esquemas sino su parte central que son el canal y los mensajes.

La comunicación es un proceso eminentemente social que se da entre individuos y no simplemente el resultado de la interacción de las personas con su entorno, es decir incluye aspectos intramentales, de acuerdo con Blumer (citado por Vitores González & Gil-Juárez, 2011:14), esta aproximación denominada cognitivismo parte de tres premisas:

- El ser humano orienta sus actos hacia las cosas según lo que significan para él.
- El significado de estas cosas se deriva de la interacción social que cada uno mantiene con otras personas o surge como consecuencia de éstas.
- Los significados se manipulan y modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por una persona al enfrentarse a las cosas que encuentra a su paso.

Más adelante, el construccionismo social (Álvarez-Gayou Jurgenson, 2003) puso de relieve que dichos procesos, que efectivamente se producían mediante la interacción social y la interpretación activa del sujeto, tiene lugar en un contexto histórico y social, mayor que la interacción de cada persona y de esta forma regulan la forma de cómo pueden ser interpretados.

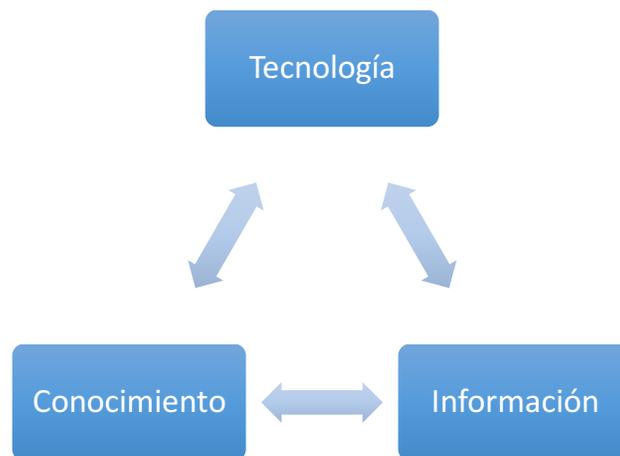
“Considera que el mundo se entiende como un conjunto de artefactos sociales resultantes de intercambios históricos entre personas. Contrario al constructivismo radical, la preocupación de este paradigma se centra en la generación colectiva del significado, matizada por el lenguaje y otros procesos sociales.” (Álvarez-Gayou Jurgenson, 2003, pág. 50)

No obstante, al mismo tiempo que este contexto es un producto de las interacciones de las personas y de la interpretación activa que estas pueden llegar a hacer de la situación. De tal manera el significado pasó a ser entendido no sólo como una característica más de los objetos cuando no nos damos cuenta de ellos, y después lo tomamos como una realidad.

Este es el ámbito teórico con el cual se puede estudiar los procesos comunicativos, de tal manera que se asume todas las consecuencias que se dice al considerarlos, la comunicación es un proceso en el cual gira alrededor de nuestro entorno y adquiere la realidad, ocurre para que existamos nosotros y tengamos una forma de comunicación. A esta forma de comunicación se le puede denominar procesos psicológicos, la mente, el pensamiento, la motivación, las emociones y la memoria.

En la sociedad de la información el conocimiento se ha convertido en la forma de transmitir mensajes, y la tecnología de la información y la comunicación, el medio por el cual transmitirlos (Giner de la Fuente, 2004). Existe en la sociedad de la información un proceso virtuoso donde la tecnología facilita la generación y difusión de información de todo tipo y sirve como punto de partida para acrecentar el conocimiento disponible entre la sociedad que da resultado un nuevo cambio tecnológico (figura 1).

Figura 2. El círculo virtuoso sustento de la sociedad de la información



Fuente: Giner de la Fuente, 2004: 4

Las sociedades, sus empresas, compiten gracias a que cuentan con los mejores métodos y conocimientos, para hacer más fluidos los mensajes, transmisibles y en consecuencia creen mejor conciencia para los receptores y en consecuencia, necesitan la tecnología de la información.

2.1.2. Sociedad de la información, Sociedad del Conocimiento

(Este libro) habla sobre la información o sociedad del conocimiento, el cual es un término que ha sido aceptado por la audiencia y hace referencia a un concepto de cambio o de ruptura con la etapa anterior, la denominada sociedad industrial. Este término, aparece en los años 70, y posteriormente en los años 80, y se popularizó por los autores Daniel Bell, John Naisbitt y Alvin Toffler.

La sociedad de la información trasciende, porque va más allá del hecho informativo o tecnológico, En la sociedad de la información las tecnologías de la información y la comunicación TIC, se convierten en un instrumento clave y eficaz para la comunicación, el intercambio y la producción de la información. Al mismo tiempo la información se convierte en parte importante del cual se puede obtener conocimiento y es con este conocimiento con el que se pueden producir, crear, los bienes y servicios o seguir a relaciones de cambio de cualquier tipo, (Giner de la Fuente, 2004, pág. 7).

En la sociedad de la información, el conocimiento te ayuda para aportar ideas y la tecnología de la información y la comunicación, para poder expresarlas a las audiencias. Las sociedades, sus empresas, compiten hoy en día gracias a que cuentan con los mejores conocimientos y con redes sociales, que tienen el alcance de una infinidad de audiencias lo que hace que tenga un crecimiento favorable en tecnologías de la información, Se llega a decir que es una especie de círculo virtuoso que se alimenta de sí mismo y de la audiencia.

Se dice que, en la sociedad de la información, el círculo virtuoso, está sustentado por tres métodos, los cuales son el conocimiento, la tecnología y la información. La sociedad de la información es aquella que ordena, estructura su funcionamiento en torno a las tecnologías de la información y la comunicación y esta la convierte en información para un factor de producción, intercambio y conocimiento sobre los temas a dialogar.

Las grandes empresas, líderes de opinión e influencer están armados con las semillas de la innovación, esta está constituida en 6 pasos, los cuales son (TIC) Iniciativa, creatividad, Información, conocimiento, capital físico, capital intelectual, a la audiencia que se le transmite es, a una persona, a la familia, a empresas, a administraciones, etc. Y es así como el mensaje masivo, que está bien armado por estos componentes se hace viral entra la sociedad, dándole credibilidad a quien lo transmite.

Claro ejemplo, son las empresas, que son los inigualables en la sociedad de la información, se ven impactadas tanto en sus formas organizativas como en los diferentes componentes de la cadena de valor. La incorporación de las TIC les permite hacer realidad los postulados que la teoría de a organización preconiza de cadenas de valor virtuales, en la integración de eso que se da en llamar realización de procesos extremo a extremo.

En cuanto a personas (influencer, líderes de opinión, standuperos) los impactos de la sociedad de la información son de la misma manera significativos, en especial las similitudes del desarrollo de la formación y habilidades de cada uno para enviar los mensajes. La sociedad de la información necesita de profesionales con perfiles de formación más interdisciplinarios y con dominios de idiomas, además de exigencias de una formación, más clara y precisa en ideologías y para expresar el mensaje, esta se requiere que sea permanente y que tenga un seguimiento, con el cual la población pueda cambiar su ideología o entender mejor los mensajes, ya que la sociedad requiere trabajo en equipo y la participación de líderes de opinión que contengan los conocimientos que la gente necesita. Y por eso precisamente el conocimiento es un recurso que se requiere y crece con el uso y la participación.

2.1.3. Medio y Referencialidad

“Los sistemas de escritura han sido interpretados como estímulo y reflejo en el desarrollo de realidades políticas, sociales e ideológicas particulares” (Gil Juárez, Guarné Cabello, López Gómez, Rodríguez Giralt, & Vítores González, 2014, pág. 73)

Más allá de constituir una tecnología de registro, se ha visto en la escritura y en las conferencias (monólogos) una tecnología del intelecto (J. Goody e I. Watt, 1963) se encuentra involucrada en la evolución de las capacidades del pensamiento, la cual distancia al individuo de sus actos verbales propiciando el desarrollo de una orientación indiferente, de una reflexión crítica, con un papel significativo en la transformación de las formas de la conciencia.

La objetivación y la descontextualización del pensamiento que posibilita la escritura alfabética llegaron, en el siglo XV implicándose el surgimiento de la conciencia individual y la reflexividad privada. Esta situación fue afectada con la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en un mundo que había aprendido a pensarse desde el referente fijo y lineal del texto escrito. En lo cual las nuevas modalidades o tendencias tecnológicas, han remplazado textos que se leían a través de libros, periódicos, u otros papeles, con la modalidad del celular que permite entrar a redes sociales y contextualizarte de lo que sucede en un resumen pequeño, de algún líder de opinión, lo cual cambio la forma de pensar y la escritura que estaba diseñada en el siglo XV.

El ejercicio de objetivación del conocimiento que comporta el registro escrito, y el esfuerzo abstracto de la escritura alfabética, enfrentan al individuo consigo mismo a través de un soporte externo, de existir en la sociedad oral, se comunican de diferente manera, no es extraño, que se haya señalado este hecho como primordial en el desarrollo de la conciencia individual, es decir, de un grado de reflexividad privada más allá de la que tendría razón el individuo que transmite el mensaje.

La sociedad hoy en día, como lo son los jóvenes *millennials* deben de ponerse a la par de la sociedad para poder entender que es lo que sucede, ya no utilizan demasiados las actividades individuales, las cuales eran, leer o escribir, ahora se atienden a cualquier tipo de información que escuchan o ven en una red social, mientras venga de una fuente que siguen o les gusta como expresa dicha información. El dietario, la agenda, el diario íntimo, el cuaderno de anotaciones personales se implican en la tarea de objetivar la experiencia, fijándola en el tiempo, incrementando la propia autoconciencia por oposición a la del resto de los individuos, aunque esto ya no se utilice, es una forma de generar conciencia, para verificar y afirmar la información que se lee, o se escucha.

El propio ser humano queda inscrito en un escalonamiento de conversaciones, de interacciones cara a cara, con un *influencer*, líder de opinión, etc. Que lo lleva a los mecanismos presentes de una socialización constante, donde también se juega un papel muy importante con las nuevas

redes sociales, que los informa de todo lo que sucede de forma inevitable, cada actuación pone en contacto al individuo con las pautas de pensamiento, sentimiento y acción del resto de la comunidad. En la sociedad oral la opción se situaría entre la tradición cultural o la soledad (J. Goody e I. Watt, 1963), aunque quizás la formulación de esta cuestión en los términos de una disyuntiva, padezca de la incapacidad de su planteamiento mismo para concebir una realidad que tome lo social, antes que lo individual, como premisa básica de la existencia. (Gil Juárez, Guarné Cabello, López Gómez, Rodríguez Giralt, & Vítóres González, 2014, pág. 77)

Este ejercicio de reflexividad individual se habría incrementado radicalmente con la incorporación del texto impreso en la vida cotidiana. De este modo, la imprenta profundizó aún más el proceso de abstracción social del individuo, al apartarlo psíquicamente en la lectura y el estudio, en la reflexión solitaria. En la antigüedad y durante la etapa manuscrita de la cultura occidental, la lectura era principalmente una actividad social.

Los libros eran leídos en voz alta, por un esclavo o un lector, a un grupo de personas. La lectura era silenciosa y solitaria resultaba prácticamente inexistente. Lo seguiría siendo hasta la generalización del libro impreso, de una manera transportable y de dimensiones más reducidas que los manuscritos de los copistas.

Pero hoy en día todo cambio, la generación comparte más videos, en vez de leer, escucha más monólogos de algún libro, en vez de leerlo y ve más películas, en vez de leer el libro, con base a ello los jóvenes han evolucionado en el proceso de la información y han creado y marcado una nueva tendencia de aprendizaje.

2.1.4. Las TIC como cambio acelerado

En la actualidad, y desde hace 1980 se tiene una sensación de estar viviendo en una aceleración constante y en un proceso de cambio permanente, por lo que se dice, que la era industrial comenzó desde el año 1776 con la máquina de vapor y su proceso de renovación duro más de

cien años, fue cuando en 1909 aparece el coche Ford. Sin embargo, en la era de la información, inicia en 1952 con el ordenador industrial y acorta el tiempo en 1993 con la aparición del internet, con el esquema www. Durante años lo único que nos depara del mañana es el cambio constante de las tecnologías. (Giner de la Fuente, 2004, pág. 13)

En la sociedad de la información el uso generalizado de las innovaciones es prácticamente inmediato. La incursión en las sociedades que tienen las TIC es mucho más rápida que la que tuvieron las innovaciones provocadas por la sociedad industrial. La era de la tecnología ocupó únicamente 43 años para hacer un salto importante en varios modelos tecnológicos, como lo fue en 1952 con los ordenadores industriales y la segunda década, que fue en los 90 con la aparición del internet, televisores, celulares, etc.

La época de la tecnología siguió unos sencillos pasos para poder triunfar, los cuales fueron, la percepción, inquietud, asimilación mental, plan y acción, con los cuales la percepción de la innovación y la incorporación de la misma a los procesos de negocio está siendo demasiado elevado cosa perjudicial, por la velocidad de cómo se viven los cambios que imparte la propia TIC.

Los clientes que hacen mayor demanda sobre este tipo de mercado, se les denomina como los “reyes” del proceso o del cambio. Los clientes, ante el aumento progresivo de la oferta y de los múltiples canales, se encuentran cada vez con mayores posibilidades de exigencia. Con todo, el mayor efecto es la aparición de un nuevo factor, que se consolida como el eje sobre el cual articular los procesos de innovación y competitividad. Este nuevo factor no es otro que el conocimiento. (Giner de la Fuente, 2004, pág. 13)

2.2. La irrupción de las redes sociales en internet

Desde el 2002 (año de la creación de Friendster, antecesor de Facebook) se está produciendo una nueva revolución sociotecnológica en internet: la irrupción de redes sociales donde ya están representadas todas las actividades humanas, que incluyen relaciones personales, negocios, trabajo, cultura, comunicación, movimientos sociales y política. Las redes sociales son servicios web que permiten a los individuos (1) crearse un perfil público o semipública dentro de un sistema delimitado; (2) articular una lista de otros usuarios con los que se comparte conexión; y (3) ver y navegar en su lista de conexiones y las del resto de usuarios dentro del sistema, lo mismo pasa con el canal de YouTube, donde los individuos crean sus canales, suben sus contenidos y tienen el beneficio de los suscriptores, visitas, comentarios y me gusta de los contenidos que suben a su plataforma (Boyd y Ellison, 2007: 2).

En noviembre de 2007 las redes sociales superaron por primera vez al correo electrónico en horas de uso. En julio de 2009 ya tenían mayor número de usuarios que el correo electrónico. En septiembre de 2010 se alcanzaron los 1.000 millones de usuarios, la mitad de ellos en Facebook y la otra mitad YouTube, en 2013 son casi el doble, sobre todo debido a su uso cada vez más extendido en China, India y América Latina. Existe una gran diversidad de redes sociales por países y culturas.

Aunque Facebook fue creado en 2004 solo para alumnos de Harvard y YouTube para subir videos de lo que se estuviera haciendo en el momento, estando presentes en casi todo el mundo, QQ, Cyworld y Baidu acaparan el mercado en China; Orkut, en Brasil; Mixi, en Japón, etcétera. En términos demográficos, la edad es el principal factor diferencial en el uso de redes sociales; se observa un descenso en la frecuencia de uso a partir de los 50 años, y más acusado a partir de los 65.

Pero no se trata de una actividad exclusiva de adolescentes. La cantidad de usuarios de Facebook y YouTube en Estados Unidos pertenece a la franja de edad de entre 35 y 44, con una frecuencia de uso superior a la de gente más joven. Casi el 60% de los adultos de Estados Unidos tiene al

menos un perfil, el 30% tiene dos, y el 15%, tres o más. La proporción entre mujeres y hombres es idéntica, salvo en sociedades en las que existe segregación por sexo. No se observan diferencias de nivel educativo o de clase social, aunque sí hay una cierta especialización de clase en las redes sociales. Por ejemplo, los usuarios de Myspace provienen de una clase social más baja que los de Facebook. LinkedIn, por su parte, es para profesionales.

Es decir, en este momento la mayor parte de la actividad en internet pasa por las redes sociales, que se han convertido en las plataformas de preferencia para todo tipo de fines, no solo para relacionarse y charlar con amigos, sino también para marketing, comercio electrónico, enseñanza, creatividad cultural, medios de comunicación y ocio, aplicaciones médicas y activismo sociopolítico. Se trata de una tendencia muy importante que abarca toda la sociedad. (Castells, 2013, pág. 164)

Las redes sociales las construyen sus propios usuarios a partir de criterios específicos de grupo. Existe un espíritu emprendedor en el proceso de creación de sitios web, que después cada persona elige en virtud de sus intereses y proyectos particulares. Los propios miembros de las redes van configurándolas, aplicando diferentes niveles de perfil y privacidad. La clave del éxito no es el anonimato, sino más bien la auto presentación de una persona real que está conectada con personas reales (se han dado casos de exclusiones en una red social por el uso de una identidad falsa).

Por tanto, estamos ante una sociedad autoconstruida mediante la conexión en red con otras redes. Pero no se trata de una sociedad virtual. Existe una estrecha conexión entre las redes virtuales y las redes vivas. Es un mundo híbrido, un mundo real. No es un mundo virtual ni un mundo aparte.

Los individuos crean redes para estar con otros, y lo hacen sobre la base de los criterios que agrupan a las personas que ya conocen (un subsegmento seleccionado). La mayoría de usuarios

visita la página a diario. Es una conectividad permanente. (Castells, 19 ensayos fundamentales sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas, 2013, pág. 166)

2.2.1. El impacto de internet en la vida diaria

Internet ha revolucionado muchos ámbitos y especialmente el de las comunicaciones de una manera radical hasta el punto de llegar a convertirse en un medio global de comunicación hoy día cotidiano en nuestras vidas. Lo utilizamos para casi todo, desde compartir, videos mediante la plataforma de YouTube, un momento con un amigo enviando un foto a través de mensajería instantánea hasta pedir una pizza o comprar un televisor. Antes, si queríamos leer un periódico debíamos comprar una edición local en papel cuando abría el quiosco de prensa con las noticias del día anterior.

Hoy, con un solo clic no solo podemos leer nuestro periódico local, sino también el periódico de cualquier parte del mundo, con una actualización permanente de contenidos, también podemos buscar con facilidad de contenidos y noticias en YouTube. Teniendo un canal o solo como visitante puedes encontrar el video que desees ver con la facilidad de solo escribirlo. (Castells, 2013, pág. 235)

Internet ha evolucionado muchísimo desde su creación, que es, sin embargo, muy reciente desde la perspectiva de la historia, y poco ha quedado de esa primera red estática creada para transportar unos cuantos bytes o para enviar un pequeño mensaje entre dos terminales.

Hoy cantidades infinitas de información son cargadas y descargadas en este gigante electrónico. Hasta hace no mucho tiempo internet era una simple red de información donde solo aquellas personas capaces de entender y manipular el código eran las encargadas de publicar y mantener contenidos; ahora todos somos partícipes fundamentales, teniendo la posibilidad de generar contenidos y comentar contenidos existentes.

Durante los últimos años de la década de 1980 y la década de 1990, internet creció hasta incluir el potencial informático de las universidades y centros de investigación, lo que, unido a la posterior incorporación de empresas privadas, organismos públicos y asociaciones de todo el mundo, dedujo un fuerte impulso para internet, que dejó de ser un proyecto con protección estatal para convertirse en la mayor red de ordenadores del mundo, formada por más de 50.000 redes, cuatro millones de sistemas y más de setenta millones de usuarios.

“La aparición de la llamada Web 2.0 en la primera década del siglo XXI supuso una importante revolución a su vez en esta joven historia de internet, posibilitando el desarrollo de una nueva era en internet que permitía el nacimiento e implantación de redes sociales y otras herramientas de comunicación interactivas, participativas y sociales.” (Castells, 19 ensayos fundamentales sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas, 2013, pág. 240)

El internet dejó de ser solo una red de intercambio de información, se llegó a convertir en una herramienta de trabajo multidisciplinar, una sofisticada herramienta de escape de la realidad y, sobre todo, una importante herramienta de generación de contenidos y de comunicación entre individuos.

Hoy tenemos la posibilidad de enviar información de un lugar del mundo a otro en segundos, realizar presentaciones online, compartir nuestras vidas a través de fotos, vídeos, sonidos y textos, vivir en un mundo paralelo como nos proponen algunos juegos, pero, sobre todo, compartir nuestra vida real, nuestra identidad auténtica. De esta manera, historias personales se convirtieron en públicas y temas locales se convierten en globales.

El desarrollo de internet a puesto en marcha un debate sobre el modo en el que la comunicación a través de internet afecta las relaciones sociales. Internet libera al individuo de las restricciones geográficas y une a las personas en torno a nuevas comunidades de interés que no están atadas a un lugar concreto.

Vivimos en una nueva sociedad en red y globalizada, unida a través de las nuevas tecnologías. Internet es nuestra herramienta de interacción relacional y plantea también nuevos retos para la privacidad y la seguridad.

Por eso los canales como YouTube y Facebook, tienen mayor frecuencia de visitas por el hecho de que los jóvenes y adultos, buscan contenidos que no pueden encontrar en la televisión u en otros medios convencionales, las tecnologías de la información han forjado cambios fundamentales en toda la sociedad posibilitando el paso de la era industrial a la era de redes. La pregunta más importante es si estas redes han llegado a tener alguna repercusión en la sociedad, pero ¿cómo han afectado estos cambios a las relaciones humanas? Internet ha cambiado el comercio, la educación, el gobierno, la salud e incluso la forma de relacionarnos afectivamente; podría decirse que está siendo uno de los instrumentos principales de cambio social en la actualidad.

Es especialmente importante cómo ha afectado a la propia comunicación social. Podemos darnos cuenta, cuando un segmento de la población cree más en bloggers o influencers, que se dedican a crear contenidos en sus plataformas, para crear mensajes masivos a la sociedad.

No hay duda de que cada día las nuevas tecnologías siguen ganando terreno y transformando nuestros hábitos y posibilidades de comunicación, y lo han hecho especialmente entre el público joven, aunque hasta al día de hoy todavía haya lugar para las herramientas analógicas en determinados sectores. Con internet no existen ya fronteras para la comunicación. A través de internet las barreras tradicionales de tiempo y espacio desaparecen, como he comentado antes, y las posibilidades comunicativas se amplían. Se ha llegado incluso a hablar de la nueva democracia de la comunicación gracias al impacto de las herramientas sociales. (Castells, 19 ensayos fundamentales sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas, 2013, pág. 245)

Hoy en día la prontitud y la movilidad se vuelven predominantes en la evolución de internet. El internet móvil vuelve a revolucionar, una vez más, con contenidos nuevos todos los días, a cada minuto.

2.2.2. Oportunidades de comunicación que ha traído internet

Internet está totalmente integrado en nuestra vida diaria, en todos los ámbitos, y esto ha tenido una repercusión en la forma en la que interactuamos con los demás. Es evidente que internet ha tenido un notable impacto en todos los niveles de la educación, proporcionando un aprendizaje sin fronteras, sin límites. Creo que el futuro de la educación está conectado en red. En internet las personas pueden colaborar para crear y compartir conocimientos, y desarrollar nuevas maneras de enseñar y aprender que capten la atención y estimulen la imaginación de los estudiantes en cualquier momento y lugar, mediante cualquier dispositivo.

Además, al conectar y habilitar a los estudiantes y los educadores, podemos acelerar el crecimiento económico y mejorar el bienestar social en todo el mundo. Debemos trabajar juntos, en red, para construir la sociedad del aprendizaje global. La red de redes es una fuente inagotable de información y ha hecho que el consumidor de la información pase de tener el papel de receptor pasivo de un mensaje con los medios de comunicación tradicionales, a tener un papel activo, donde él selecciona qué información desea recibir, cómo y cuándo. Incluso el propio receptor decide si quiere mantenerse informado o no. (Castells, 2013, pág. 247)

2.2.3. Internet y la cultura

Al igual que ocurre en el ámbito de la educación, es un hecho que el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, así como el alcance de la globalización, están cambiando nuestra propia naturaleza y también el significado de la identidad cultural. Vivimos en un mundo complejo, donde la comunicación y los lujos culturales traspasan cada vez más las fronteras. Conceptos como el espacio, el tiempo y la distancia pierden su significado tradicional. Así nace la globalización cultural y se desarrolla una difusión global de acciones e iniciativas en este ámbito.

De nuevo encontramos enormes oportunidades para la cultura gracias a las herramientas digitales. Las posibilidades de dar a conocer una propuesta, una obra de arte o un conocimiento se multiplican. Frente a los que son pesimistas sobre el impacto negativo que internet puede tener en la cultura, yo soy radicalmente optimista. Internet posibilita que la cultura esté al alcance de más personas, de forma más sencilla y rápida, y a la vez posibilita el desarrollo de nuevos canales de expresión para el arte y de divulgación del conocimiento. Incluso se ha llegado a considerar que internet no es solamente una tecnología, sino que es una producción cultural en sí misma.

Además de este efecto en sentido más estricto sobre la cultura, tiene efectos muy importantes sobre la innovación, que es lo que permite el avance en todos los órdenes, y, por tanto, sobre el avance del conocimiento, de la sociedad, de la creación de bienes y servicios, de ideas o de bienestar. (Castells, 19 ensayos fundamentales sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas, 2013, pág. 249)

2.3. De consumidores a productores de contenido

El Internet es una tecnología de libertad, según el término acuñado por “Ithiel de Sola Pool en 1973” quien paradójicamente, aunque procedía de un entorno de libertad, contó, para beneficio de científicos, ingenieros y también de sus alumnos, con financiación del pentágono sin tener ninguna aplicación militar en mente para sus investigaciones (Castells, 2001).

2.3.1. Tecnologías de la libertad, la sociedad red y la cultura de la autonomía

La expansión de internet a partir de mediados de la década de 1990 fue el resultado de la combinación de tres factores principales:

“El descubrimiento de la tecnología de la red de redes (World Wide Web) por Tim Berners Lee y su disposición a distribuir el código fuente para que fuera mejorado por las aportaciones en código abierto de una comunidad global de usuarios, en relación con la condición abierta de los protocolos de internet TCP/IP. La red sigue funcionando bajo el mismo principio de código abierto y dos tercios de los servidores de la web operan en Apache, un programa de servidores de código abierto... Los cambios significativos en la estructura, la cultura y la conducta social: la comunicación en red como forma predominante de organización, la marcada tendencia al individualismo en el comportamiento social y la cultura de la autonomía imperante en la sociedad red.” (Castells, 2013, págs. 145-147)

Nuestra sociedad se ha catalogado ahora como sociedad red, es decir, una sociedad construida en torno a redes personales y corporativas operadas por redes digitales que se comunican a través de internet. Y como las redes son globales y no conocen límites, la sociedad red es una sociedad de redes globales. Esta estructura social propia de este momento histórico es el resultado de la interacción entre el modelo tecnológico emergente basado en la revolución digital y determinados cambios socioculturales de gran impacto.

Una primera dimensión de estos cambios es la aparición de lo que denominamos (sociedad ego-céntrica), o en términos sociológicos, el proceso de individualización, el declive de la comunidad entendida en términos de espacio, trabajo, familia y adscripción en general. No se trata del fin de la comunidad, ni tampoco de la interacción localizada en un lugar, sino de una reinterpretación de las relaciones, incluidos los sólidos lazos culturales y personales que podrían considerarse una forma de vida comunitaria, sobre la base de intereses, valores y proyectos individuales.

De tal manera que aparece el proceso de individualización el cual no es aplicable exclusivamente a una evolución cultural, sino el resultado material de las nuevas formas de organización de la actividad económica, la política y la vida social. Trilogía sobre la era de la información (Castells, 2013, pág. 150)

2.3.2. La individualización es el proceso fundamental para constituir sujetos

“La sociedad red, y la forma de sociabilidad que genera es lo que Rainie y Wellman han definido como individualismo en red. Naturalmente, las tecnologías de red son el medio de esta nueva estructura social y de esta nueva cultura.” (Papa Charissi, 2010)

Las investigaciones realizadas han concluido que internet no aísla a las personas ni reduce su sociabilidad, sino que en realidad la aumenta, como demuestran los estudios realizados en Cataluña (Castells, 2007), por Rainie y Wellman en Estados Unidos (Rainie y Wellman, 2012), por Cardoso en Portugal (Cardoso, 2010) y por el estudio mundial de internet para el mundo en general (Center for the Digital Future, varios años).

Además, un importante trabajo realizado por Michael Willmott para el British Computer Institute ha revelado una correlación real, aplicable a individuos y países, entre la frecuencia y la intensidad de uso de internet y los indicadores fisiológicos de felicidad personal. Willmott utilizó datos de 35.000 individuos de todo el mundo recopilados durante el estudio mundial de la Universidad de Michigan entre 2005 y 2007.

Empleando otros factores de control, el estudio demostró que el uso de internet rearma a las personas, al intensificar su sensación de seguridad, libertad personal e influencia, factores todos ellos que tienen un efecto positivo sobre la felicidad y el bienestar personal. Dicho efecto es especialmente beneficioso en individuos con bajos ingresos y menos preparados, en quienes viven en países en vías de desarrollo y en las mujeres.

La edad no afecta en absoluto a la relación positiva, dado que es importante en todas las edades. ¿Por qué las mujeres? Puesto que son el centro de la red de sus familias, internet las ayuda a organizar sus vidas. Además, les sirve para superar su aislamiento, sobre todo en sociedades patriarcales. (Castells, 2013, pág. 154)

La relación directa entre internet y el auge de la autonomía social resulta cada vez más evidente. Entre 2002 y 2007 se dirigió en Cataluña uno de los estudios más ambiciosos jamás llevados a cabo en Europa sobre internet y la sociedad, a partir de 55.000 entrevistas, un tercio de ellas personales (Proyecto Internet Cataluña, ver su página web). Como parte del estudio, se comparó la conducta de usuarios y no usuarios de internet en una muestra de 3.000 personas representativas de la población de Cataluña.

Dado que en 2003 solo el 40% de la población usaba internet de forma habitual, pudimos establecer una comparación real entre los hábitos sociales de usuarios y no usuarios. Esto hoy en día resultaría más difícil, ya que el índice de penetración de internet en Cataluña es del 79%. Aunque los datos estén algo obsoletos, los resultados no, ya que estudios más recientes realizados en otros países (concretamente en Portugal) parecen confirmar las tendencias observadas entonces. Se establecieron escalas de autonomía en diferentes dimensiones.

Solo entre el 10% y el 20% de la población, dependiendo de las dimensiones, se situaba en un nivel alto de autonomía. No obstante, nos centramos en este segmento activo de la población para explorar el papel de internet en la construcción de autonomía. Utilizando análisis factorial,

se identificaron seis tipos principales de autonomía basándonos en proyectos individuales, según su aplicación práctica:

- a) desarrollo profesional
- b) autonomía comunicativa
- c) espíritu emprendedor
- d) autonomía del cuerpo
- e) participación sociopolítica
- f) autonomía personal, individual

Estos seis tipos de conductas autónomas eran estadísticamente independientes entre sí. Ahora cada una de ellas mostraba una correlación positiva con el uso de internet en términos estadísticamente significativos, en un bucle (secuencia temporal) que se retroalimenta: cuanto más autónoma es la persona, más utiliza la web, y cuanto más utiliza la web, más autónoma es (Castells, 2013, pág. 158)

Se trata de un hallazgo empírico de gran importancia. Porque si la tendencia cultural dominante en nuestra sociedad es la búsqueda de autonomía, y si esta búsqueda es alimentada por internet, entonces avanzamos hacia una sociedad de individuos asertivos y con libertad cultural al margen de las barreras impuestas por rígidas organizaciones sociales heredadas de la era industrial. A partir de esta cultura de la autonomía sustentada por internet han aparecido nuevos tipos de sociabilidad, las relaciones en red, y también nuevos tipos de prácticas sociopolíticas, los movimientos sociales en red y la democracia en red.

2.3.3. Oportunidades de comunicación que ha traído internet

Internet está totalmente integrado en nuestra vida diaria, en todos los ámbitos, y esto ha tenido una repercusión en la forma en la que interactuamos con los demás. Es evidente que internet ha tenido un notable impacto en todos los niveles de la educación, proporcionando un aprendizaje sin fronteras, sin límites. Creo que el futuro de la educación está conectado en red. En internet las personas pueden colaborar para crear y compartir conocimientos, y desarrollar nuevas maneras de enseñar y aprender que capten la atención y estimulen la imaginación de los estudiantes en cualquier momento y lugar, mediante cualquier dispositivo.

Además, al conectar y habilitar a los estudiantes y los educadores, podemos acelerar el crecimiento económico y mejorar el bienestar social en todo el mundo. Debemos trabajar juntos, en red, para construir la sociedad del aprendizaje global.

La red de redes es una fuente inagotable de información y ha hecho que el consumidor de la información pase de tener el papel de receptor pasivo de un mensaje con los medios de comunicación tradicionales, a tener un papel activo, donde él selecciona qué información desea recibir, cómo y cuándo. Incluso el propio receptor decide si quiere mantenerse informado o no. (Castells, 2013, pág. 247)

Capítulo III De la comedia al Stand Up

En el presente capítulo se abordará el origen de la comedia contemporánea en México, desde sus orígenes en los espectáculos itinerantes de circos y teatros de carpa, hasta la aparición del cine y la etapa gloriosa denominada cine de oro. Donde personajes emanados de las periferias urbanas como Cantinflas, Tin Tán, Clavillazo, Resortes, etc. Se convirtieron en la voz de la sociedad, contando historias llenas de aguda ironía, crítica social y política. Estos personajes “querían divertir, pero también criticar a las autoridades, al gobierno” (Reyes, 2016).

Posteriormente, se revisa la evolución de las posibilidades de la comicidad en nuestro país, transitando del cine de oro a la esencia del humor de carpa con sus albures y situaciones absurdas en los 70's y el desarrollo de un humor familiar en la televisión abierta en los 80's con Chespirito, los Polivoces y Manuel Valdés como los máximos exponentes del humorismo.

Este repaso nos permite observar la transformación de las posibilidades narrativas de la comicidad en relación con los medios de difusión que han existido, transformándose junto con ellos, lo cual permite hablar del Stan Up como una nueva narrativa en la comedia mexicana, con las mismas funciones de ironía, crítica social y política de antaño.

3.1. ¿Cuál es el chiste?

En el mundo de la comedia, en general existe mucho humor de diversos temas, como lo es en características de razas, deformidades, sexos, síndromes, humor negro, familiares, experiencias personales, político, etc. Que de modo estereotipado se consideran propias de individuos inferiores, pero parece que la idea de superioridad no es condición necesaria ni suficiente para la risa en general, la comedia trata de resaltar cada tema, por muy fuerte que sea en algo cómico. (un ejemplo muy claro, es porque deberías de reírte de una persona que tienen síndrome de Down, o porque tiene una discapacidad, o una enfermedad venérea. Si lo tratas de ver del punto de vista cruel, si es una falta de respeto que se haga comedia sobre temas tan delicados como esos, Pero si te pones a reflexionar un poco sobre el tema, es para amenizarlo y convertir algo grave en gracioso que pueda distraer a la gente que parece esas enfermedades y no verlas de una forma tan cruel. “es un tipo sarcasmo de la enfermedad y el chiste”).

De cierta manera el humor no es para todo el público, ya que hay mucha audiencia de mente cerrada y otra tanta de mente abierta que le gusta divertirse y tolerar ciertas expresiones del cómico. Este puede ser el caso de los chistes puramente lingüísticos, que son ejemplo paradigmático de un contexto conversacional cuya función principal es provocar la risa, independientemente de los efectos simbólicos, de vinculación social o de humillación de determinadas conductas, grupos étnicos, etc. Que el chiste lingüístico pueda tener.

De acuerdo con Francis Hutcheson señala que no solemos reírnos de las ostras, así que la superioridad no es una condición suficiente para la diversión cómica. Por eso Hutcheson señala como causa más plausible de la risa la incongruencia, que, a partir de este autor, se establece como reacción a la teoría de la superioridad, dedicado a que la base de lo cómico es la incongruencia de los hechos, es decir en poner juntos conceptos o ideas disparatados o contrastes. Sin duda, este es uno de los aspectos fundamentales de lo cómico en general y de chiste particular, y ha sido defendido por muchos otros autores (Castro, 2011). Kierkegaard, por ejemplo, sostiene que

en la raíz de lo cómico y también de lo trágico se encuentra la discrepancia, la contradicción entre la infinitud y lo finito, entre lo eterno y lo que deviene (otro modo de incongruencia).

Kierkegaard considera y respaldaba que la ironía era la idea del humor del cual sirven como zonas de frontera entre las esferas estética, ética, y religiosa, respectivamente. El ironista está en la frontera entre la vida estética y la ética: ha visto las limitaciones de aquélla (una vida fragmentada que implica un jugueteo evasivo sin fin con las posibilidades existenciales), pero no pasa a lo ético, donde se hacen compromisos y elecciones serias para la propia vida.

El aspecto de la ironía se consagra como orgullosa y divide a las personas; en humor, por su parte es más amable y se interesa por los elementos tragicómicos de la condición humana, es decir tiene una simpatía de la que carece la ironía y el humorista comprende más profundamente el papel del sufrimiento de la vida humana. Por eso se dice que el humor se encuentra entre la vida ética y la religiosa.

“Thomas Hobbes, en el Leviatán (I, capítulo 6), afirma que “la gloria súbita es la pasión que da lugar a esos gestos llamados risa, y es causada o por algún súbito acto propio que complace, o por la aprehensión de algo deformado en otro, por comparación con lo cual hay súbita auto aprobación”. La risa estaría causada, pues, por una sensación de superioridad, lo cual explica la risa que surge en muchas situaciones cotidianas y la aparición de ciertas características de algunos tipos de chistes.” (Bigurra, 2016)

Si analizamos el chiste con la risa, la mayor parte de la risa no se da por las acciones divertidas del chiste, esto se da porque la risa es la respuesta de construcciones divertidas que genera la empatía de una persona en chistes o comentarios graciosos y de tal manera que los expresa, este enfatiza determinados momentos de la charla y se utilizan breves estadillos de risa, que también sirven como retroalimentación (*feedback*) entre los interlocutores.

“Generalmente la causa de la risa es juntar imágenes que tienen ideas adicionales contrarias, así como algún parecido en la idea principal: este contraste entre ideas de grandeza, dignidad, santidad, perfección, e ideas de mezquindad, bajeza, profanidad, parece ser el mismo espíritu de lo burlesco, y la mayor parte de nuestras burlas y bromas se funda en él. También nos encontramos movidos a la risa por una fatiga del ingenio, al traer parecidos de sujetos de un tipo diferente del sujeto con el que se hace la comparación.” (Bigurra, 2016)

Cabe destacar, que no hay anécdotas que uno considere graciosa y corra a contarla. Uno puede guardarse para sí episodios de la propia vida que nunca cuenta a nadie por las razones que sean pero jamás nadie retiene para sí más tiempo del necesario una anécdota que crea divertida, a menos que haya de por medio estructuras coercitivas poderosas, como puede ser el secreto profesional o el secreto de confesión, y aun así hay miles de argucias para contar en la anécdota si se consideran que la identidad de protagonista es resguardada, pero aun así podemos interpretar de alguna otra forma la anécdota, aumentándole una historia más creativa de lo que sucedió para que se muestre más atractiva y al público le agrade y le enloquezca la anécdota, en sí, si tenemos un contenido gracioso y puedes ver la forma de que sea mejor, vas a expresarlo de una forma donde tu audiencia crea que la historia estuvo realmente excéntrica.

La pregunta es ¿cuál es el chiste? La estructura de la constitutiva del chiste es; subsunción de un autor, lo diverso del tema que puedas emplear al contar la anécdota, que sea real, que genere empatía y gracia con la audiencia, que tenga características, de terror, social, político, económico, etc.

“Recalca Roger Scruton en realidad, una disparidad de puntos de vista más que una incongruencia entre concepto y objeto; ya que esa disparidad de puntos de vista no es exclusiva de lo humorístico, y menos del chiste (que no requiere este contraste), en el que, en efecto, se da una clara disparidad intencional: se utilizan conceptos con intenciones diversas, lo que da lugar a un desplazamiento intencional que hace que el juicio no se detenga en ninguna de las intenciones, es decir, el chiste da lugar a una respuesta estética, al modo kantiano” (Bigurra, 2016)

El chiste debe de contener incongruencia, lo cual deriva la risa en cuya génesis está implicado en el mecanismo cognitivo, la audiencia decide si es de su gusto, sin llegar a culminar el concepto.

El sabio, el bufón y el artista son tipos que crean contenido regularmente para compartir y los límites entre esas tres personas son los fluidos. La cualidad que tienen en común es “la percepción de una situación o idea en dos marcos de referencia internamente coherentes, pero habitualmente incompatible.

Aún que los artistas contemporáneos subrayen que el chiste lo encontramos risible no es la expresión de la incongruencia misma, sino la resolución de esa incongruencia, es decir. El hecho de hacer encajar en un esquema conceptual lo que parece una anomalía. Mas hay casos en los que la risa provocada por el chiste parece vinculada a la imposibilidad de encontrar un esquema conceptual que nos permita dar sentido al material del chiste (Castro, 2011).

En todo caso podemos decir que el chiste es necesariamente una incongruencia congruente, La incongruencia, en suma, es clave en cualquiera de sus múltiples formas: imposibilidad lógica, ambigüedad, irrelevancia, carácter inapropiado, lo inesperado, lo improbable, lo absurdo, lo anormal, lo inmoral, lo feo, etc., es decir, todo lo que se desvía de nuestros esquemas habituales de comprensión y de expectativa.

Es necesario que, en lo humorístico en general y en el chiste en particular, la incongruencia no sea amenazadora ni genere ansiedad, como subraya Plessner, para quien “sólo excitan la risa aquellas situaciones que, sin ser amenazadoras, impiden simultáneamente al hombre, por no tener respuesta, ser dueño de sí mismo y hacer algo con ellas”. En caso distinto, la persona asume la situación (intelectualmente o de la manera que sea) o se ve obligada a huir. Así, puesto que hay ciertos casos de incongruencia que no generan risa, cabe decir que la incongruencia no es condición suficiente del chiste, más puede pensarse que, al menos en la risa que significa la instalación ontológica en el mundo.

La teoría de la incongruencia es muy amplia y puede incluir en ella muchas realidades que se consideran risibles, desde el individuo que resbala por pisar una cascara de plátano, al que comete un lapsus linguae (olvida lo que iba a comentar) o al que aparece en una fiesta vestido de modo ridículo e inapropiado. No obstante, en lo que respecta al chiste, lo fundamental de la incongruencia es que presupone unos esquemas categoriales en el individuo que son violados por el contenido que vuelve risible al chiste, de ahí la idea de que el chiste pueda ser fuente de conocimiento y rompa categorías, puesto que genera nuevos modelos de comprensión (aunque en esto no se diferencia de otras formas de conocimiento, como el que genera la metáfora).

“George Santayana capta bien este elemento cognitivo cuando afirma que la incongruencia y la degradación siempre nos desagradan por su naturaleza, pero cuando las disfrutamos, como, por ejemplo, en la comedia, es en razón de la “racionalidad intrínseca y el movimiento de la ficción” y de la “estimulación y la moción de nuestro ingenio”. Captar la incongruencia supone también cierto distanciamiento respecto de las cosas de las que podemos reírnos: nunca podemos hacerlo de una persona que nos inspira piedad o afecto (salvo que anulemos estas pasiones). Por eso Bergson puede afirmar que “lo cómico, para producir su efecto, exige algo así como una momentánea anestesia del corazón. Se dirige a la inteligencia pura.” (Bigurra, 2016)

Bergson desarrolló la teoría mecánica de la risa, la cual postula que ésta sería causada por “cierta rigidez de cosa mecánica donde uno hallar la agilidad vigilante y la viva flexibilidad de una persona” o, en otros términos: “ya no es la vida, sino el automatismo instalándose en la vida e imitándola. Y eso es lo cómico.” Es bien sabido que, para Bergson, la vida, en todas sus manifestaciones, es lo más opuesto a un mecanismo (Castro, 2011).

Sus ataques contra los que pretendían reducir la vida a lo mensurable, equiparar el tiempo (su famosa duración) al tránsito de instantes, etc., son bien conocidos. En este sentido, la risa sería la barrera defensiva que la vida pone frente al mecanicismo en todas sus manifestaciones, en cierto modo, un “mecanismo” (aunque no sea muy apropiado usar este término aquí) afirmador de la vida.

De esta concepción mecánica bergsoniana forma parte también la idea de que la risa supone cierta coerción social, puesto que condena la conducta mecánica, anti vital, y aleja a la gente de modos indeseables de comportamiento, especialmente del rutinario o mecánico, humillando a los que no llegan a ciertos estándares de inteligencia, es decir, a los incapaces de ajustarse a cada nueva situación. Por ello, si juntamos a un personaje insociable con un espectador insensible, y agregamos el automatismo, tenemos las condiciones esenciales de lo risible (Castro, 2011).

3.2. El humor político ¿La mayor crítica de todo régimen?

El humor político, es una crítica del socialismo que ha existido siempre; En gran parte del planeta, o tal vez en todo el mundo. No solo puede hablar de derechas, sino también de izquierdas, lo cual es que el humor debate entre la naturaleza paradójica, crea contenido de sucesos importantes de la realidad y actualidad de cada país, en que también puede usarse para una desacreditación política y usarse para afectar a candidatos que traten de obtener algún puesto político.

Lo cual crea la pregunta que trata de responder el autor es si los chistes políticos clandestinos (prohibidos) en los regímenes de tipo soviético fueron efectivamente un factor de deslegitimación o tuvieron un papel inoperante y nulo. Su Hipótesis es que los chistes efectivamente pesaron en el proceso deslegitimación política de estos regímenes, desestructurando y poniendo “patas arriba” el orden establecido.

Los chistes pueden causar constantes referencias a la brecha entre la propaganda y la realidad concreta, reflejando una doble vida que diferenciaba claramente lo público de lo doméstico; Con estos chistes, se pretendía mostrar las incongruencias y distorsiones en un mundo dicotómico entre la ideología oficial dominante y las circunstancias materiales, produciendo una risa liberadora de las contracciones, pues se revelaban las contradicciones entre ambas esferas.

El humor político muestra las perspectivas que resultan casi un centenar de teorías documentadas con respecto al tema. El autor puede abordar las historias que vengan desde el pensamiento occidental, el antiguo testamento y los evangélicos, pasando por la risa homérica, las comedias de Aristófanes y la filosofía griega tanto Platón como Aristóteles. “No se debe de combatir dictadores, hay que ridiculizarlos” (Hernando Gómez, 2016). El humor político desde una perspectiva general, considera que los chistes expresan concentradamente eventos sociales y políticos, dando cuenta del humor político en la antigüedad y el medioevo y con la invención de la imprenta y la lucha entre los católicos y protestantes, muestra el surgimiento de toda una corriente de chistes anticlericales.

La sátira política podía ser peligrosa, en tiempos atrás, aun que existiera la libre expresión, estaba condenado atentar contra un régimen político, esto podía ser sentenciado a muerte o fuertemente criticado. Los ejemplos claros son “Daniel Defoe fue a la picota por su parodia de los torios”; Jonathan Swift escribió un ensayo crítico de las condiciones paupérrimas de Irlanda debido al colonialismo inglés.

Hubo chistes políticos durante la Revolución Francesa, sobre Napoleón y muchos otros temas candentes. Así que, en el siglo XIX, debido a la vigilancia y la censura, se produjo la aparición de la prensa clandestina en muchos países. El cabaret se convirtió en un eficiente medio de crítica, extendiéndose por toda Europa y, en la Alemania nazi, el humor fue empujado a la clandestinidad. Además, se destaca que el humor patibulario de los chistes (anti) nazis fue una importante forma de resistencia.

Thomas Hobbes desarrolló la teoría de la superioridad, comenzada por Platón, afirmando que la risa es de los poderosos. Con Immanuel Kant, apareció la teoría de la incongruencia, pues lo que provoca risa tiene que ver con una expectativa que queda en la nada. Herbert Spencer consideró a la risa como un desahogo de energía y Sigmund Freud retomó esta teoría de la descarga, discutiendo que el humor y los chistes son un alivio que permite la expresión de tensiones sexuales y agresivas de una manera socialmente aceptable.

“El autor de izquierdas y admirador del pensamiento Karl Marx, aclara en el prólogo (pp.7 a 11) su postura contra el capitalismo depredador, el imperialismo y la política exterior de los Estados Unidos. Su hipótesis central “exagerando y a la manera de un chiste” (p.359), es que la caída del muro de Berlín y la implosión de la Unión Soviética no fueron provocados por la política del papa Wojtyła, ni los mayahidines de Afganistán, ni la guerra de las Galias de Ronald Reagan, tampoco Gorbachov, o la influencia del sistema soviético, si no que fueron incitados por los chistes y el humor clandestino.” (Hernando Gómez, 2016)

El humor comunista trata específicamente sobre lo “comunista”. Los chistes políticos clandestinos eran y son vitales en todos los países porque son un instrumento para expresar quejas y críticas. En tiempos de antaño, como ya se ha comentado, la reacción por contar chistes de sátira política era sumamente penados y causaban una persecución a quien los contara; En la Grecia clásica y en la Unión Soviética era considerado como una “actividad contrarrevolucionaria”.

En Rusia la palabra “Anekdot” es la palabra rusa para “chiste clandestino” y era una forma para desmentir la política oficial. Su tremenda popularidad, de acuerdo a Várnagy, socavó y deslegitimó al régimen soviético. Se hace referencia a la influencia del humor judío, armenio y georgiano, las diferencias entre la esfera pública y la doméstica, los chistes sobre la estupidez, y se realiza una periodización del humor político “comunista” desde la década de 1920, pasando por el estalinismo, el deshielo, la década de 1960, el centenario, del nacimiento de Lenin, el estancamiento brezhneviano y los cambios producidos por Gorbachov con ejemplos concretos de una recopilación de chistes tanto en la Unión Soviética como en todos los países de los socialismos realmente existentes en Europa.

Chistes en la Unión Soviética, es una colección de humor clandestino desde 1917 hasta 1991. Se cita a Karl Marx x cuando éste dice que “La última fase de una forma histórica mundial es su comedia” (Introducción a la Contribución de la crítica de la Filosofía del Derecho de Hegel de 1844). Se presenta aquí una síntesis de la vida en la URSS: El chiste comentado aquí tuvo un gran impacto social.

“¿Cómo es la vida en la Unión Soviética? Con Lenin era como estar en un túnel: rodeados de oscuridad, pero con una luz adelante que nos guiaba. Con Stalin era como andar en autobús: uno conduce, algunos están sentados [“estar sentado” en ruso es sinónimo de “estar en prisión”], el resto temblando. Con Jrushchov era como estar en un circo: un hombre habla y todos los demás se ríen. Con Brezhnev era como estar en el cine con una mala película: todos están esperando que el espectáculo termine y, finalmente, Gorbachov es quien descorre las cortinas para que la gente salga.” (Hernando Gómez, 2016)

Sin embargo, se encuentra una sección denominada “Chistes en la Europa Central” (pp. 275 a 335), esta selecciona y recopila el humor prohibido de Alemania, Bulgaria, Checoslovaquia, Polonia, Rumania y Yugoslavia. La migración del humor fue una característica de todos esos países, y el mismo chiste podía contarse sobre Ulbricht, Ceaucescu o Rákosi: Los chistes que se creaban en ese entonces, no tenían piedad, aunque fueran censurados, con pena de muertes, pero los cómicos encontraban la manera de crearlos y contarlos clandestinamente. Aquí una muestra de la sátira política que se manejaba en la Europa central.

“En Bucarest hay una larga fila de más de dos kilómetros para comprar pan. Uno de los posibles clientes, furioso, grita: “¡Voy a matar a Ceaucescu!”, y se va corriendo. Regresa una hora después y le preguntan: “¿Lo mataste?” “No, la cola allí era más larga...” (Hernando Gómez, 2016)

Existen chistes refiriéndose a la fuerte religiosidad de los polacos y claramente subversivo, es el siguiente:

“Un político francés visita Polonia. El domingo expresa su deseo de ir a misa y se le asigna un alto funcionario para que lo acompañe. “¿Es usted católico?”, le pregunta el francés. “Creyente, pero no practicante”. “Por supuesto, ya que usted es un comunista”. “Practicante, pero no creyente” (Hernando Gómez, 2016).

Los chistes reflejaban la crisis de los valores socialistas y el quebranto de su legitimidad, pues atacaban las bases y fundamentos mismos de la ideología, subvirtiendo al sistema y produciendo una inversión del mundo, tal cual fue la manera de expresarse que se expandió por todo el mundo creando versiones de sátira política, sumamente importantes, resaltando, los problemas económicos, sociales, culturales, etc. Dando muestra que mientras existiera y exista la libre expresión en los países, la sátira política será siempre una forma de expresar el descontento de la sociedad, pero tomándolo en una forma relajada y divertida.

3.3. La crítica en el cine de comedia

La comedia en México siempre se ha caracterizado por poseer un toque de humor negro, lo cual utiliza para contar diversas historias mayormente de crítica social. En general el cine cómico es aquel que, a través de situaciones humorísticas, busca provocar risas en la audiencia, y surgió en el mundo entre los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. La primera comedia de la historia del cine es “El regador regado” La cual fue creada por los hermanos Lumière en 1896.

El Humor que manejaban era bastante blanco, en ellas utilizaban las persecuciones, los golpes, las caídas y los pastelazos, para generar risas en la audiencia, y tenían que ser historias que se pudieran contar solamente visualmente, ya que aún no existía el cine sonoro. Las películas mudas de Charles Chaplin (Culto, 2018) ocupan un importante lugar en la historia de la comedia en el cine y tras la llegada del cine sonoro en el año 1927 sin duda el cine en general comenzó a crecer desmesuradamente (ilustración 1).

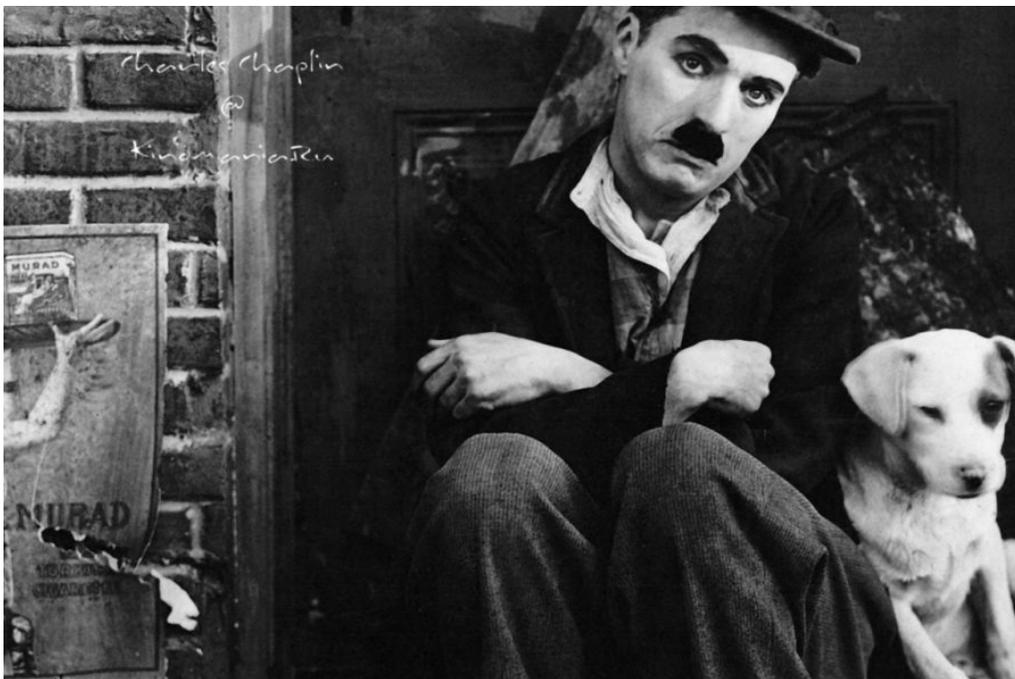


Ilustración 1. Chaplin atreves de su personaje de *Charlot* se convertiría en sinónimo cine mudo

Fuente: Charles Chaplin en cinco películas, Culto, 2018

El cine llegó a México en 1896 y los primeros realizadores mexicanos surgieron en 1899, pero hoy hablaremos de la comedia en el cine mexicano la cual surgió muchos años después. Los mexicanos nos caracterizamos por tener un humor bastante amplio, ya que nos gustan los albures y tendemos de burlarnos de temas muy alarmantes, como los problemas sociales e incluso la tragedia o muerte de otros. Nuestro humor podría decirse que es bastante inocente, pero lleva escondida una connotación social que busca reflejar una parte real de la sociedad de una forma graciosa, para así hacer algunas cosas más digeribles a través de las risas; Pero siempre y cuando incluyan un doble sentido en el chiste que vamos a comentar (Bigurra, 2016).

En el humor no existe el status social; Ya seas de clase alta, media o baja, todos entran en el contenido humorístico. La política, los problemas sociales e incluso el narcotráfico no está exento de los comediantes, en la cual demuestran situaciones reales y exageradas que buscan divertir a la audiencia, y que al mismo tiempo también son bastante honestas.

“La risa muchas veces es un mecanismo de defensa, y normalmente aquello que nos hace reír, es aquello que nos hace llorar, o que nos hace sentir malestar, al fin y al cabo, la verdad siempre incomoda, y el humor mexicano trata de hacerla más amena para el público en general, pues aunque muchas cosas podrían parecer una broma, normalmente son una crítica social y hablan de problemas reales con el toque humorístico que sólo el mexicano puede dar.” (Bigurra, 2016).

El cine mexicano encontró su personalidad cuando miró las raíces culturales de la historia del pueblo mexicano, y los antecedentes de la comedia se encuentran en la zarzuela, las pastorelas, el circo y la carpa. Es importante mencionar que durante el año 1920 no existía mucho cine mexicano, en parte porque una industria que apenas estaba agarrando fuerza en el mundo, sin embargo, ya en los años 30 comenzaron a surgir diversas películas cómicas, que surgieron principalmente de los teatros de revista, de la carpa y el teatro tradicional del siglo XIX.

La película “Allá en el Rancho Grande” (ilustración 2) una comedia ranchera, la que hizo despegar a la industria del cine mexicano, llevándola a su grandiosa época de cine de oro, en la que México fue una importante industria del cine a nivel mundial (Agurza, 2016).



Ilustración 2 Con esta película inicia la época de oro del cine mexicano

Fuente: Agurza, 2016

Los actores que dieron a relucir la comedia mexicana en el cine de oro fue Mario Moreno, mejor conocido como “Cantinflas” (ilustración 3), como olvidar al buen Germán Valdés “Tin Tan” entre muchos otros, hicieron del cine mexicano de comedia un icono y también hicieron que se popularizara los arquetipos como el rancharo ignorante, el peladito, el lépero, el mujeriego, el hijo de papi, el inmigrante perdido, la mujer peleonera, el macho mexicano, etc. (BBC, 2011) Una parte crucial tras esta transición del cine mexicano, es recalcar que las primera mujeres comediantes fueron marginadas, entre ellas Lupe Rivas Cacho, Deila Magaña, etc. Fueron muy pocas las que tuvieron algún papel protagonista en alguna comedia.



Ilustración 3 “Ahí está el detalle” es la película que lanzó a la fama a Mario Moreno “Cantinflas”

Fuente: BBC, 2011

Pero por el otro lado de la moneda, algunas actrices como Silvia Pinal y Sara García, Realizaron múltiples personajes cómicos, sin embargo, no eran comediantes, y aquellas que si lo eran tuvieron contadas apariciones en la gran pantalla. Los géneros de la comedia que marcaron el cine nacional, fue la comedia de humor surrealista, humor negro, político, social, cultural, sexy comedia, entre otros (Sánchez Villagrán, 2005).

Nuestro cine humorístico ha dado grandes actores como lo fueron Espino y Mora “Clavillazo”; Mauricio Garcés; Adalberto Martínez Chávez “Resortes Resortín de la Resortera”; Viruta y Capulina, Fannie Kauffman “Vitola” y Roberto Gómez Bolaños, entre muchos otros. (ilustración 4).



Ilustración 4 Para los años 60's el cine cómico cambiaría significativamente.

Fuente: Sánchez Villagrán, 2005

Pero cabe resaltar que la comedia de México ha ido evolucionando con el tiempo buscando contar nuevas historias reales a través de escenas exageradas lo cual crea catarsis con el público, pero a la vez intentando que la audiencia se ría de esas situaciones incómodas que en la vida real aqueja a la sociedad en la que vivimos (Nacional Pe, 2015). De 1970 a 1995 los personajes de Roberto Gómez Bolaños “Chespirito” tuvieron un papel preponderante en la televisión cómica de toda Latinoamérica (ilustración 5).

“Actualmente la comedia mexicana es uno de los géneros más honestos que verás, pues los creadores no tienen miedo de mostrar la realidad como es, y de incomodar a la audiencia, pues, aunque muchas veces causen gracia las situaciones que se presentan en pantalla, muchas de ellas suceden en la vida real.” (Bigurra, 2016)



Ilustración 5 Chespirito ocupó un lugar estelar en la televisión de toda Latinoamérica por 25 años

Fuente: Nacional Pe, 2015

En la actualidad los creadores de la comedia intentan hacer una concientización e informar a través del humor negro y ácido tan característico de los mexicanos, pero es gracias a ellos que muchas personas pueden darse cuenta de la realidad que vivimos en el país. La comedia mexicana puede tener diversos temas, tanto como malas y buenas y lo más relevante de nuestra sociedad que pese a que vivamos una tragedia un mexicano puede darle la mano a otro sin ningún problema, podemos hablar sobre el ingenio mexicano, la nobleza, el amor, humildad, valentía y muchas cualidades que poseemos.

“Un género que ha tomado mucha fuerza en la actualidad es la comedia romántica, la cual no habla tanto sobre problemas sociales, y se enfoca más en los estereotipos de la sociedad en México de una forma bastante humorística, siempre buscando mantener un tono inocente, en el que los protagonistas encuentran el amor después de superar diversos obstáculos y situaciones, demostrando que, a pesar de todo, si existen los finales felices.” (Bigurra, 2016)

3.4. Construcción de un imaginario social

Desde su nacimiento a finales del siglo diecinueve, el cinematógrafo consustancial a la modernidad y, como bien lo ha señalado Raymond Williams, desde su génesis misma “fue visto como el precursor de un nuevo tipo de mundo, el mundo moderno” (1997:137) creando un mercado lleno de cinematografía, donde los americanos serían los favoritos en esta industria. Naciendo Hollywood, con las mejores películas y actuaciones en aquellas décadas, le siguió el paso el Cine de Oro mexicano en los años 1920- hasta la fecha. Ciertamente que el cine europeo era también una gran competencia para la industria del cine, obteniendo que todos tuviesen que mejorar los contenidos de sus producciones.

En cambio, México tuvo la ingeniosa idea, de copiar el estilo norteamericano, para poder apropiarse de un renombre sobre la industria, creando en sí un estereotipo social, que solo las clases altas podían adquirir. La modernidad se refleja en la pantalla maravillando a espectadores y a un mundo ávido por verse reflejado. “El objetivo y aquí el adjetivo tenía tal peso que se hacía sustantivo captaba la vida para reproducirla (Andréu Abela, 2018) Casi inmediatamente de haber nacido, el cinematógrafo se apartó de sus fines tecnológicos y científicos para volverse espectáculo, convertirse en cine y hacerse el reflejo del mundo moderno.

El invento de los hermanos Lumière rápidamente se propagó por el mundo y su llegada a Latinoamérica se produjo apenas transcurridos unos pocos meses de la primera proyección en el Grand Café de París en diciembre de 1895. En un principio son los agentes de los Lumière quienes proporcionan las primeras imágenes cinematográficas de México, las nuevas tecnologías rápidamente fueron acogidas por los emergentes empresarios cinematográficos mexicanos.

En 1903, el mexicano Carlos Mongrad realizó el cortometraje documental Los charros mexicanos. A partir de ese momento, la cinematografía mexicana tuvo una presencia más o menos significativa en la Ciudad de México, desde donde se divulgó “a lo largo de las líneas del ferrocarril construido por el régimen de Porfirio Díaz (1876-1910) A menudo estos espectáculos viajeros

acababan integrados al vodevil y a los teatros de music-hall, o bien eran presentados en cafés y tiendas de campaña” ((Andréu Abela, 2018) Hacia 1910, la mayor parte de la producción, distribución y exhibición cinematográfica estaba en manos de empresarios nacionales.

Esto se debió principalmente a la renuencia de PathéFrères a construir estudios en México. Esta negativa fue la que pavimentó el lento camino para la edificación de la industria cinematográfica mexicana, que tendría su apogeo entre mediados de los años treinta y finales de los cincuenta, etapa conocida como la Época de Oro del Cine Mexicano.

El punto de partida para analizar la Época de Oro del Cine Mexicano lo proporcionan una serie de reflexiones realizadas desde y sobre el Nuevo Cine Latinoamericano de los años sesenta y setenta. Éstas señalan que las prácticas cinematográficas desarrolladas en el continente con anterioridad al Nuevo Cine reproducían la ideología dominante, tanto en su modo de producción como en sus sistemas de distribución y exhibición. Más aún, se sostiene que existe cierto consenso en que el mayor mérito del Nuevo Cine Latinoamericano fue el de emerger como una alternativa al cine dominante de Hollywood; Al cine europeo y la época de oro del cine latinoamericano.

El Objetivo declarado nuevo cine era romper la ideología dominante representada por la industria Hollywoodense y su modo imperialista de producción, de contenido y de distribución; desligarse del llamado Nuevo Cine Europeo y su narcisista culto por el autor y por último ser una opción a la producción cinematográfica desarrollada en el continente. De hecho, los diversos manifiestos del Nuevo cine critican abiertamente la producción cinematográfica anterior, a la que se le cataloga de imperialista, burguesa, alineada y colonista. (Andréu Abela, 2018)

La Época del cine de oro mexicano puede ser perfectamente catalogada de colonialista, por los procesos que tuvieron que pasar para poder integrarse a todo tipo de audiencias, dado caso el colonialismo contribuyó a la elaboración de un imaginario social que ha inscrito en la conciencia colectiva aquello que se concibe como lo típicamente mexicano. Para ello nacieron películas de romanticismo, comedia y acción.

Durante la época de Oro del cine mexicano hubo una contribución a la colonización de un imaginario social. Esto, en medida en que presentan un mundo socioculturalmente heterogéneo como el mexicano, a través de un conjunto limitado de personajes y estilos de vida que convierten en el epítome de lo “mexicano”.

Así, las películas de la Época de Oro naturalizan en la pantalla aquello que debe ser entendido como la esencia de la mexicanidad y con naturalización se instala en el imaginario social la ideología del multiculturalismo restringido. En el artículo se analizan dos producciones emblemáticas de la época dorada: *Allá en el Rancho Grande* (1936), de Fernando de Fuentes, y *Enamorada* (1946), de Emilio Fernández, estas permiten ejemplificar algunas de las características que manejaban en el cine de oro. (Andréu Abela, 2018)

Hollywood fue la industria a imitar durante la época de oro, por el hecho de ser el “Gran Cine” sabemos que las prácticas culturales pueden responder a estilos de vida dominantes, emergentes o residuales, pero cuyos contenidos están enteramente determinados por los contextos históricos de su aparición. Así, la emergencia de la Época de Oro se debió a diversos acontecimientos que, de alguna u otra manera, están profundamente marcados por su relación con el orden dominante.

El desarrollo de las artes que tuvo lugar en la década de 1930 también alcanzó al cine, el número de producciones fue en aumento y poco a poco la cinematografía mexicana se afianzó primero en el gusto nacional y luego en el regional. En 1938 la industria del cine era la más grande después de la industria petrolera; la comedia ranchera situó a México como el mayor exportador de películas entre los países latinoamericanos” (Silva Escobar, 2011)

México fue uno de los pocos países latinoamericanos que desarrolló un modelo cinematográfico industrial en cuanto a infraestructura se refiere. Pero la producción cinematográfica mexicana no

sólo imitaba el modelo industrial de Hollywood, sino que además reproducía las exitosas fórmulas narrativas y de construcción de personajes con las que la producción cinematográfica norteamericana había conseguido con eficacia que el público se identificara y se involucrara con los protagonistas de los filmes. (Silva Escobar, 2011)

3.5. El *Stand Up*, la evolución del humor

La primera evolución hacia el Stand-Up como lo conocemos hoy, fue cuando esos maestros de ceremonias (MC por sus siglas en inglés) o los cómicos de esos espectáculos, comenzaron a hacer rutinas más extensas sobre un tema en particular, generalmente rutinas basadas en un contexto étnico o social.

El Stand-Up Comedy es un estilo de comedia, su origen es en inglés. Surgido en el Vaudeville y en otros tipos de entretenimiento popular a finales de los 1800's. En estos espectáculos un maestro de ceremonias hacía pequeñas intervenciones cómicas entre cada acto. (W Radio, 2016)

En México también hubo representación del género, en las carpas, la tuvo su mayor exponente, en mi opinión lo sigue siendo, Jesús Martínez Palillo con su crítica social aguda “disfrazada” de comedia y que le valió ser víctima de la censura gubernamental de su época (W Radio, 2016)

3.5.1. Origen y desarrollo del Stan Up

El Stand Up Comedy es un estilo de comedia que tiene denominación de origen en los Estados Unidos, sus primeros antecedentes los podemos encontrar con aquellos locutores de radio, quienes adaptaban del vodevil al entonces nuevo medio algunas de sus rutinas. Jack Benny, Fred Allen y Bob Hope iniciaban sus programas de radio con un monólogo cómico en el que hablaban de los temas de actualidad, pero también de los temas más variados, basados en la comedia observacional y sobretodo anclados en las vivencias del día a día relatadas en primera persona, con una visión profundamente personal, con esto, ellos cimentaron las bases de lo que hoy conocemos como Stand Up Comedy. (Obregón, 2015)

“El standupero en sí es su propio escritor y director y siempre que comenta algo u hace alusión a ello, lo hace desde una postura ciertamente honesta, sea del tema que deliberadamente hablen,

“si lo hacemos políticamente” se entiende que todo aquel que hable de política lo hará honestamente, porque el tema siempre va a ser ligado a las situaciones que vive nuestro país y que ciertamente a todos nos duelen como mexicanos. (Montaño Garfias, 2012).

Si bien en los Estados Unidos existe una larga tradición de comediantes de Stand Up, en México las cosas son muy distintas. La comedia mexicana durante los últimos años ha estado dominada por el sketch y por los cuenta chistes. El sketch ha estado presente desde los tiempos de las carpas, es inolvidable el como Jesús Martínez “Palillo”, aquel incisivo comediante político, debía presentarse a dar función con amparo en mano por si lo arrestaban en plena función. Este tipo de comedia de sketches llegó y dominó la televisión mexicana de la mano de Mauricio Kleiff, libretista de los Polivoces, quien apoyado en los textos del extraordinario humorista español Enrique Jardiel Poncela, crearía el fenómeno llamado Mauricio Garcés.

Se dice que los padres de la comedia Stand Up fueron los maestros de ceremonias durante la era dorada de la radio, esto nace en los años 1950 y 1960 donde una nueva generación de comediantes norteamericanos empieza a explorar con temas políticos, raciales y humor sexual.

“En 1970 y 1980 el estilo fue creciendo y ganó gran popularidad en Estados Unidos, funcionando como trampolín hacia el éxito de grandes figuras, como Richard Pryor, Steve Martin, Bill Cosby, Robin Williams y Eddie Murphy entre otros, y se establecieron numerosos lugares llamados "Comedy Clubs" (Clubes de comedia) dedicados específicamente a este tipo de espectáculos.” (Reyes, 2016)

Según Montaño Garfias (2012); El stand up comedy no es el chiste por el chiste; Si no hay una investigación detrás, para poder contarlo al público. El standupero siempre busca hacer reír a su público desde su perspectiva. La comedia mexicana está llena de misoginia y homofobia; esto queda plasmado cada vez que un comediante hace un comentario referente a esos temas.

El stand up se ha abierto camino en México, muestran diferentes propuestas y estilos, desde lo más comercial, lo político, hasta con grupos independientes, este nuevo género de comedia, va

ganando tanto hacedores como público de premisa al lograr hacernos reír, pero los temas que se abordan, son más que nada para hacer que la gente cree una conciencia, de lo que sucede en el país, pero se trata de que el tema sea más relajado y de una forma graciosa, uno de estos es el contenido neto, en este contenido participan cuatro mujeres y cuatro hombres con una perspectiva clara, el objetivo del stand up, no es hacer reír solo como un cuenta chistes, si no que se cree conciencia de lo que pasa en el país.

Quizá el último gran representante de este género es Héctor Suárez, en quién se vislumbra la herencia de Palillo por la crítica a los gobernantes y la reivindicación social. Mención aparte se lleva José Natera y sus grabaciones en las cuáles hacia una personificación del narco Caro Quintero, incluso gracias a él se creó el mito urbano de que Quintero, había ofrecido pagar la deuda del país a cambio de no ser detenido. (Obregón, 2015). Todo esto nos lleva a los mexicanos a estar acostumbrados a reírnos del otro, pero nunca de nosotros mismos, del poderoso, del rico, del tonto.

Dentro de los pioneros del stand up comedy mexicano encontramos a Héctor Suárez Gómez, quien con su espectáculo “El Pelón en los Tiempos del Cólera”, nos habla sobre su experiencia creciendo con un papá famoso y por supuesto de las tranquizas que le ponía su papá a su mamá, la famosa “Pepita”. Luego en el roast de Héctor Suárez, Don Héctor le habría de revirar a Héctor, que su show estaba lleno de mentiras, en fin. Otro de los pioneros y actualmente de los mejores standoperos es Gonzalo Curiel, quien habla desde su experiencia de ser oficinista de 9 a 6. Otra de las pioneras y excelente comediente es Sofía Niño de Rivera, hija del célebre clavadista y comentarista deportivo, quien habla sobre su sexualidad y su experiencia como comediente.

Aunque los standoperos brincan de un tema a otro a lo largo de sus monólogos, al igual que cualquier literato, regresan a los temas que los obsesionan, además de que el abordaje de cada aspecto de sus vivencias va permeado por una carga sociológica. Conforme se popularizó el Stand up nos acercó a comediantes con cuyos relatos tenemos la oportunidad de conocer como son los mexicanos, los ricos, los jodidos, los gays, los de derecha, los judíos, las mujeres. Dentro de esas

experiencias no sólo nos reímos sino también tenemos la oportunidad de echarle un ojo al crisol de vivencias y experiencias, que ser mexicano no es un modelo único ni mucho menos.

Hablando de comunidad gay, Manuna es sin duda el mejor comediante de este rubro, él te puede hablar sobre su experiencia siendo gay en una sociedad como la nuestra y te puede dar consejos para sacar a alguien del clóset, o simplemente te habla de las diferencias entre comer pollo y comer polla. (Obregón, 2015)

Adriana Chávez y como ser gay no sólo es cuestión de hombres, y por aquello de que ahora las comunidades LGTB son más incluyentes (entiéndase por LGTB la gran banda Timbiriche), Adriana nos dice que cuando dice que es lesbiana todavía hay gente que entiende que es marciana o... que viene del planeta gay "Plutón". Gloria Rodríguez no sólo cuenta su experiencia como mujer, sino además como mujer, comediante, zurda, caliente y gorda. Por eso nos dice que la moda es una secta de la cual ella es víctima y todas las tallas extras siempre están hasta atrás en las tiendas, porque creen que en el fondo no les importa a las gordas estarlo.

Horacio Almada se va contra las instituciones mexicanas, la educación, y que le exigimos más al director de la selección que al presidente; no le da miedo mostrar que es de ultra derecha. (Obregón, 2015) El Stand Up Comedy es un género de la comedia que acaba de aparecer hace unos cuantos años en México, al menos es nuevo siendo catalogado de esa manera. Es comedia de autor donde cada comediante crea su propia rutina y se presenta ante un público en vivo, sin personaje y 'a cara limpia'.

3.5.2. ¿Qué es el Stand Up Comedy?

El stand up comedy surgió en la pobreza, durante la gran depresión económica de los Estados Unidos (1929), cuando los norteamericanos se vieron tan empobrecidos que algunos de ellos, acosados por el hambre, se pasaban para México... por el hueco.

El nombre de Stand up, nace por los años 1929, por esa época cuando los norteamericanos se encontraban en una crisis económica, estos deciden refugiarse en México, para tener una mejor vida, pero los empleos que les daban, eran los peores. Entonces eran tan pobres los norteamericanos que no tenían ni en donde sentarse y es de ahí donde nace el nombre de stand up comedy, se traduce literalmente “comedia parada” (Gallego, 2017, pág. 21)

Los comediantes parados (o standaristas) hablaban sobre sus anécdotas cotidianas: de la lucha diaria por conseguir un pedacito de pan, de las peleas con sus familias o con sus compatriotas por conseguir una cobija rota, es ahí donde encontraron que hablar de su vida y de cómo la llevaban a cabo de una forma graciosa, podría darles dinero, por entretener a un público que quería escuchar historias que le alegraran el día o con las cuales obtuviera una catarsis instantánea.

De modo que el comediante podría empezar su rutina del modo que consiste en contar la vida rutinaria, o tener temas estudiados, como político, económico, social, etc. (Gallego, 2017, pág. 21). El stand up enfrenta al comediante con el público en una situación simple y cruda. “No existe ni la cuarta pared ni estás amparado en un personaje, solo es tú nombre, tu ropa y pensamientos abriendo tu mundo privado y riéndote de lo que te pasa”.

“Según los comediantes a cargo de la tarea, el vínculo con el teatro “tradicional” es escaso. Si bien ambas son artes escénicas, no hay mucho más que las relacione. “El stand up tiene formas muy propias y los actores que lo hacen bien entienden el cambio de códigos. Uno tiene que tener necesidad de decir cosas.” (Díaz Virzi, 2011)

Capítulo IV Modelo de Investigación

Los orígenes del análisis de contenido se remontan a la Suecia del siglo XVIII, específicamente cuando la iglesia realizó análisis de documentos escritos de divulgación de la época con el objeto de identificar elementos contrarios a la religión. A comienzos del siglo XX, Max Weber realizó estudios relevantes sobre el análisis de contenido en los medios de prensa. Considerándose estos estudios los orígenes modernos de la técnica tal cual la conocemos. (Fernández, 2002)

El desarrollo de la prensa en la primera mitad del siglo XX, impulsó la utilización de la técnica para distintos usos como lo fue la comercialización de contenidos. Para esa época, la técnica fue utilizada primordialmente para la realización de estudios de informaciones religiosas, literarias, filológicas, políticas y comunicacionales permitiendo conocer el tamaño de los titulares, la superficie de los artículos, los temas tratados, entre otros y primordialmente la realización de recuento de frecuencias de ciertos elementos presentes en diversas formas de comunicación.

“Berelson y Lazarsfeld (1948) y de Lazarsfeld (1972) los que supusieron el reconocimiento del análisis de contenido como técnica de investigación, fueron el punto de partida para las valiosas aportaciones realizadas por otros autores tales como Budd, Thorp y Donohew (1967), Krippendorff (1980), Weber (1990), Frankfort-Nachmias y Nachmias (1996) y Berg (1998).” (Fernández, 2002)

El análisis de contenido es descrito como un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones utilizando procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes; por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes”.

Análisis de contenido, una recepción comprensiva, donde la mayoría de los autores están de acuerdo en que se alude a una empresa inspirada en los principios de la investigación científica y que implica por lo tanto la aplicación sistemática de reglas y de procedimientos metódicos. Algunos autores consideran que el análisis de contenido se aplica exclusivamente al texto, otros

a todo tipo de mensaje, se basa a introducir clasificaciones y efectuar comparaciones. Esto permite la formulación de inferencias acerca del emisor y de los receptores, así como del contenido o significado latente del mensaje.

“El análisis de contenido es fundamentalmente un tipo de medición de carácter científico aplicado a un mensaje, en el marco de propósitos del ámbito de las ciencias sociales.” (Tinto Arandes, 2013)

La “medición”, es un componente importante sino indispensable, implica la existencia de procedimientos de clasificación nominales, ordinales o escalares. Pero el conteo del número de veces que aparece un elemento es la medición de frecuencia asociada a la clasificación, que es la que permite el manejo estadístico de los datos. A lo cual se refiere, que, si un tema de standupero se refiere sobre bullying demasiadas veces, habla sobre el claro ejemplo que tenemos un defecto en la sociedad y tenemos que buscar la forma de reinvertirlo para exterminar con ese problema.

“En este sentido, la mayor parte de los análisis de contenido se orientan a generar y respaldar inferencias. El análisis de contenido que sólo repite lo obvio es inútil, aunque para ello recurra a mediciones. El análisis de contenido de provecho siempre tiende a poner en evidencia algo que no salta a la vista en una lectura casual.” (Tinto Arandes, 2013)

El análisis de contenido técnico pretende ser capaz de explotar total y objetivamente los datos informativos. Debe, por lo tanto, asumir en todo lo posible las reglas que se imponen a la investigación científica y al pensamiento crítico. (Tinto Arandes, 2013)

4.1. Qué es el análisis de contenido

El análisis de contenido en un sentido amplio, que es como lo vamos a entender en este trabajo, es una técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados, u otra forma diferente donde puedan existir toda clase de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, videos,... el denominador común de todos estos materiales es su capacidad para albergar un contenido que leído e interpretado adecuadamente nos abre las puertas al conocimientos de diversos aspectos y fenómenos de la vida social.

El análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y valida. (Andréu Abela, Técnica de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada, 2009)

En ese sentido es semejante es su problemática y metodología, salvo algunas características específicas, al de cualquier otra técnica de recolección de datos de investigación social, observación, experimento, encuestas, entrevistas, etc. No obstante, lo característico del análisis de contenido y que le distingue de otras técnicas de investigación sociológica, es que se trata de una técnica que combina intrínsecamente, y de ahí su complejidad, la observación y producción de los datos, y la interpretación o análisis de los datos.

Todo contenido de un texto o una imagen pueden ser interpretado de una forma directa y manifiesta o de una forma soterrada de su sentido latente. Por tanto, se puede percibir de un texto o una imagen el contenido manifiesto, obvio, directo que es representación y expresión del sentido que el autor pretende comunicar. Se puede, además, percibir un texto, latente oculto, indirecto que se sirve del texto manifiesto como de un instrumento, para expresar el sentido oculto que el autor pretende transmitir. (Andréu Abela, Técnica de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada, 2009)

Tanto los datos expresos (lo que el autor dice) como los latentes (lo que dice sin pretenderlo) cobran sentido y pueden ser captados dentro de un contexto. El contexto es un marco de referencias que contiene toda aquella información que el lector puede conocer de antemano o inferir a partir del texto mismo para captar el contenido y el significado de todo lo que se dice en el texto. Texto y contexto son dos aspectos fundamentales en el análisis de contenido. En este momento ya estamos en posición de realizar un primer acercamiento a las definiciones más características del análisis de contenido y de los distintos elementos que las componen.

Los otros dos elementos de la definición de Berelson “cuantificable” y “manifiesto” han sido ampliamente discutidos por ser ciertamente restrictivos. La “cuantificación” pide que se pueda cifrar numéricamente la información –codificación – para obtener el recuento de las unidades e indicadores de los fenómenos que estamos interesados en mostrar. No obstante, aunque la cuantificación ha sido y es importante en la aplicación de técnicas de análisis de contenido, hoy la mayor parte de los investigadores sociales, reconocen que además de mostrarse los hechos se han de interpretar.

“Berelson incorpora a su definición el atributo de que el contenido sea “manifiesto” simplemente para asegurar que la codificación de los datos en el análisis de contenido sea intersubjetivamente verificable y fiable. Esto deja fuera el contenido “latente” de los datos pieza importante en un conocimiento profundo de los mismos.” (Andréu Abela, Técnica de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada, 2009)

Hostil y Stone (1969 p. 5) abogan por una definición que aporta varios aspectos muy importantes respecto a la realizada por Berelson. “El análisis de contenido es una técnica de investigación para formular inferencias identificando de manera sistemática y objetiva ciertas características específicas dentro de un texto”. Desaparecen por tanto los requisitos de que los análisis de contenido sean “cuantitativos” y “manifiestos” admitiéndose de esta manera la posibilidad de que dichos análisis puedan ser “cualitativos” haciendo referencia al contenido “latente” de los textos”. Además se añade un nuevo elemento muy importante: la inferencia. El propósito fundamental del análisis de contenido es realizar “inferencias”. Inferencias que se refieren

fundamentalmente a la comunicación simbólica o mensaje de los datos, que tratan en general, de fenómenos distintos de aquellos que son directamente observables.

En ese último sentido Krippendorff (1990, p 28) define el análisis de contenido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”. El elemento que añade esta definición es el “contexto” como marco de referencias donde se desarrollan los mensajes y los significados. Con lo cual cualquier análisis de contenido debe realizarse en relación con el contexto de los datos y justificarse en función de éste. En definitiva, el investigador social puede reconocer el significado de un acto situándolo dentro del contexto social de la situación en la que ocurrió. (Andréu Abela, Técnica de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada, 2009)

Quizás la definición de Laurence Bardin puede englobar todas las definiciones vistas hasta ahora conceptualizando el término “análisis de contenido” como “el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes”

Por tanto, pertenecen al campo del análisis de contenido todo el conjunto de técnicas tendentes a explicar y sistematizar el contenido de los mensajes comunicativos de textos, sonidos e imágenes y la expresión de ese contenido con ayuda de indicios cuantificables o no. Todo ello con el objetivo de efectuar deducciones lógicas justificadas concernientes a la fuente el emisor y su contexto o eventualmente a sus efectos. Para ello el analista tendrá a su disposición todo un juego de operaciones analíticas, más o menos adaptadas a la naturaleza del material y del problema que tratará de resolver, pudiendo utilizar una o varias que sean complementarias entre sí para enriquecer los resultados o pretender así una interpretación fundamentada científicamente.

Esta técnica de investigación social descrita por algunos como cuantitativa y por otros como cualitativa, es vista como una técnica para generar datos o para hacer análisis de los mismos. La

mayoría de ellos suelen abordar con escasa profundidad los métodos utilizados para la realización de una investigación descriptiva, conformándose en muchos casos con simplemente mencionar las fuentes de datos secundarios existentes donde es posible encontrar la información necesaria para la realización del estado de la cuestión.

Radica en el hecho de cómo convertir estos datos en información útil para el proyecto de investigación. De ahí radica, que cada vez se haga más necesaria la aplicación de técnicas de investigación descriptivas que permitan sistematizar estos datos provenientes de las distintas fuentes secundarias en información fácilmente manejable y comprensible.

“En las ciencias sociales, los estudios descriptivos se proponen realizar esencialmente una medición precisa de una o más variables en alguna población definida o en una muestra de dicha población. La descripción es, pues un discurso que evidencia y significa el ser de una realidad a través de sus partes, sus rasgos estructurales, sus cualidades, sus propiedades, sus caracteres estructurales o sus circunstancias”. (Arandes Tinto, 2013)

La investigación descriptiva es un proceso inicial y preparatorio de una investigación, en la medida que el fenómeno a estudiar forma un sistema complejo y muy amplio, la misma nos permite acortarlo, ordenarlo, caracterizarlo y clasificarlo, es decir hacer una descripción del fenómeno lo más precisa y exacta que sea posible. Esta permite realizar una revisión crítica y analizar en profundidad la corriente de investigación con el objeto de reseñar las condiciones que originaron su aparición, así como los resultados más relevantes alcanzados por los diversos estudios realizados sobre el tema, así como también señalar los problemas conceptuales y las limitaciones metodológicas existentes.

El propósito de este trabajo, recae precisamente en este punto, mostrar por medio de un ejemplo de aplicación práctica del análisis de contenido, sobre los temas controversiales que manejan los comediantes hoy en día, en ello conoceremos el estado de la cuestión del fenómeno marca país y el origen del stand up “standupero” mexicano.

Busco indagar sobre el conocimiento generado en esta corriente de investigación, conocer su estado actual, para saber con más profundidad y propiedad aquello que se ha hecho y dicho sobre este tema. La intención es mostrar al lector de manera práctica, como se puede sistematizar el conocimiento por medio del uso de una metodología científica de análisis de contenido, que permita sintetizar datos que los mismos se presenten de manera oportuna y resumida, facilitando de esta manera la interpretación de los mismos. La técnica de análisis de contenido, representa unas características que la hacen particularmente interesante para el análisis de cualquier forma de comunicación, que pueda ser grabada o escrita; Particularmente estas son las características.

“El análisis permite la utilización de material no estructurado. El análisis de contenido parte de información no estructurada (contrario a un cuestionario) que es posteriormente codificada por medio de unidades de análisis que son generadas por el investigador.” (Arandes Tinto, 2013)

En dado caso, la estructura de un standupero trae consigo algunos estudios sobre la sociedad, la economía, política y muchos temas más. Atrayendo a la audiencia de una manera con la cual se familiariza con el contexto que se expresa durante el monologo.

“Es una técnica de no intrusión neutral. El análisis de contenido permite obtener información sin existir una intervención del investigador que condicione o influya el proceso de recogida de información del sujeto como es el caso de las entrevistas o experimentos, en los cuales debido a la interacción que ejerce el entrevistador es posible que se desvirtué la verdadera naturaleza de un fenómeno.” (Arandes Tinto, 2013)

En todos los casos sin excepción, los standuperos relatan sucesos que pasan en la vida real, obteniendo información relevante, sin necesidad de tener una profunda investigación, la cual pueden aplicar como un experimento social, durante su contenido y puede decirse que es un experimento, porque estamos hablando de sucesos relevantes que acontecen en nuestra sociedad, que pueden traer cambios significativos para el ser humano, de tal manera que lo que se expresa es de una forma divertida pero con un aliento de desagrado en algunos casos y por

eso es importante saber cómo interpretar el contenido para tomarlo de una forma ligera o de lo contrario de mal gusto.

“Es una técnica sensible al contexto. El análisis de contenido parte del contexto para identificar la información.” (Arandes Tinto, 2013)

Identifica la información en base al tema que quiera tratarse durante el stand up, esto se refiere a que se crea un contenido previamente al evento, donde se recopilan varios sucesos de la vida cotidiana y se expresan de una manera chistosa, la cual la puede ser sensible para el público en cuestión de diversión.

“La técnica permite manejar un gran volumen de información a un coste no muy alto, lo que la hace especialmente útil para su utilización en muestras sumamente grandes. En este sentido, pueden utilizarse programas informáticos para facilitar la labor de recogida de datos y su posterior análisis. Podemos citar por ejemplo los programas utilizados para la identificación y conteo de palabras de los buscadores más famosos de Internet (Yahoo, Google, etc.) así como aplicaciones de bases de datos específicas que se han desarrollado para el público en general en los últimos años.” (Arandes Tinto, 2013)

El análisis de contenido, permite obtener información en todas las plataformas, si buscamos problemas sociales más relevantes en el presente año, podremos encontrar temas de narco tráfico, muertes, enfermedades, estudios, etc. Obteniendo una confirmación de la cual podemos estar seguros que los standuperos se están informando diariamente de los acontecimientos que suceden en el país.

Analizar un contenido supone estudiar los contenidos de un material previamente seleccionado. Es ampliamente aceptado considerar que cualquier estudio con espíritu crítico de un mensaje constituye ya un “análisis de contenido” en sí mismo. Es evidente que, ante cualquier mensaje, hemos de hacer cierto esfuerzo por descubrir su significado y que esto implica una tarea de

“análisis”. De hecho, la lectura de un artículo en una revista, periódico, un stand up, informe o similares supone un esfuerzo consciente del contenido del mismo y de su implicación.

4.2. Componentes del análisis de contenido

Son diversos los aspectos en los que podemos abordar al momento de realizar un análisis de contenido, estos dependen en buena medida de la experiencia del investigador y del marco de referencia que se genera a partir de la revisión de la literatura. Dicho lo anterior, en nuestro caso tendremos como referencia tres aspectos que se repiten una y otra vez en el stand up para la buena representación del monólogo (Bengochea, 2016)

- En primer lugar, tenemos al **personaje**.
 - Comunicación no verbal: Apariencia física/ vestuario
 - Comunicación verbal: Historia/ monólogo
- En segundo lugar, tenemos el **espacio escénico**.
 - Decoración
 - Iluminación
 - Objetos
- En tercer lugar, se encuentra el **público**.

4.2.1. El personaje

El personaje no requiere ser una persona inteligente, ni de clases sociales. EL personaje de comedia tiene una peculiar característica, la cual se encuentra en hacer reír a su público la cual es su única meta. Para poder generar empatía con el público deben de relatar sucesos que requieren de una catarsis emocional en la cual se pueda ver involucrado el emisor y el receptor. La cualidad de un cómico es solo causar gracia y tener el sentido del humor para poder manejar a sus expectantes.

El protagonista cómico suele ser común y corriente y representar un arquetipo, es decir, mentiroso, charlatán, pícaro, enamorado, problemas sociales, etc. Puede ser también inocente e inconsciente.

La vestimenta que se requiere para presentar un stand up es libre, hay varios artistas que se presentan, formal, informal, sport, cholo, etc. Para tener mayor seguridad de sí mismo y es que en el pasado no se basaban en un protocolo de cómo vestir si no, nada más de cómo hacer reír a la gente. ¿Cómo te imaginas a un cómico? Serio, de traje, vestido de payaso, etc. Es por eso que no generan expectativas de los cómicos para que puedan presentar su monólogo de una manera en que empátase con su público.

Cuando hablamos de un discurso de un standupero sabemos que de por medio habrá un tema, y a esto nos referimos a una exposición oral a partir de un texto escrito este texto lo que hace recoger una serie de ideas y de datos sobre algo que vamos a decir frente a un público. Dentro de los discursos podemos encontrar todo tipo de temática, desde la literaria, la social, la técnica, la política, económica, etc. pero lo que realmente importa es la manera de exponer la comedia y de transmitirlo a los demás.

La importancia de los temas radica en la manera en que se transmite a un público. La mejor manera de hacerlo es siguiendo una serie de pautas que nos va a ayudar a que el standupero llegue mucho mejor, sea entendible irreconocible y, lo más importante, lo que quiere transmitir para que el mensaje le llegue a su auditorio y lo perciba de una manera adecuada.

Una temática de un standupero debe de durar 30, 45, hasta 60 minutos, la atención del auditorio, del público, decae, por lo que debe de no extenderse hasta el máximo de lo indicado. Por otro lado, deben de dividir la comedia en partes concretas: la primera una breve introducción del tema que vamos a tratar “como se puede llamar un show”, una segunda parte tener variedad de temáticas de una manera sencilla y que sea fácil de entender para la audiencia el tema.

El público, hoy día, gracias a las redes sociales, Internet, medios de prensa escritos y la radio, están muy al día de la situación política, social, económica, cultural, etc. del país, por lo que intentar hacer un stand up simple o popular puede ser algo que consiga el efecto contrario de lo

que se pretende. Por eso es importante transmitir lo que quieren decir de una manera directa, simple y entendible.

4.2.2. El espacio escénico

De acuerdo con Muñoz (2010), el espacio escénico es el lugar donde el actor representa a un personaje, y aunque podría pensarse en el teatro como el ejemplo fundamental, cualquier espacio que sirva al propósito de la representación puede ser un escenario, puede ser un patio, la calle, un parque, una carpa o una locación. Dicho espacio establece la relación con el público y puede ir desde lo totalmente inversivo, hasta lo completamente distante. Marcando la función práctica (lugar de la representación) y simbólica (lugar donde se supone que está el personaje) del espacio.



Ilustración 6. El escenario del stand up típicamente tiene pocos elementos.

El espacio escénico es imprescindible al momento de realizar una interpretación teatral, que puede ir de la lucha libre y el circo a la puesta en escena de Macbeth o Hamlet. Para el caso del stand up, este suele estar conformado por un escenario ligeramente superior al del público, iluminación frontal y un telón de color rojo en la espalda como se ha acostumbrado en la mayoría de los teatros desde la época de los corrales de comedia españoles del siglo XVI. Esta convención

no siempre se mantiene y en ocasiones se utilizan espacios industriales como la tradicional pared de ladrillo rojo de los clubes de comedia (Live Comedy Club) de New York de los 70's. Sea cual sea el escenario del stand up, este siempre es sobrio en su decoración para no imponerse al standupero (ilustración 6) y generar una sensación de espacio íntimo, como el de un bar.

En cuanto a los objetos que se utilizan, estos son muy diversos, pero de manera regular se emplean un micrófono de piso y un banco (ilustración 7). El micrófono es utilizado para que el standupero pueda hablar en él, teniendo dos posiciones, la primera es estar fijo en el atril u quitarlo del atril para tener una movilización dentro del escenario el cual lo permita tener un mejor desempeño del discurso y lenguaje corporal para transmitir seguridad de lo que están hablando. El banco es posicionado a un lado con la opción, de descansar mientras comparte su monologo o poner su agua mientras habla.



Ilustración 7. El micrófono y el banco son convención en el stand up

El espacio escénico tiene significado en relación a la sala de los espectadores, pues su forma y condición determinada limita determinadas formas de movimiento; existen escenarios circulares, elípticos, de suelo plano, inclinado; también los materiales del suelo aportan significado y limitan los movimientos, así como sus dimensiones. El escenario se convierte en la posibilidad del actor de realizar determinados movimientos que se interpretan como los propios del personaje. tiene

características muy peculiares al pasado, ya que cuando inicia el cine de oro y mucho antes de esa época ya existía la comedia, donde se exhibía en carpas, bares o circos. Los cuales únicamente contaban con mesas, un micrófono y una silla para el cómico, y su público se sentaba en mesas a beber algo mientras gozaban del espectáculo. Es por eso que la referencia del nuevo cómico está basada al pasado, ligado a que ahora es lo mismo, pero más moderno y es para tener la esencia de cómo nació la comedia.

4.2.3. El público

El espectador desea ver un buen espectáculo, pasar un rato agradable, disfrutar del monólogo que se le está presentando (ilustración 8). Al término del stand up la cantidad y el esmero de su aplauso indicarán que tanto le gustó lo que vio. A lo mejor se pondrá de pie y pedirá “otra, otra”, o a lo mejor sólo aplaudió unos instantes por mero compromiso; a la salida del evento, el espectador comentará con sus acompañantes el espectáculo. Si le gustó o no le gustó, sus aciertos y carencias y recomendará o no a las personas con las que converse, y en el peor de los casos, dirá que fue el peor espectáculo de su vida, que hubiese deseado no haber invertido su tiempo y dinero y que no vayan a verlo (Delgado García, 2017)



Ilustración 8. Espectadores de una sala 3D

El papel del espectador está predefinido según la voluntad del autor, sin embargo, el sujeto que en la realidad percibe la obra puede no ajustarse a lo que el standupero esperaba. El espectador reviste una importancia fundamental, no solamente como destinatario de la representación sino también por la comunicación privilegiada que se establece entre el standupero y el público en escena.

En un espectáculo en vivo, la condición óptima para el éxito del mismo es la empatía entre el que actúa y el que observa, haciendo que la persona del público participe en la narración. El espectador es una de las tres cuerdas que el standupero debe siempre mantener equilibradas. Inclinar a favor del espectador hace preponderante el aspecto de exhibición de la representación del monólogo mientras una escasa atención al destinatario de la representación puede llegar a hacerla débil y privada de sentido, si no en la elaboración privada de quien lo ejecuta. (Melissa, 2014)

4.3. Reglas de codificación del discurso

El discurso es el primer proceso que hizo que cambiase el ser humano hace miles de años y esto aún hoy en día se sigue haciendo (Castells, 2004). Lo anterior se puede observar en la forma en que cada persona se comunica, con cada persona el proceso es diferente por las modalidades que se utilizan y esto lleva a una manera de pensar específica y reflexionar en cómo nos comportamos; de relacionarnos y de cómo actúa nuestra propia psicología para transmitir y entender los mensajes.

Continuando con Vitores González y Gil-Juárez. (2011), la reflexión sobre cómo nos comunicamos habitualmente es obligada al momento de recapacitar en las tecnologías digitales contemporáneas, por donde se transmiten infinidad de mensajes de la vida cotidiana, en un proceso complejo en el cual la información que se transmite contiene mensajes que requieren cien por ciento de nuestra atención. En dados casos la descontextualización del mensaje puede llevar a una mala interpretación de este con repercusiones serias.

Por lo tanto, al momento de transmitir un mensaje en una red virtual, este se llega a distorsionar al compartirlo con otro individuo que puede entender algo totalmente diferente a lo que se emitió en un origen. Se trata de un proceso de simplificación de mensajes que se han aislado del contenido de la vida real y que dificultan tener una comunicación efectiva.

En esta dinámica, el receptor del mensaje también es un emisor, un sujeto que transmite información hacia el primer emisor y hacia otros emisores/receptores, el mensaje es modificado en este ir y venir de emisor a receptor y así sucesivamente hasta que el mensaje puede llegar totalmente modificado como resultado del uso de tecnologías de la información y la comunicación

En este caso tanto como el emisor, y el receptor deben de tomar la postura de adaptación del mensaje, si quieren contribuir en comunicar lo que está sucediendo. En este postulado se

encontró que la realidad del emisor y el receptor no son entidades autónomas separadas del canal, sino que dependen de éste. Si a esto le sumamos que el hecho de la comunicación sea constante y permanente y que los mensajes fuesen constantes y no paran de circular, nos daríamos cuenta que tal vez lo importante no son los extremos de los esquemas sino su parte central que son el canal y los mensajes.

- El ser humano orienta sus actos hacia las cosas según lo que significan para él.
 - El significado de estas cosas se deriva de la interacción social que cada uno mantiene con otras personas o surge como consecuencia de éstas.
 - Los significados se manipulan y modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por una persona al enfrentarse a las cosas que encuentra a su paso.
- (Lora, 2012)

En la sociedad de la información el conocimiento se ha convertido en la forma de transmitir mensajes, y la tecnología de la información y la comunicación, el medio por el cual transmitirlos. Al hablar de los personajes que los standuperos han construido, encontramos diversas temáticas que ellos abordan. Estos son comunidad LGBT, feministas, proletariado, política, racismo, economía, etc. La comedia se transmite a través de un canal llamado “Comedy Central” y los mejores Standuperos también tienen sus especiales en “Netflix” esto se muestra como un programa inclusivo, al grabar un especial de temas como lo puede ser los ya mencionados, como parte de un medio masivo para transmitir mensajes. Los humoristas y standuperos son los que actualmente dominan el mercado de entretenimiento y manteniendo su posición gracias a que cada uno se dirige a públicos específicos.

Los primeros tienen entre su público a los baby boomer y a la generación X: aquellos que crecieron viendo la comedia en televisión y en medios tradicionales; los otros, van de los millennials en adelante, un sector que se centra en el uso de las redes sociales y plataformas como netflix, para difundir su trabajo. Todo tiene que ver con el momento y la tecnología que estamos viviendo: el humor y las herramientas son las mismas, la estructura de los chistes es exactamente igual:

premisas y remates; lo único que cambian son las tendencias y la forma de hacerlo. Es totalmente un asunto generacional, los humoristas tienen un rango de edad específico, a ellos no los van a ver adultos, entendidos como gente madura.

El stand up es un tipo de humor diferente: ellos hablan mucho de lo que les tocó y afectó en su vida, tanto como temas personales y externos a lo que nos remontamos a las comunidades LGBT, feminismo, racismo, economía, política, etc. Y esto es lo que atrae al público saber qué es lo que pasó en tu vida y que es lo que sucede con la sociedad. Los temas que pretenden abordar en su humor, algunos standuperos quieran parecer intelectuales, es un reconocimiento intelectual el que buscan por llegar bien informados a relatar lo que sucede en nuestro presente, de hecho, muchos de ellos son “intelectualoides”, se sienten los tecnócratas del humor.

Algunos de los standuperos que cuentan con especial de netflix son Franco Escamilla, Sofía Niño de Rivera, Daniel Sosa y Carlos Ballarta, el mundo de la comedia está renovado con el stand up, este género cada vez más presenta muchos exponentes y demuestran que tienen el talento para practicarlo, pero son pocos los que se ganan a la gente y tienen éxito de verdad en este medio, los cómicos ya comentados son los que han podido resaltar en este mundo de lo cómo y han tenido grandes audiencias que han hecho que lleguen a la pantalla grande.

Sus temas han hecho relucir su carrera y su audiencia son quienes los aplauden, Franco Escamilla, Sofía Niño de Rivera, Daniel Sosa y Carlos Ballarta, unos muy buenos y otros no tanto por temas discriminatorios, han estado en el ojo del huracán, pero han podido sobre llevar la adversidad y mantenerse en el juego. En la determinación de las subcategorías del personaje, identificamos dos aspectos de análisis del discurso ¿qué dicen y cómo lo dicen?

El análisis de contenido, es como vamos a entender la técnica de las interpretaciones de los standuperos, a partir de qué manera están hechos, como están grabados, filmados, en vivo, etc. Nos basamos en observar los protocolos de cada uno de los standuperos de cómo es que generan

el contenido para sus audiencias y de qué manera se evalúa el discurso, si es adecuadamente interpretado o no y la forma de cómo lo dicen.

4.3.1. ¿Qué dicen?

En una situación comunicativa intervienen varios elementos en este caso el “Standupero” y su “Audiencia”, pero lo indispensable es la transmisión de un mensaje entre un emisor y un receptor utilizando un código que usualmente es el lenguaje y a través de un canal, que puede ser oral, escrito, etcétera. El discurso se da en un contexto determinado, en un tiempo y lugar específicos y bajo ciertas condiciones. Cuando el standupero habla ante un público emite un mensaje previamente preparado, busca orientarse a un tema o temas en particular y desarrollarlo de manera que capte el interés del público. Muchos discursos se apoyan en recursos informáticos como son los temas de, sátira política, social, LGBT, feminismo, machismo, racista, entre otros. El discurso se basa en primer lugar, en la lingüística estudia el discurso como forma de lenguaje escrito u oral, es decir, el texto o conversación.

“El discurso narrativo refiere a hechos que se expresan en un determinado contexto de tiempo y espacio y que pueden ser reales o imaginarios. El discurso descriptivo intenta mostrar las características de lo expresado sin emitir una valoración personal. Un discurso expositivo informa acerca de algo de manera objetiva, clara y ordenada. Un discurso argumentativo es aquel que utiliza un emisor para convencer o persuadir acerca de algo. Es típico de la oralidad, de las conversaciones, debates, conferencias, o dentro de los textos como imitación de la oralidad.”
(Estela Raffino, 2019)

Además, según la postura que toma el hablante, el lenguaje dentro del discurso toma distintas formas. Si el mensaje apela a expresar un sentimiento, el discurso tendrá una función expresiva. Si buscamos llamar la atención del oyente, será apelativa.

Cuando deseamos saber si el otro ha oído bien nuestro mensaje, fática. La función que retoma el mismo lenguaje se llama metalingüística. Cuando se trata de ficción, el discurso es poético y si brindamos información objetiva, la función será informativa o referencial.

Mensaje: Uno de los puntos de partida al escribir un discurso es tener una idea muy clara del mensaje general que se quiere transmitir. Mientras más claro lo tiene quien confecciona el guion, más claro lo tendrá el público.

¿Cuál fue el mensaje principal? La persona a la que se refiere es un hombre que no tiene aspiraciones a superarse, no tiene clase ni modales y no es un hombre que quieran como pareja las mujeres. ¿Quedó lo suficientemente claro? Si, la expresión es un tanto discriminativa, pero da a entender el mensaje.

Objetivo: Otro de los puntos a tener en cuenta antes de redactar es saber lo que se quiere lograr con la charla informar, persuadir/motivar o entretener. También es importante aclarar qué querríamos que el público hiciera, pensara o sintiera inmediatamente terminado el discurso. Sólo tras tener claros, mensaje y objetivo, podemos comenzar a platicar.

¿Quedó claro el objetivo? Hacer que la audiencia reaccionara de una forma burlona por la expectativa que crearon del hombre. ¿Fue conseguido? Si, en repetidas ocasiones.

4.3.2. ¿Cómo lo dicen?

El standupero debe estar atento al público al que dirige su discurso, no sólo en el momento de la presentación, sino mucho antes de ella, para preparar lo necesario de acuerdo al público. De allí la importancia de un buen análisis del público. El emisor, de cualquier mensaje que se trate y utilizando cualquier medio de comunicación, debe tener en cuenta que no es lo mismo que se trate de un tema en particular por que no todo al público en general le interesa el contenido que se va a llevar a cabo, como tampoco es lo mismo que se trate de un mudo o de una persona que habla. Por tanto, la práctica común de un buen orador será la de tener la costumbre de

observación sobre todos los datos del público a quien dirigirá su mensaje. Por ejemplo, en la expresión oral se analizó los diferentes puntos como lo son:

- Sexo
- Edades
- Clase socioeconómica.
- Grupo étnico.
- Actividades preferidas.
- Políticas.
- Económicas.
- Religiosas.
- Profesionales.
- Valores.
- Creencias.
- Opiniones.
- Necesidades.
- Preocupaciones.
- Actitudes
- Adaptaciones al público.

Teniendo un análisis del público de este tamaño puede resultar muy favorable para que el standupero pueda preparar el discurso y compartirlo, porque de acuerdo a todas estas características se acomodará la manera de presentarse ante el público. Entre los puntos a destacar se encuentran estos, sobre un análisis del standupero que se cree que es lo más importante para impartir un monólogo de una magnitud cómica. El estudio es basado en:

Reacción del público: El público es lo primero, por lo que la reacción que obtengamos de ellos determinará el éxito o fracaso de la ponencia. ¿Cuál ha sido su reacción? Burlarse de la anécdota

que tuvo con el hombre. ¿Ha sido favorable o desfavorable? Ha sido favorable, pero no causo empatía con el género Masculino.

Voz: En la variedad está el gusto y, en el caso del orador, es especialmente necesaria para mantener la atención y despertar emociones. Idealmente, queremos sonar conversacionales y en las conversaciones variamos el volumen, el ritmo, la cadencia de nuestra voz en función del énfasis que queramos hacer en determinados puntos. La monotonía aburre. ¿Fue la presentación monótona o moduló el orador su voz en el transcurso de ésta? La presentación es monótona, ya que repite en dadas ocasiones lo que es un chacal y que es a lo que aspira en su vida, su voz, solo genera empatía con el público femenino y no se enfoca en el masculino.

Pausas y muletillas: Una pausa bien colocada puede sumar en impacto, dejando a la gente en vilo o permitiéndole reflexionar. Pero una pausa con un “he”, un “pues” o cualquier otra muletilla, impide lograr lo anterior y además hace que el orador pierda credibilidad haciéndole parecer inseguro y poco preparado.

¿Se tomó su tiempo entre idea e idea? No, porque su tema se basa solo en el chacal, y no se toma tiempo para emplear otra idea que no sea del mismo individuo. ¿Hizo pausas silenciosas o usó muletillas para entrelazar conceptos? Si, utiliza el “wey” hace pausas para que la gente se ría y le regalen aplausos.

Lenguaje del cuerpo: La postura y la gesticulación (primordialmente) dirán mucho sobre el que habla. Sin saber cómo ni por qué, sólo con ver cómo se desenvuelve una persona, podemos hacernos un juicio considerablemente certero sobre ésta. Una postura firme y erguida transmitirá autoridad. Una gesticulación natural, abierta y no desafiante, ganará amigos. Utiliza un lenguaje abierto, moviéndose por todo el escenario, y haciendo diferentes señas para expresar de una forma más visual su stand up. ¿Se desarrolló con naturalidad? si, con base a la expresión de lo que relata.

La forma de contar una historia en términos de guion obedece a las reglas estándar de cualquier producto audiovisual (ilustración 9), con una introducción de impacto que plantea al personaje y la situación, un primer clímax que da ritmo al discurso y lleva al punto central de argumentación. En este punto puede haber un cambio de tema o una derivación del tema de inicio que se lleva a un segundo clímax previo al cierre, el cual suele concluir con elementos del planteamiento inicial para establecer una especie de círculo.

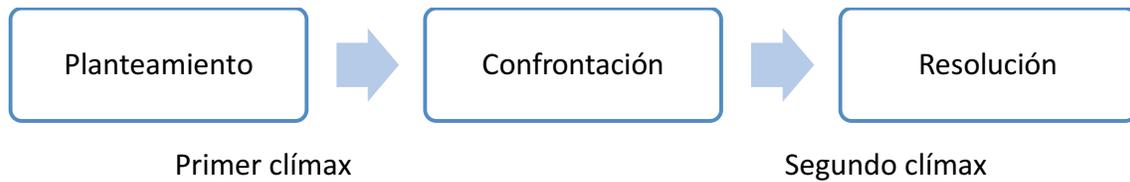


Ilustración 9 Paradigma narrativo clásico

Fuente: Elaboración propia con base en Field, 1995

Este modelo permite analizar la estructura de la narrativa en términos de la propuesta audiovisual y es posible trasladarlo a la construcción de los monólogos del stand up. Mismo que empelaremos como guía para la revisión de los vídeos.

Capítulo V. Resultados del Análisis de contenido de los standuperos

El stand up mexicano se ha caracterizado por su contenido mediante la televisión y YouTube, por ello analizamos a los standuperos que más éxito han tenido en el medio, (Daniel Sosa, Ricardo O'farril, Franco Escamilla, Carlos Ballarta, Sofía Niño de Rivera.) con temas destacados como lo son, económicos, familiares, *bullying*, política, economía, racismo, etc. Que, a pesar de todo, el stand up también trata de relatar anécdotas que les han pasado a lo largo de su vida para generar catarsis con su público.

Se calificó a cada tema por cuantas veces se menciona en el video y por standupero, sumando en general cuántas veces se habló del mismo tema en diferente monologo. Se tomaron capturas de pantalla y se pusieron entre comillas los diálogos más sonados y con los cuales las audiencias rieron más. En lo cual encontramos que los temas más fuertes, como bullying, sexualidad y género, son los temas que les agradan a las audiencias jóvenes; Y los temas más fuertes para la audiencia mayor son, lo económico, político, relaciones sentimentales y familiar.

Obteniendo un grato resultado, al detectar el porqué del stand up mexicano es tan popular y gusta mucho al público mexicano; al construir mensajes significativos dirigidos a las audiencias jóvenes, característica del discurso en las narrativas construidas por los *standuperos* mexicanos más populares en sus canales de YouTube, los *standuperos* mexicanos más populares han construido una narrativa de la vida cotidiana por medio de sus monólogos humorísticos, generando contenidos altamente demandados principalmente entre los consumidores jóvenes de YouTube.

5.1. Análisis de los personajes de los standuperos mexicanos

Los standuperos mexicanos se presentan en un foro que se transmite en el canal de televisión “Comedy Central” El stand-up comedy, es otro tipo de comedia que ha ganado terreno en nuestra capital desde hace algunos años. Cafés, cines, bares, foros y hasta conciertos ya tienen sus propios horarios donde exponen a los standuperos locales que hoy dominan los escenarios: Ricardo O’Farrill, Gon Curiel, Roberto Flores, Andrea Ortega Lee y Alexis de Anda por mencionar a algunos de los mejores.

El bar/club por excelencia para el stand-up comedy en la ciudad. Fue pionero en acoger a este tipo de eventos y ahora posee su propio catálogo de comediantes, todos ellos han saltado a la fama exponiendo sus monólogos en televisión y hasta en la plataforma de Netflix. El giro que le dio al stand up fue que al iniciar aparecieron en bares, después en televisión y continuaron con su carrera en un canal privado de YouTube para darse a conocer un poco más.

Al generar bastantes visitas en cada contenido que han subido a este canal “You Tube” obtuvieron un pase de recomendación directo a la plataforma de Netflix, posicionada como una plataforma de películas, comedia, series, etc. La cual se encuentre en un Top 10 del sitio web. Únicamente los standuperos que jalan más audiencia y tienen bastantes vistas, likes y suscriptores en el canal ya mencionado, son los que han podido crear su especial de NETFLIX.

Los que han aparecido en esa plataforma es un sinónimo de éxito en la comedia, porque no todos los standuperos que se encuentran en el medio, han podido lograrlo, son pocos y contados los que cuentan con este privilegio. Es por eso que la comedia a generado grandes expectativas de contenido, para el público. Donde todos quieren ver y escuchar algo que les genere una reflexión u empatía en los sucesos cotidianos.

La escena del stand up tiene su llegada en el año 2008, anteriormente ya existía la comedia, pero su boom aparece en este año, con Suárez Gomís; Posteriormente siguieron sus pasos muchos comediantes más, entre ellos destacan Gon Curiel, Jurgan, Sofía Niño de Rivera, ManuNna, etc.

Los temas a tratar sobre este tipo de comedia fue lo que caracterizo al stand up, un banco, un micrófono, el comediante y su público es todo lo que se necesitaba para poder hacer reír a cientos de personas.

Esto comenzó, en un café llamado 22 ubicado en la ciudad de México, posteriormente, fue lanzado a la cadena televisiva, comedy central; Al popularizarse comenzaron con su plataforma en YouTube, para después aparecer en la pantalla grande y en una gran plataforma que apareció hace poco y ha ido creciendo en los últimos años, y nos referimos a Netflix, esta potencial plataforma es una característica de éxito, lo cual no todos los Standuperos han podido consolidarse como los mejores para tener un especial en esta cadena.

Los monólogos han creado temas de interés social, el cual también puede ser percibido como temas de relevancia para los jóvenes milenials, los cuales pueden aprender de las anécdotas de los standuperos o de los temas tan controversiales de los cuales se hablan, como lo político, económico, social, etc. Pero no dejemos de lado que esto se trata de lo cómico y no podemos desviarnos a querer escuchar cosas con sentido o coherentes mientras percibimos un stand up. Esto se ha creado para reír, hablar con sarcasmo y decir tonterías mientras se expone un tema de algún interés social.

5.1.1. Carlos Ballarta

Carlos Ballarta un personaje con el cual podemos empatizar por la forma de su discurso y de qué manera lo relata para hacerlo entretenido y simpático. Al momento de realizar la introducción o planteamiento de su personaje, Ballarta comienza presentando la situación.

Se trata de generar comicidad partiendo de un problema social relacionado con la explotación y el trabajo realizado por niños en fábricas de asia. Puede ser gracioso por la forma en que lo platica, como es que explotan a los niños para crear productos desgastados y no vale el esfuerzo que hacen, pero no da mucho resultado porque no es un problema grave en México y si no sucede en el país, no ha todo mundo le genera gracia. ¿Por qué es gracioso o no lo es?



Ilustración 10 Presentación de: Carlos "Ballarta" Tema: Furia Negra

Fuente: Canal de Comedy Central en YouTube, 2018

Posteriormente viene el desarrollo del monólogo, cambiando rápidamente de tema como una reacción al público y empieza a hablar sobre el suicidio a manera de puente con el siguiente tema.

Señalando que se tomó un frasco pastillas, pero dado que era un frasco de antibióticos, ahora su expectativa de vida es de 180 años más.

Durante el monologo menciona lo de Juan Gabriel y la Virgen y la relación con el público, lo cual genera un comentario discriminatorio y racista, donde comenta que Juan Gabriel era gay y que nunca lo dijo abiertamente, solo lo que se ve no se pregunta; pero era uno de los homosexuales más queridos de México y también relaciona que la virgen es de lo más naco que existe en México y que la gente naca es lo que más consume y el público lo aplaude.

El discurso narrativo refiere a hechos que se expresan en un determinado contexto de tiempo y espacio y que pueden ser reales o imaginarios. El discurso descriptivo intenta mostrar las características de lo expresado sin emitir una valoración personal. Un discurso expositivo informa acerca de algo de manera objetiva, clara y ordenada. Un discurso argumentativo es aquel que utiliza un emisor para convencer o persuadir acerca de algo. Es típico de la oralidad, de las conversaciones, debates, conferencias, o dentro de los textos como imitación de la oralidad.

El standupero debe estar atento al público al que dirige su discurso, no sólo en el momento de la presentación, sino mucho antes de ella, para preparar lo necesario de acuerdo al público; Durante el monólogo se habla sobre varios temas, como lo son de religión, de sexualidad, esclavitud, etc. Y lo hace de una forma rápida y breve donde cambia de tema cada minuto, para mantener en sintonía a su audiencia y no crear aburrimiento sobre los temas abordados.

Carlos Ballarta	Categorías	Sub Categorías	Sub sub Cat.	Frecuencia	Frecuencia 2	Totales
	Genero y Sexualidad	Feminismo, masculidades.	Relaciones amorosas	111111	111111	12
		Relaciones sexuales	Homosexualidad	111111	111	9
	Familia y Amigos	padres	Amigos	1111	1111	8
	Pasatiempos	Música, Series de moda	gastronomía Mexicana	1111	111	7
	Vida adulta	(Suicidio, borracheras,	enfermedades	111	111	6
	Discriminación, racismo y clasismo	Discriminación y racismo	Clases sociales	111111	1111	10
		extranjeros	Fresas y nacos	1111	1111	8
	Política (Robos, Ciudad de Mexico)	Robos	Ciudad de México	111	111111	9
						69

Tabla 4 Análisis de contenido del vídeo “Furia Negra”

Esta tabla de análisis se refiere a los temas más concurridos e importantes que toma el standupero, en parte por su relevancia los puntos a marcar son los temas con los que el público tuvo más empatía y los temas que tienen menor puntuación, son con los que no generaron tanta empatía. Como puede observarse la puntuación varía dependiendo del tema y si se califica sobre una puntuación sobre 100, el standupero por su monólogo estaría sacando un 6.9 de calificación, esto no quiere decir que el comediante, no haya generado risas durante su presentación, pero en cierta parte no todos los temas causan la misma intensidad de carcajadas como los que tienen mayor puntuación, de tal forma que requieren de cambiar de tema a cada minuto si notan que su anécdota no está teniendo resultados positivos.

5.1.2. Franco Escamilla

Por otra parte, tenemos a **Franco Escamilla** relata un problema grave que existe en la ciudad de México la cual es la inseguridad, lo que hace que empatice con su audiencia es la forma de como relata el problema de una forma graciosa, sin meterse con terceras personas, su esencia es contar los problemas sociales y convertirlos en anécdotas graciosas. Después de unos minutos de introducción de cómo es la inseguridad de la ciudad de México, comienza a hablar de la gastronomía de la misma ciudad, nunca voy a olvidar la primera vez que vine al DF, fascinado por que aquí venden quesadillas de todo menos de queso, igual dime mamón pero las quesadillas llevan queso, es una tortilla con queso y se mamo.



Ilustración 11 Presentación de: Franco Escamilla Tema: Ladrones

Fuente: Canal de Comedy Central en YouTube, 2018

Franco crea catarsis con su público, hablando de temas personales que ha experimentado en la Ciudad de México, lo cual hace que reviva momentos épicos para el público, como los asaltos, las quesadillas sin queso y los padres con la nueva era de la tecnología.

Es gracioso porque supone que a más de una persona aparte del le ha sucedido eso que relata, por lo cual tiene éxito en su monologo. Fueron pocas las frases con las cuales pudo hacer reír a la gente a carcajadas, pero fueron en el momento exacto de su presentación, y logro no tener tantos silencios durante el evento. (Escamilla, 2016)

El discurso narrativo refiere a hechos que se expresan en un determinado contexto de tiempo y espacio y que pueden ser reales o imaginarios. El discurso descriptivo intenta mostrar las características de lo expresado sin emitir una valoración personal. Un discurso expositivo informa acerca de algo de manera objetiva, clara y ordenada. Un discurso argumentativo es aquel que utiliza un emisor para convencer o persuadir acerca de algo. Es típico de la oralidad, de las conversaciones, debates, conferencias, o dentro de los textos como imitación de la oralidad.

El standupero debe estar atento al público al que dirige su discurso, no sólo en el momento de la presentación, sino mucho antes de ella, para preparar lo necesario de acuerdo al público; Durante el monólogo se habla sobre varios temas, como lo son de genero y sexualidad, social, económico y personal etc. Y lo hace de una forma breve donde cambia de tema cada minuto, para mantener en sintonía a su audiencia y no crear aburrimiento sobre los temas abordados.

Franco Escamilla	Categorías	Sub Categorías	Sub sub Cat.	Frecuencia	Frecuencia 2	Totales
	Genero y Sexualidad	Feminismo, masculidades.	Relaciones amorosas	111111	111111	14
		Relaciones sexuales	Homosexualidad	111111	111	9
	Familia y Amigos	padres	Amigos	1111	1111	8
	Pasatiempos	Música, Series de moda	gastronomía Mexicana	1111	111	7
	Vida adulta	(Suicidio, borracheras,	enfermedades	111	111	6
	Discriminación, racismo y clasismo	Discriminación y racismo	Clases sociales	111111	1111	10
		extranjeros	Fresas y nacos	1111	1111	8
	Política (Robos, Ciudad de Mexico)	Robos	Ciudad de México	111	111111	9
						71

Tabla 5 Análisis de contenido del video “Ladrones”

Esta tabla de análisis, se refiere a los temas más concurridos e importantes que toma el standupero, en parte por su relevancia los puntos a marcar, son los temas con los que el público tuvo más empatía y los temas que tienen menor puntuación, son con los que no generaron tanta

empatía. Como puede observarse la puntuación varía dependiendo del tema y si se califica sobre una puntuación sobre 100, el standupero por su monólogo estaría sacando un 7.1 de calificación, esto no quiere decir que el comediante, no haya generado risas durante su presentación, pero en cierta parte no todos los temas causan la misma intensidad de carcajadas como los que tienen mayor puntuación, de tal forma que requieren de cambiar de tema a cada minuto si notan que su anécdota no está teniendo resultados positivos.

5.1.3. Daniel Sosa

En el presente video, el autor **Daniel Sosa** habla sobre la amistad y se refiere a ella de un modo directo hacia las personas que siempre han estado contigo en todo tipo de momentos, como lo es en la enfermedad. Comenta que en este caso las personas no te toman en serio porque estas enfermo y que, por ese motivo, eres causa de burla para la sociedad.



Ilustración 12 Presentación de: Daniel sosa Tema: El pedo del amor mocos borrachos

Fuente: Canal de Comedy Central en YouTube, 2018

Ingresa al escenario Daniel sosa, con una vestimenta casual, (playera negra, jeans beige) y muy emotivo para comenzar con su discurso, donde luego, luego contagia a su público con cierta emotividad, toma el micrófono y pregunta, ¿Cómo están? A lo que la gente le responde que bien, con esta estrategia rompe el hielo y vuelve a preguntar como están, a lo que el público vuelve a responder que bien, a lo que él contesta “Qué chingón, yo estoy de la verga” Y así rompe la cuarta pared.

El discurso narrativo refiere a hechos que se expresan en un determinado contexto de tiempo y espacio y que pueden ser reales o imaginarios. El discurso descriptivo intenta mostrar las características de lo expresado sin emitir una valoración personal. Un discurso expositivo informa acerca de algo de manera objetiva, clara y ordenada. Un discurso argumentativo es aquel que utiliza un emisor para convencer o persuadir acerca de algo. Es típico de la oralidad, de las conversaciones, debates, conferencias, o dentro de los textos como imitación de la oralidad.

El standupero debe estar atento al público al que dirige su discurso, no sólo en el momento de la presentación, sino mucho antes de ella, para preparar lo necesario de acuerdo al público; Durante el monólogo se habla sobre varios temas, como lo son de religión, de sexualidad, esclavitud, etc. Y lo hace de una forma rápida y breve donde cambia de tema cada minuto, para mantener en sintonía a su audiencia y no crear aburrimiento sobre los temas abordados.

Daniel tiene una forma muy peculiar de hacer reír al público, y casi siempre habla de anécdotas que le suceden, como cuando la gente le da gripa y no puede hablar y tienen temas relevantes con los cuales deben de tomarse de forma seria.

También toca los temas de alcohol y de las mujeres; Los cuales puede generar catarsis, porque ha todo el mundo le pasa, estar tomado o tener una muy buena anécdota con el alcohol y los hombres mucho más con el alcohol y mujeres; que causa gracia porque todo lo que comenta es verídico y por eso la gente ríe demasiado con él.

Daniel Sosa	Categorías	Sub Categorías	Sub sub Cat.	Frecuencia	Frecuencia 2	Totales
	Genero y Sexualidad	Feminismo, masculidades.	Relaciones amorosas	111111	111111	12
		Relaciones sexuales	Homosexualidad	111111	111	9
	Familia y Amigos	padres	Amigos	1111	1111	8
	Pasatiempos	Música, Series de moda	gastronomía Mexicana	1111	111	10
	Vida adulta	(Suicidio, borracheras,	enfermedades	111	111	6
	Discriminación, racismo y clasismo	Discriminación y racismo	Clases sociales	111111	1111	10
		extranjeros	Fresas y nacos	1111	1111	8
	Política (Robos, Ciudad de Mexico)	Robos	Ciudad de México	111	111111	9
						72

Tabla 6 Análisis de contenido del vídeo “El pedo del amor mocos borrachos”

Esta tabla de análisis, se refiere a los temas más concurridos e importantes que toma el Standupero, en parte por su relevancia los puntos a marcar, son los temas con los que el público tuvo más empatía y los temas que tienen menor puntuación, son con los que no generaron tanta empatía. Como puede observarse la puntuación varía dependiendo del tema y si se califica sobre una puntuación sobre 100, el standupero por su monólogo estaría sacando un 7.2 de calificación, esto no quiere decir que el comediante, no haya generado risas durante su presentación, pero en cierta parte no todos los temas causan la misma intensidad de carcajadas como los que tienen mayor puntuación, de tal forma que requieren de cambiar de tema a cada minuto si notan que su anécdota no está teniendo resultados positivos.

5.1.4. Alexis de Anda

En el presente video la autora **Alexis de Anda**, expresa la sexualidad de una forma directa, argumentando que ella está “bien buena” porque así ha decidido estarlo” toma el caso como toda mujer que se dedica a darse su tiempo para arreglarse y depilarse, para lucir perfecta para su pareja, pero ellos no toman en cuenta el esfuerzo que hacen ellas por lucir perfecta, mientras que ellos les da igual cómo se vistan, mientras traigan lo básico ellos son felices.

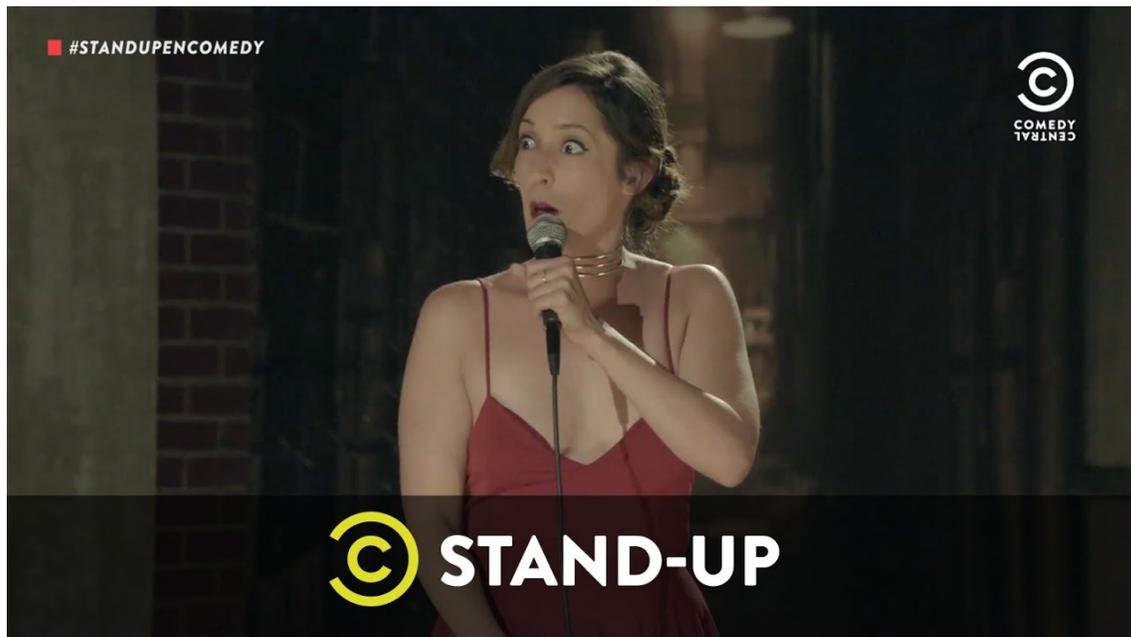


Ilustración 9 Presentación de: Alexis De Anda Tema: Estoy buena

Fuente: Canal de Comedy Central en YouTube, 2018

Alexis ingresa al escenario con tacones y un vestido rojo, para connotar pasión, agresividad y energía en su discurso; Entra corriendo para acercarse al micrófono y tomarlo de su base, el público comienza a aplaudirle a lo que ella se muestra agradecida con ellos y grita, gracias Comedy central. De verdad gracias, buenas noches, de verdad no me importa que piensen que soy chistosa, que soy inteligente, a mí lo único que me importa es que piensen que estoy buena. Gracias.

El discurso narrativo refiere a hechos que se expresan en un determinado contexto de tiempo y espacio y que pueden ser reales o imaginarios. El discurso descriptivo intenta mostrar las características de lo expresado sin emitir una valoración personal. Un discurso expositivo informa acerca de algo de manera objetiva, clara y ordenada. Un discurso argumentativo es aquel que utiliza un emisor para convencer o persuadir acerca de algo. Es típico de la oralidad, de las conversaciones, debates, conferencias, o dentro de los textos como imitación de la oralidad.

El standupero debe estar atento al público al que dirige su discurso, no sólo en el momento de la presentación, sino mucho antes de ella, para preparar lo necesario de acuerdo con el público; Durante el monólogo se habla sobre varios temas, como lo son de religión, de sexualidad, social, económico y personal, etc. Y lo hace de una forma rápida y breve donde cambia de tema cada minuto, para mantener en sintonía a su audiencia y no crear aburrimiento sobre los temas abordados.

Alexis De Anda	Categorías	Sub Categorías	Sub sub Cat.	Frecuencia	Frecuencia 2	Totales
	Genero y Sexualidad	Feminismo, masculidades.	Relaciones amorosas	111111	111111	12
		Relaciones sexuales	Homosexualidad	111111	111	9
	Familia y Amigos	padres	Amigos	1111	1111	8
	Pasatiempos	Música, Series de moda	gastronomía Mexicana	1111	111	7
	Vida adulta	(Suicidio, borracheras,	enfermedades	111	111	6
	Discriminación, racismo y clasismo	Discriminación y racismo	Clases sociales	111111	1111	10
		extranjeros	Fresas y nacos	1111	1111	8
	Política (Robos, Ciudad de Mexico)	Robos	Ciudad de México			
						59

Tabla 7 Análisis de contenido del vídeo “Estoy buena”

Alexis toca demasiados puntos durante su monólogo con los cuales logra hacer reír un poco a su público pero no del todo bien, tiene una actuación buena, pero le falta crear más empatía, tocando diversos temas como lo son la apariencia física de una mujer, que lo que más les gusta es que les digan que se ven buenas y por lo tanto creemos que las mujeres es una inyección de bienestar consigo mismas, por el hecho de que el hombre les levante el ego diciéndoles que se ven bien; También argumenta que las mujeres son más precavidas en el tema del sexo, cuidando

su higiene y usando una diversidad de lencerías para poder gustarle al caballero. Pero solo con 6 frases espectaculares logra hacer reír al público, mientras tanto todo lo demás no crea ningún tipo de catarsis, y mucho menos es del agrado del público presente.

Esta tabla de análisis se refiere a los temas más concurridos e importantes que toma el standupero, en parte por su relevancia los puntos a marcar son los temas con los que el público tuvo más empatía y los temas que tienen menor puntuación, son con los que no generaron tanta empatía. Como puede observarse la puntuación varía dependiendo del tema y si se califica sobre una puntuación sobre 100, el standupero por su monólogo estaría sacando un 5.9 de calificación, esto no quiere decir que el comediante, no haya generado risas durante su presentación, pero en cierta parte no todos los temas causan la misma intensidad de carcajadas como los que tienen mayor puntuación, de tal forma que requieren de cambiar de tema a cada minuto si notan que su anécdota no está teniendo resultados positivos.

5.1.5. Ricardo Ofarril

En el presente video el autor **Ricardo**, habla sobre la amistad de una forma directa de una anécdota que le sucedió, donde su mejor amigo lo quiere invitar a salir a beber y él no quiere salir porque se encuentra enfermo y su mejor amigo se lo quiere llevar a fuerzas a la calle. El argumenta que siempre existe esa persona que por más que le digas que no quieres salir, él va a encontrar un motivo o una excusa para sacarte de tu casa.

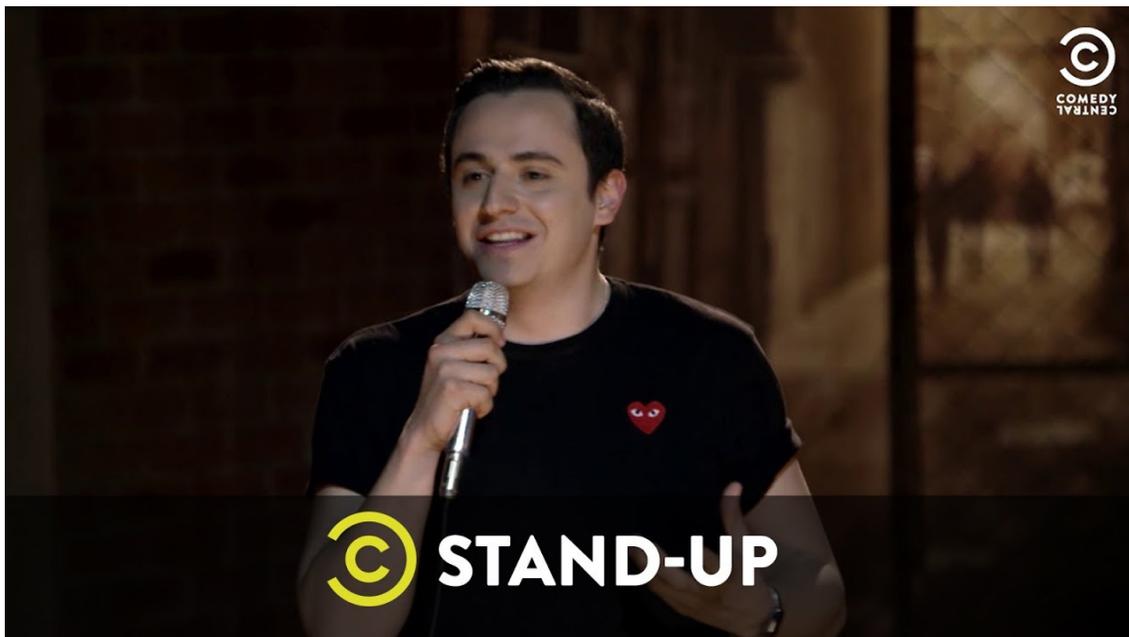


Ilustración 13 Presentación de: Ricardo O'Farrill Tema: Mil noches

Fuente: Canal de Comedy Central en YouTube, 2018

Ingresa Ricardo al escenario vestido de negro, connota como si estuviera en un velorio, pero se acerca al micrófono y de una manera rápida comienza con su discurso.

El discurso narrativo refiere a hechos que se expresan en un determinado contexto de tiempo y espacio y que pueden ser reales o imaginarios. El discurso descriptivo intenta mostrar las características de lo expresado sin emitir una valoración personal. Un discurso expositivo informa acerca de algo de manera objetiva, clara y ordenada. Un discurso argumentativo es aquel que utiliza un emisor para convencer o persuadir acerca de algo. Es típico de la oralidad, de las conversaciones, debates, conferencias, o dentro de los textos como imitación de la oralidad.

El standupero debe estar atento al público al que dirige su discurso, no sólo en el momento de la presentación, sino mucho antes de ella, para preparar lo necesario de acuerdo al público; Durante el monólogo se habla sobre varios temas, como lo son de religión, género y sexualidad, social, económico, etc. Y lo hace de una forma rápida y breve donde cambia de tema cada minuto, para mantener en sintonía a su audiencia y no crear aburrimiento sobre los temas abordados.

O'farril demuestra en su monólogo que sabe cómo expresarse con su público y es que desde que inicia su monólogo logra hacer reír a su audiencia a carcajadas, creando una función de relación espectador comediante, donde todos entran en confianza rápido y crean catarsis con lo que expone durante el monólogo: Como los temas que aborda el cual es de un amigo fiestero que aun que tú te sientas mal él va a tratar de sacarte a la calle, para no dejarte encerrado y salgas a divertirte un rato. También el tema de los antros, donde hay diversidad de culturas o clases sociales y el los denomina como, los nacos y fresas, que claro siempre cuando sales a un lugar público vas a encontrarte con una diversidad de gente a las cuales les guste lo mismo que a ti y a otros no tanto.

Y es que es inevitable no poder reír con estos temas que a más de una persona le ha sucedido en su vida y crear una catarsis impresionante con su público porque es un tema que sucede todos los días.

Ricardo O'Farrill	Categorías	Sub Categorías	Sub sub Cat.	Frecuencia	Frecuencia 2	Totales
	Genero y Sexualidad	Feminismo, masculidades.	Relaciones amorosas	111111	111111	12
		Relaciones sexuales	Homosexualidad	111111	111	9
	Familia y Amigos	padres	Amigos	1111	1111	8
	Pasatiempos	Música, Series de moda	gastronomía Mexicana	1111	111	7
	Vida adulta	(Suicidio, borracheras,	enfermedades	111	111	6
	Discriminación, racismo y clasismo	Discriminación y racismo	Clases sociales	111111	1111	1
		extranjeros	Fresas y nacos	1111	1111	8
	Política (Robos, Ciudad de Mexico)	Robos	Ciudad de México	111	111111	9
						61

Tabla 8 Análisis de contenido del vídeo “Mil Noches”

Esta tabla de análisis, se refiere a los temas más concurridos e importantes que toma el standupero, en parte por su relevancia los puntos a marcar, son los temas con los que el público tuvo más empatía y los temas que tienen menor puntuación, son con los que no generaron tanta empatía. Como puede observarse la puntuación varía dependiendo del tema y si se califica sobre una puntuación sobre 100, el Standupero por su monólogo estaría sacando un 6.1 de calificación, esto no quiere decir que el comediante, no haya generado risas durante su presentación, pero en cierta parte no todos los temas causan la misma intensidad de carcajadas como los que tienen mayor puntuación, de tal forma que requieren de cambiar de tema a cada minuto si notan que su anécdota no está teniendo resultados positivos.

5.2. Análisis del espacio escénico de los standuperos en México

Abordaremos el estudio del espectáculo del stand up en un sentido amplio utilizando la semiótica como método de trabajo. Nuestra investigación va dirigida al espacio, dejando al margen aspectos no menos interesantes como el tiempo en el escenario los valores de la comicidad, a ellos solo haremos referencia tangencial según su relación con el tema concreto que nos ocupa: el análisis de los espacios intra y extra-escénicos y dramáticos en general.

Queremos prestar atención a los modos de comunicación escénica dentro de los diversos espacios teatrales: Incluimos en ellos lugares tan diversos como son el escenario, la escenografía, el espacio que crean con su movimiento los propios actores (Standuperos), los espacios recreados por nuestra imaginación, la sala desde donde observa el público y, por último, el edificio teatral "Stand Up".

El "espacio teatral" no es solo el ámbito que engloba al escenario y al espectador, sino todos los lugares presentes en la comunicación teatral. Creemos, por tanto, que los espacios en el teatro son significativos y forman parte de un todo difícilmente aislable. Sin ellos es imposible llevar a cabo un análisis completo de cualquier manifestaciones teatral.

El modo de estructuración del espacio en el teatro da forma al drama escrito, por lo que es imprescindible para el estudio correcto del drama como pieza literaria. En definitiva, partimos de la creencia de que el arte de la escena no es sino un cruce de perspectivas de líneas físicas reales o ficticias, entre luces y penumbras y de expectativas que convergen o se distancian entre el tú y el yo, entre la realidad y la apariencia dentro de un espacio dibujando por las miradas y la solemnidad de los silencios, las voces y las risas, pues nace en el mismo lugar y tiempo de donde surge la esencia humana y su necesidad de trascendencia, expresión y comunicación.

En la estructuración del espacio en el teatro, existen varias retientes, entre las cuales estas son más visuales, lo que tratan de expresar es que el comediante se encuentra en un bar, casa, o café para que el público se sienta cómodo y en casa, y pueda tener una mejor interpretación del

monólogo, es por eso que el espacio puede estar formado de tabique, escaleras, ventanas, etc., para recrear un ambiente de barrio; O bien también puede estar formado, por velas, piso de madera, cortinas, algunas ventanas, y luz tenue, esto para que le presten mayor atención al standupero que presenta su monologo en el escenario.

De acuerdo con el tipo de escenario que se presenta, es el contexto con los cómicos, los cuales pueden hablar de varios temas que representen al barrio y puedan generar catarsis, la diferencia entre un teatro y un espacio teatral de stand up, es que en el teatro aparecen varios o un solo escenario pero tiene más efectos visuales y lleva una mejor adaptación para la presentación y en cambio cuando presenta un standupero, el escenario es un tanto básico, con un toque de “barrio”, no porque el comediante sea “naco” si no que los temas a tratar es lo que hace que el escenario luzca diferente y sin tanto efecto visual.

Sin embargo el arte del standupero es su monólogo, su presencia y como transmite su mensaje hacia el público, el escenario es un foco central de atención lo cual hace que sea llamativo y haga resaltar más al cómico, obviamente viene incluido, sus gestos, voces, silencios, miradas, apariencias, etc. Lo cual genera la risa en el público y la catarsis que se necesita para mantener su foco de atención en el escenario.

5.3. Análisis de contenido de los standuperos

El stand up es fácil de ver, no es exigente y el público se siente parte, esto es lo que hace que el público consuma la comedia del stand up, no requiere edades, para deleitarse con un poco de comedia.

El stand up, el comediante y el monólogo están diseñados para crear empatía con el público, esto hace que cuando una persona ha tenido un día, una semana o una vida pesada vaya a distraerse un poco y a escuchar situaciones de vida cotidiana que no solo le pasan a él, si no hay muchísimas más personas y se sienten protegidas, con gente que son parecidos a ellos.

El monólogo se refiere a situaciones que en muchas ocasiones a todos nos han pasado, pero en vez de ser tristes, se convierten en una experiencia graciosa, la cual te hizo pasar un mal rato, pero ellos la convierten en algo divertido. Es por eso que los standuperos crean el contenido a base de temáticas relevantes y situaciones cotidianas.

La audiencia se presenta dónde está el standupero, para escuchar, relajarse y reír un poco, la fórmula para distraer y relajarse esta en reírse y es por eso que la mayoría de la audiencia que asiste a un monologo de estos es para distraerse o por simple fanatismo.

Claro que los temas a veces pueden ser extremadamente fuertes, donde no siempre la gente concuerda con el standupero, lo cual hace que el standupero cree mejores contenidos siempre, para mantener a la audiencia atenta a sus espectáculos.

En lo que respecta al análisis de contenido, se generó una escala valorativa de la interacción con el público, la cual tomó de base la escala ordinal tipo de Likert con cinco niveles, que en este caso van de lo no gracioso a lo muy gracioso:

				
-4	-2	0	2	4
Nada Gracioso		Indistinto	Muy Gracioso	

Siguiendo el esquema propuesto es posible generar una valoración en una escala numérica del monólogo que permita medir las reacciones de la audiencia, sin dejar de lado el hecho de que se trata de una apreciación subjetiva.

En nuestro análisis del público, se generó una tabla que da cuenta del avance minuto a minuto del monólogo y permite identificar las reacciones del público. A continuación, se presenta la hoja de registro que sirvió para el análisis de contenido en relación con la audiencia.

5.3.1. El público de Ballarta

Durante su presentación de 11:50, el standupero Carlos Ballarta (2017) provocó diversas reacciones en el público. En la siguiente tabla se puede observar cuales fueron las frases y momentos en los que logró mayor efectividad durante su ejecución del monólogo “Furia ñera”.

Tiempo	Expresión	Reacción
0'20"	“Niños esclavos chinos SA de CV, niños que hacen playeras rotas.”	
1'20"	“Me iba a tomar un frasco de pastillas para morir, pero como era un frasco de antibióticos ahora hay Carlos “Ballarta” por 180 años más, damas y caballeros.”	
2'50"	“Yo soy muy fan de que me penetren el ano, Juan Gabriel”	
4'00"	“La gente pobre no tiene acceso a internet” Y la gente, naca y pobre le gusta la virgen de Guadalupe.”	
7'00" – 8'00"	“Yo soy moreno y no tengo el presupuesto para hacerte la obra que me está pidiendo” “ El paketaxo no trae ruffles”	

9'00"-11'00"	“Una mujer dice haz lo que quieres, quiere decir que tienes que hacer exactamente lo que ella te está diciendo” “ Me da miedo sentarme a cagar con un suéter de manga larga”	
Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de contenido, 2019		

Carlos Ballarta no tuvo el éxito esperado, ya que con lo que inicio no fue lo mejor de su monólogo y eso le impidió poder desenvolverse en el escenario, generó varias risas durante su presentación, pero tenía que cambiar de tema cada minuto, porque no todo le daba resultados, teniendo un desempeño medio. Con una calificación baja, para el standupero.

5.3.2. El público de Escamilla

Durante su presentación de 22:05 minutos, el standupero Franco Escamilla (2016) provocó varias reacciones en el público. En la siguiente tabla se puede observar cuales fueron las frases y momentos en los que logró mayor efectividad durante su ejecución del monólogo “Ladrones”.

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
0:00'-1:00'	Franco Escamilla ingresa al escenario entre aplausos y ovaciones mesuradas ¿Cómo están raza? (hace una breve pausa) Gracias, mi nombre es Franco Escamilla, para los que no me conocen mucho gusto... Antes de comenzar una disculpa si llego a decir algo que los ofenda, fue sin querer, no soy de aquí	  

Tiempo	Expresión	Reacción
0'15"-1'20"	... No habló el idioma. El DF te da miedo, cada que vengo, escuchas cada leyenda urbana en mi pendeja a quién le van a hablar ellos”	
2'00"- 3'00"	“Ten cuidado en el DF, ponte el cel en los huevos”	
3'00"-5'00"	“Disculpa que hora es, son las 5 y te asaltan wey, ya hasta en tu casa tienes miedo de ver la hora”	

5'00"-7'00"	"Le dije señora deme 3 quesadillas y la señora me dijo que, le dije de pollo culera y que me las da, pues me chingo y después que me dice que hora son y que le digo esa ya no me la aplica culera"	
8'00"-10'00"	"Le regalé un cel de última generación a mi papa y cada vez que suena el celular mi papa se emperra y dice mira cómo se mueve y le dije que era el vibrador y me puteo"	
Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de contenido, 2019		

¿Estaba en el DF, y le dije a una señora, me hace tres quesadillas y ella me contesta de qué? Y yo todavía mamón le dije, "de pollo pendeja" que me las da... Y le dije está bien, me chingo me chingo. Ya me iba y me dice la señora, le gustaron a lo que yo le conteste, me encantaron y me dice que bueno, a lo que me pregunta, ¿Qué horas son? ¡y le digo esa ya me la se culera!-" (Escamilla, ManofCraft Videos , 2016)

Franco Escamilla, tuvo una excelente aparición en el escenario, con su monólogo. Pero tuvo una baja calificación porque no encajo muy bien con su público. A pesar de hablar sobre los casos de delincuencia en el DF, que fue lo que más le ayudo para tener una aparición regular. Obtuvo muchos silencios, pero cuando se trató de hacer reír a la gente pudo expresarlo de una manera fantástica.

5.3.3 El Público de Daniel Sosa

Durante su presentación de 11:40 minutos, el standupero Daniel Sosa (Sosa, 2017) provocó varias reacciones en el público. En la siguiente tabla se puede observar cuales fueron las frases y momentos en los que logró mayor efectividad durante su ejecución del monólogo "El pedo del Amor".

Tiempo	Expresión	Reacción
0'30" – 1'30"	"Cuando tienes gripa nunca te toman en serio, como cuando quieres renunciar y llegas con tu jefe y le dices jefe quedo renunciad"	
1'30 – 2'30"	"Wey si no me agarro me succionas pendejo"	

3'37"- 5'50"	"Cuando estas borracho y se te regresa el tequila y te vuelve a raspar la garganta, le preguntas a tu amigo, ¿wey me veo pedo? Y el mismo wey que anda igual que tú te dice, ne te ves happy"	
6'00"- 8'00"	"Mi abuela es de las abuelas más argüenderas que existen en el mundo"	
8'00"-9'00"	"Cuando vas al espejo del baño y nada más vas a verte y te dices ya estoy pedo"	
9'00"-11'40"	" Las mujeres siempre tienen la razón, nosotros nunca les podemos decir las cosas mal o escribir mal, pero cuando son ellas, nosotros somos quienes mal interpretamos las cosas, por decir te manda un mensaje y le contestas que pedo mi amor con tu mensaje y ella responde, tú lo estás leyendo de forma enojada y no lo estoy, pero mi amor el mensaje dice chingas a tu madre, no hay forma de leer esto bien"	

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de contenido, 2019

“Comenta que hace poco le dio gripa y que le caga que le dé gripa, no me van a dejar mentir, porque nunca te toman enserio.

“Ósea imagínate que tienes que dar una noticia importante, como quiero renunciar y llegas con tu jefe y le dices, ¿jefe quiedo renunciad y tu jefe Que?

¡Todo mundo nos tragamos los mocos, no me van a dejar mentir, pero para esto hay dos tipos de personas, unas que son muy explícitas y otras que son con cautela, las explícitas me cagan porque son como, si estaba platicando con Juan “se come el moco con un sonido fuerte” Y le dije oye!!! ¿Y tú Que pedo? Y el té contesta, no es que estoy enfermo y todavía sínicos los cabrones, O sea si no me agarro me succionas pendejo.

Luego está el otro pendejo que es como con cautela, pero es el más ojete porque, están platicando y te dice, ¿“estaba con mari...” se come el moco” y le dices que pasó? Y te dice, no nada es que ando medio enfermito.

Nos ha pasado que te los tragas tan fuerte que te caen en la lengua y piensas Fuck, ¡híjole! Ya están ahí we y volvértelos a tragar es como tener muchos huevos y decir ni pedo, y te los tragas. Y todavía te echas un caballito, cala, cala, pero así es. “ (Sosa, 2017)

Acorde a nuestra escala, Daniel Sosa obtuvo una puntuación excelente (10/10) en su monólogo, este atrapo al público desde que inició su discurso, haciendo énfasis en su persona y en anécdotas que le habían sucedido, con lo cual pudo obtener una gran respuesta de su público desde que inicio, generando risas desde el primer minuto, hasta el último minuto. Esto creo que Daniel pudiese desenvolverse en el escenario fácil, sin tener que cambiar varias veces de tema, en su discurso.

5.3.4 El Público de Alexis de Anda

Durante su presentación de 11:45 minutos, la standupera Alexis de Anda (De Anda, 2017) provocó varias reacciones en el público. En la siguiente tabla se puede observar cuales fueron las frases y momentos en los que logró mayor efectividad durante su ejecución del monólogo “Estoy Buena”.

Tiempo	Expresión	Reacción
--------	-----------	----------

0'15-1'30"	"A mí lo único que me importa es que me digan que estoy buena"	
2'00"- 4'00"	"Nosotras vamos y nos electrocutamos la puchi, para parecer niñas de 11 años, para prender al hombre, ¿y ellos que hacen?"	
5'00"- 6'30"	"Me hice un corte y me dejé el bigote de Hitler para que sepan quién manda"	
7'00" – 8'00"	"Esta pelón por ustedes, ninguna pestaña tiene el ojo"	
8'30"- 9'40"	"Si quieres ligar, diles que eres gay y con eso agarras lo que quieras"	
10'00-11'45"	"Yo ya me pedorreo en frente del cuándo lo veo"	

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de contenido, 2019

"Las mujeres que ganas le echamos la verdad, luego se dirige al público des pues de haber roto el hielo y pregunta ¿ustedes son pareja?

A lo que unos dicen que no y otros contestan que sí, Ella expresa bendito sea Dios y continua con su búsqueda de parejas.

Señala a una pareja y le dice, señora ustedes son pareja y le comenta "usted divina como llego aquí se ve que le echo ganas, se maquillo, se peinó, se arregló, se puso tacones, espero se haya rasurado, usted señor dígame que hizo, lanza una pregunta al novio de la señora, ¿Se bañó ?, Y después de que le dice que sí, ella expresa un enojo diciendo, "es que eso es lo que hacen" es horrible de verdad no agradecen los esfuerzos que hacemos las mujeres, nosotras vamos y nos electrocutamos la puchi, para parecer niñas de once años, porque al parecer eso es sexy, el chocho en la silla eléctrica, parece que nunca he menstruado en mi vida, para decirles esto les gusta?

Ósea, yo he estado en ese cuarto frio, en una camilla con una completa extraña, dándome toques en el culo y yo abriéndome las nalgas, como mi propio Vietnam y preguntándome como llegue aquí, pero después se los quieres enseñar y ni ganas tienen y te dicen ahorita no mi vida estoy cansado, "como de que estás cansado cabrón lo vas a ver todo lo que yo te diga y mírame el ojo cuando te estoy hablando." (De Anda, 2017)

Alexis de Anda, tuvo una pésima aparición, con una audiencia que careció de comicidad. Casi no se reían y su tema no fue lo mejor para la audiencia. Inicio muy triste, lo cual le genero conflicto para poder crear esa confianza y empatía con el público que la acompañaba. Tuvo algunos

destellos, pero no los suficientes para hacer arder al público que la visito, con lo cual se fue con una participación muy triste. Aun que se puede rescatar que intento crear catarsis con experiencias personales y eso le generó resultados.

5.3.5 El Público de Ricardo O’Farrill

Durante su presentación de 11:00 minutos, el standupero Ricardo O’Farrill (2015) provocó varias reacciones en el público. En la siguiente tabla se puede observar cuáles fueron las frases y momentos en los que logró mayor efectividad durante su ejecución del monólogo “Mil Noches”.

Tiempo	Expresión	Reacción
0’20”- 2’00”	“Siempre hay un amigo que te quiere sacar a huevo y te dice wey hay que salir! Estoy enfermo de gripa no puedo, ah que puto.!”	
3’00”-5’00”	“En el antro siempre vas a ver la bolita de gente que son, a los nacos, a los fresas, a los fresas nacos y pues fresas que se creen nacos nunca vas a ver”	
6’10”-8’30”	“En el antro siempre vas a ver al grupo de las gordas, que están enojadas porque ningún wey en el antro se las liga y están bailando y te dicen, ¿disculpa te molesto?”	
9’10”-10’50”	Siempre hay problema en la entrada de los antros, ¡porque el cadenero se mamonea y no te deja entrar y ves que llega un minimi y le dices wey el burger King esta por allá y entra más rápido que tú!!!	

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de contenido, 2019

Comentando que “siempre existe un amigo que siempre te quiere sacar y te dice wey hay que salir, estoy enfermo de gripa. ‘a que puto’, neta wey estoy enfermo de gripa.”

No mames yo una vez salí wey y me puse pedo y con el alcohol se me salió toda la enfermedad, al día siguiente ya estaba curado.

Y es ese amigo que por ejemplo siempre te quiere sacar al antro y a mí me cagan los antros, porque de entrada es este lugar, donde ves las bolitas de los fresas, de los nacos y de los nacos que se creen fresas, pero fresas que se creen nacos nunca vas a ver porque pus no, a los hípsters y siempre hay un grupo de gordas, no? Ricardo después se refiere a las mujeres obesas como “la banda

ancha del antro” que las ves adentro, así como siempre de malas, porque nadie se las liga y chocas con ellas y te dicen perdón amigo, te molesto? Y están tomando coca light, es como la gente que le pone alarma a un atos y dices “Tiene alarma ya se estoy loco”

Entonces estas en el antro y tienes que pasar entre toda la gente y embarrándote de gente, como fan del vive latino que dice es la última vez que toca Caifanes wey, hay que verlos “ no mamen quien se echó un pedo wey y por fin llegas hasta adelante y le gritas al cadenero “ Popeye” “ Popeye” “ Pop” “ Pop” “ Popeye es un pinche gato que en la mañana estaba comiendo pollo en salsa verde mientras le brincaban sus hijos por la espalda y les dice Irving, Brandon se calman o no vamos al zoológico el domingo. Pero ahora se puso un traje y decide quien entra y quién no y puedes estar ahí las horas gritando “Popeye” “ Popeye” “ Popeye” después de que estas ahí mil años, llega un chaparrito y le dices oye niño, la choza de los pequeñines es por allá y ese escuincle saluda a “ Popeye” y lo deja entrar luego y tú que llevas horas no entras.” (O’Farrill, 2015)

Ricardo, fue complaciente con el público y comentaba experiencias que había tenido con sus amigos, lo cual le ayudo para poder generar la empatía que se necesita para ganarse a su público, pero no lo hizo desde el primer minuto, si no a la cuarta parte de su monologo, ya que inicio muy flojo con pocas risas y pudo cambiar el chip y revertir su discurso, el cual le genero muchas risas y el público se lo demostraba cuando decía algo que en verdad causaba gracia.

Conclusiones

Tras realizar la presente investigación, encontramos como norma que los standuperos suben sus contenidos a la plataforma de YouTube, algunos mensualmente y otros semanalmente, en donde suben mensajes significativos dirigidos a su público, que mayoritariamente es un público joven en el cual se analizan los mensajes políticos, y sociales que transmite cada standupero en su monólogo, caracterizando narrativas construidas por los problemas que se viven diariamente, con discursos populares como “La mochada de mano del bronco, la mafia del poder, Ricky Rickyn Canayin”, etc. En tal discurso se relata lo más imperante de lo político, social, económico, sexual, etc. Donde siempre contarán algo repetitivo, para generar más carcajadas en la audiencia.

Nosotros encontramos que el stand up es efectivamente una forma de performance en el que un comediante o standupero presenta una rutina cómica vinculada con cuestiones de tipo autobiográfico, las cuales son presentadas de forma humorística. En estos monólogos, se abordan problemas de la vida cotidiana como la sexualidad, la discriminación, el bullying, la vida adulta. Esto permite la reflexión sobre la construcción de mensajes que buscan ser relevantes y provocar empatía con el público joven. Abordados con gracia, pero generando un contenido significativo para las audiencias, que es ¿El que vas a hacer tu el día de mañana para cambiar esto que le sucede en el país, en lo político, social, económico, racismo y entre otros? Estos mensajes se transmiten en vivo o a través de la plataforma de YouTube, por el canal de cada standupero teniendo la posibilidad de llegar a todas las audiencias jóvenes y hacer valer su monólogo de una forma importante donde los jóvenes creen conciencia de lo que está pasando alrededor de ellos hoy en día.

En cuanto a la comprobación de la hipótesis, confirmaron varios supuestos que se tenían, como la popularidad de los standuperos mexicanos, haciendo una muy buena comedia con una notable trayectoria, atrayendo mucho público joven a través de sus canales de YouTube, donde también llenaron escenarios con miles de personas presentes. Esto es evidenciado por la cantidad de seguidores que tenían en Twitter, YouTube, Facebook y en los foros donde se presentaba cada

artista. Además de los resultados obtenidos por el trabajo de campo que se realizó, se confirmó que el Stand Up es de los monólogos con mayor influencia en los jóvenes.

De los resultados que se obtuvieron en el análisis, se encontraron diferentes respuestas que no iban de la mano con nuestros objetivos, preguntas de investigación e hipótesis, donde creemos que más adelante pueden ser relevantes para futuras investigaciones de este tema. Estas se relacionan con la forma en que los jóvenes modifican comportamientos a partir de la influencia de los monólogos de sus standuperos favoritos. Esto representa una línea de investigación futura que puede ser muy relevante.

A lo largo de la investigación nos encontramos en un punto intermedio donde el stand up se emplea para referirse a un cierto tipo de espectáculo humorístico, este se trata de una comedia en la que el protagonista actúa de pie y cuenta sucesos de la vida real, abordando temas de interés social. Los temas que se abordan son tratados con un tono humorístico y son habituales los contenidos relacionados con la realidad política, las costumbres absurdas de la vida cotidiana, las obsesiones de la gente o las relaciones entre hombres y mujeres. Como norma general, el comediante cuenta una historia singular en la que él mismo es el protagonista. En este sentido, el espectador escucha una historia divertida que aparentemente es real.

Los guionistas que se dedican al Stand-Up utilizan varios recursos para conectar con el público: hablar de temas y personajes de la actualidad, relatar historias con dosis de exageración y con un ingrediente tragicómico. Como es lógico, es fundamental que el comediante transmita veracidad en su interpretación. Se podría decir que la clave de un buen monólogo cómico consiste en que aquello que se cuenta parezca real. El stand up tiene un formato sencillo que se adapta perfectamente a la televisión, a la radio, al café teatro o a los locales con espectáculos nocturnos.

El género del Stand-Up Comedy se basa en la necesidad de pasarlo bien, de reírnos de los demás y de nosotros mismos y, en definitiva, es un planteamiento humorístico que observa la realidad huyendo de la dimensión trágica o dramática de la vida. De esta manera se establecen pequeños

diálogos entre el comediante y el público, generando un clima de diversión, donde los espectadores participan más activamente y se sienten parte del espectáculo.

A lo largo del tiempo la plataforma de YouTube ha generado millones de contenidos para toda la sociedad, En la cual destacamos al stand up, Esta es una herramienta para generar risas, distracción, catarsis y conciencia. Porque creemos que esta herramienta puede generar estos sentimientos u mensajes significativos para la audiencia joven.

Por qué el stand up está diseñado para generar risas mediante chistes, anécdotas personales y problemas sociales, creando contenido para todas las audiencias en sí; siempre se basa en un tema específico, por ejemplo, el abordaje un problema social, que puede ser un gran acontecimiento para la sociedad, ellos por muy grave que sea lo van a decir de una forma graciosa, pero con un mensaje en doble sentido, para que la gente pueda hacer conciencia sobre lo que está sucediendo.

Aunque no siempre se trata de problemas sociales, políticos y económicos, existe el otro lado amable del standupero que relata sucesos que le sucedieron en su infancia, juventud o adultez. Por qué claramente a todos nos han sucedido anécdotas en nuestro crecimiento, que para unos pueden ser terribles pero que para otros también, pero pueden transmitirlo de una forma graciosa para que esa gente que haya tenido algún problema similar lo tome con mayor amabilidad. Es por eso que el Stand Up se creó, no tanto para tener audiencia y publicidad, sino porque es un show amigable para toda la sociedad.

Como todo inicio, tiene su final. El stand up es un género que reaparece en los años 2013-2015 y con el tiempo ha ido evolucionando y hemos tenido grandes standuperos que han creado cierto éxito en este rubro. Pero al pasar de los años ha ido disminuyendo los contenidos y los artistas, fue un género que pego durante un par de años y de pronto fue a una decadencia.

La pregunta es ¿Por qué? Es simple, el stand up se genera por problemas sociales, personales y de Anécdotas, lo cual te puede dar para generar bastante contenido mientras puedas, pero también llega el punto donde exprimes todas tus anécdotas y los compañeros de oficio, ya contaron algo que tu no y podría decirse que ese tema ya no se puede transmitir de nuevo.

Es por eso que el stand up como tuvo su apogeo durante sus primeros años, ha ido en picada libre, por falta de temas y esto hace que los comediantes ya no generen contenido regularmente y deban de buscar otra forma de seguir generando contenidos para su audiencia. Pero mientras los viejos salen, entran nuevos y van naciendo nuevas generaciones que pueden tener nuevo contenido, en efecto el stand up puede desaparecer muy pronto, o puede seguir creciendo por lo ya comentado, por las nuevas generaciones, pero esto depende de ellos mismos, si es que les gusta la cultura de la generación actual.

El stand up es un género que puede trascender muy fácil, por sus temas, por su contenido y su relevancia, la comedia nace en el año (1200 – 146 a.C.) y ha trascendido durante siglos, y no se ha perdido el humor. Porque es algo muy común para toda la sociedad; El stand up puede desaparecer, si se deja de generar contenido, pero puede reaparecer, como ha reaparecido la comedia, en todos los puntos de vista.

Más allá de ser un contenido para generar catarsis, risas y análisis, es un tema rutinario, porque la gente diariamente tiene problemas, pensamientos, desilusiones, tristezas, enojos, etc. Y está comprobado científicamente que la gente mientras más ría más feliz es, la risa puede hacer olvidar, corajes, tristezas, desilusiones y cualquier problema que tenga el ser humano.

El stand up en el medio de la comunicación como lo es la plataforma YouTube, que transmite videos y mensajes los 365 días del año, hace pensar que aunque parezca increíble, el ver un monólogo de un stadupero puedes llevarte un mensaje significativo a casa, pero es cierto; Mediante cualquier discurso que puedas oír te darás cuenta que detrás de las palabras por muy tontas que sean tienen un mensaje significativo y es para reflexionar, si por muy tonto que sea la

situación que se está viviendo, que es lo que tienes que hacer para cambiarlo. Y esto hace que las ciencias de la comunicación creen mensajes reflexivos mediante plataformas de contenidos masivos, por medio de monólogos, ya sean atractivamente formal o de farándula.

Bibliografía

1. Castells, M. (2004). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid, España: Siglo XXI.
2. Castells, M. (2005). *La sociedad red*. Madrid, España: Alianza.
3. Castells, M. (1 de Enero de 2013). 19 ensayos fundamentales sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas. (BBVA, Ed.) Madrid, España.
4. Castro, S. (2011). El chiste como paradigma hermenéutico. *Diánoia* , 88-111.
5. Cavallazzi Vergara, M. (8 de Julio de 2016). *¿Sabes qué significa "romper la cuarta pared"?* Recuperado el 14 de Febrero de 2018, de Computer World: <http://red.computerworld.es/actualidad/sabes-que-significa-romper-la-cuarta-pared>
6. César, A. (24 de Octubre de 2017). Cada minuto suben 8 horas de video a YouTube en México. *El Financiero* .
7. Lévy, B.-H. (17 de Mayo de 2015). 19 tesis sobre 'Charlie Hebdo'. *Crónica Global* .
8. Lora, S. (24 de Septiembre de 2012). *Blog Sebastian Lora* . Recuperado el 8 de Noviembre de 2019, de Blog Sebastian Lora : <https://sebastianlora.com/blog/feedback-2-como-evaluar-un-discurso/>
9. Culto. (16 de abril de 2018). *Charles Chaplin en cinco películas*. Obtenido de Cine: <https://culto.latercera.com/2018/04/16/charlie-chaplin-en-cinco-peliculas/>
10. Curiel, G. (2018 de abril de 2018). *Noticreas* . Obtenido de @Goncuriel: <https://www.youtube.com/watch?v=wdBkHd2DPrk&t=590s>
11. Álvarez-Gayou Jurgenson, J. L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa: fundamentos y metodología*. CDMX, México: Paidós.
12. Ávalos Rivera, A. R. (2015). *Discurso de resistencia en Facebook: insultos, memes y protestas contra políticos salvadoreños*. Obtenido de Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación: http://amic2015.uaq.mx/docs/memorias/GI_01_PDF/GI_01_Discurso_de_resistencia.pdf
13. Agurza. (1 de noviembre de 2016). *"Allá en el Rancho Grande:" La Canción, La Película, y el Comienzo de la Edad de Oro del Cine Mexicano*. Obtenido de Frontera Project: <http://frontera.library.ucla.edu/es/blog/2016/11/%E2%80%9CAll-en-el-rancho-grande%E2%80%9D-la-canci%C3%B3n-la-pel%C3%ADcula-y-el-comienzo-de-la-edad-de-oro-del>
14. Aigeneren, M. (7 de Octubre de 2017). *Análisis de contenido: Una introducción*. Obtenido de Universidad de Antioquia: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/viewFile/1550/1207>
15. Andréu Abela, J. (febrero de 2018). *Las técnicas de Análisis de Contenido*. Obtenido de Centro de Estudios Andaluces: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>
16. Andréu Abela, J. (25 de mayo de 2009). *Técnica de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Recuperado el 5 de Junio de 2018, de Centro de Estudios Andaluces: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>
17. Arandes Tinto, A. J. (29 de Enero de 2013). *Provincia* . Recuperado el 8 de Noviembre de 2019, de redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/555/55530465007.pdf>
18. Arias, E. (30 de Mayo - agosto de 2008). El muy serio arte del humor. *Revista de Estudios Sociales* , 110-113.

19. Ballarta, C. (23 de agosto de 2017). *Furia ñera*. Recuperado el 18 de abril de 2018, de YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=2Hf-Sof45Z4&t=379s>
20. Ballarta, C. (14 de Junio de 2016). *Tragicomedia Financiera*. Recuperado el 18 de Abril de 2018, de Vice en Español: https://www.youtube.com/watch?v=4y_LoTT_yOU&t=281s
21. Baena Paz, G. (25 de abril de 2017). *Ciencias de la Comunicacion* . Recuperado el 5 de Junio de 2018, de Ciencias de la Comunicacion : <https://books.google.com.mx/books?id=hTZCDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comunicaci%C3%B3n+ciencias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwin8IGq-rLbAhUCSK0KHTZmCmgQ6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false>
22. BBC. (11 de agosto de 2011). *Cien años de Cantinflas... ¡ahí está el detalle!* Obtenido de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2011/08/110810_galeria_cantinflas_centenario_pea
23. Bengochea, M. d. (21 de Julio de 2016). Stand up a través de la comunicación análisis y caracterización de un fenómeno de crecimiento. *Tesis de Licenciatura* . Rosario, Santa Fe, Argentina : Universidad Nacional de Rosario.
24. Biagi, S. (2006). *Impacto de los medios: Introducción a los medios masivos de comunicación*. CDMX, México: Cengage Learning Latin America.
25. Bigurra, V. (2 de agosto de 2016). *El humor en el cine mexicano, mostrando la verdad incómoda*. Obtenido de <http://www.mexiconewsnetwork.com/es/noticias/humor-cine-mexicano-verdad-incomoda/>
26. Delgado García, S. (14 de junio de 2017). ¿Qué tipo de espectador de cine eres?: haz este test y compruébalo. *CUV3* .
27. De Anda, A. (2017 de Octubre de 2017). *Comedy Central*. Recuperado el 29 de abril de 2018, de Alexis_Anda: <https://www.youtube.com/watch?v=ISDNFdZJpyM>
28. Díaz Virzi, S. (5 de Julio de 2011). *Stand up: el arte de hacer reír solo y con los rollos personales*. Recuperado el 14 de Febrero de 2018, de Clarín: https://www.clarin.com/entremujeres/entretenimientos/cine-y-teatro/arte-hacer-reir-rollos-personales_0_rkrnv15wXg.html
29. Escamilla, F. (2016 de Noviembre de 2016). *ManofCraft Videos* . Recuperado el 18 de abril de 2018, de Franco_Esca: <https://www.youtube.com/watch?v=St4X0jX7TMg>
30. Escamilla, F. (14 de Diciembre de 2014). *Melómano*. Recuperado el 18 de Abril de 2018, de franco_esca: <https://www.youtube.com/watch?v=02mdS1zBtU>
31. Escobedo, M. (28 de Enero de 2016). *Comedy Central*. Recuperado el 24 de abril de 2018, de Mónica_Escobedo: <https://www.youtube.com/watch?v=OjtdhQkhyiE&t=12s>
32. Estela Raffino, M. (21 de Febrero de 2019). *Concepto.de*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2019, de Concepto de Discurso: <https://concepto.de/discurso/>
33. Esteve, J. (1 de Marzo de 2016). *Por qué los adolescentes aman YouTube: "La tele y la radio no hablan su idioma"*. Recuperado el 14 de Febrero de 2018, de El Confidencial : https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2016-03-01/adolescentes-youtube-para-principiantes-isaac-viana_1160928/
34. Flores, J. (2017). *Teorías de la Comunicación: Los Estudios Culturales*. Obtenido de OrigenArts: <https://origenarts.com/teorias-de-la-comunicacion-los-estudios-culturales/>
35. Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Ciencias Sociales* , 35-53.
36. Gallego, C. M. (27 de Octubre de 2017). *El 'Stand Up', la nueva era para los comediantes mexicanos*. Obtenido de Vanguardia MX: <https://www.vanguardia.com.mx/articulo/el-stand-la-nueva-era-para-los-comediantes-mexicanos>

37. Garmendia, G. (29 de 10 de 2017). A los jovenes millennial no les interesa la política. *Animal político* .
38. Gil Juárez, A., Guarné Cabello, B., López Gómez, D., Rodríguez Giralto, I., & Vítors González, A. (2014). *Tecnologías sociales de la comunicación*. Barcelona, España: Editorial de la Universitat Oberta de Catalunya.
39. Giner de la Fuente, F. (2004). *Los sistemas de información en la sociedad del conocimiento*. Madrid, España: ESIC.
40. Guiraud, P. (11 de marzo de 2011). *La semiología* . Recuperado el 5 de Marzo de 2018, de Poyraizan, Maria Teresa : <https://mariainescarvajal.files.wordpress.com/2011/03/la-semiologic3ada.pdf>
41. Haidar, J. (1998). Análisis de discurso. En L. J. Galindo Cáceres, *Técnicas de investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación* (págs. 117-163). CDMX: Pearson.
42. Heredia Giraldo, R. (2016). Humor y discurso: una propuesta para el análisis de la protesta en YouTube. *Lenguaje* , 44 (1), 83-109.
43. Hernando Gómez, D. (2016). El humor político clandestino. ¿La crítica más temida de todo régimen? *Tempo e Argumento* , 8 (18), 445-450.
44. Krippendorff, K. (2003). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. CDMX: Paídos.
45. Manunna. (19 de Enero de 2016). *Comedy Central*. Recuperado el 26 de abril de 2018, de Manunna_Homxs: <https://www.youtube.com/watch?v=RNrOmmkPDLs&t=360s>
46. Martín Cabello, A. (2008). Comunicación, cultura e ideología en la obra de Stuart Hall. *Revista Internacional de Sociología* , 35-63.
47. Martín Martín, R. (2017). Análisis de Contenido. *Estadística y Metodología de la Investigación* , 1-9.
48. Melissa. (4 de junio de 2014). *El Altavoz*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2019, de El Altavoz: <http://elaltavoz.mx/2014/06/02/el-artista-y-el-espectador-columna/>
49. Molina viveves, M. (22 de abril de 2008). *Lenguaje y Comunicación*. Recuperado el 5 de junio de 2018, de Lenguaje y Comunicación: http://www.paidopsiquiatria.cat/files/12_trastornos_desarrollo_lenguaje_comunicacion.pdf
50. Molina Viveves, M. (22 de Abril de 2008). *Lenguaje y Comunicación*. Recuperado el 5 de junio de 2018, de Universidad Autónoma de Barcelona: http://www.paidopsiquiatria.cat/files/12_trastornos_desarrollo_lenguaje_comunicacion.pdf
51. Montaña Garfias, E. (25 de Octubre de 2012). Stand up comedy no es el chiste por el chiste; hay investigación. (1). México, Distrito Federal, México.
52. Moreno Acosta, A. M. (2015). *Homecasting: Ecos del pasado, dualidades del presente* . Obtenido de Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación: http://amic2015.uaq.mx/docs/memorias/GI_01_PDF/GI_01_Homecasting.pdf
53. Muñoz, F. (12 de abril de 2010). *El espacio escénico*. Obtenido de Instituto Floridablanca de Murcia: <https://arteescenicass.wordpress.com/2010/04/12/el-espacio-escenico/>
54. musas, L. N. (4 de Octubre de 2018). *Las Nueve musas*. (H. Robles, Productor) Recuperado el 4 de Noviembre de 2019, de Stand up: demasiado entretenimiento vacío: <https://lasnuevemusas.com/stand-up-demasiado-entretenimiento-vacio/>
55. Nacional Pe. (28 de noviembre de 2015). *Chespirito: seis anécdotas y curiosidades para recordarlo*. Obtenido de <https://www.radionacional.com.pe/informa/entretenimiento/chespirito-seis-cdotas-y-curiosidades-para-recordarlo>

56. Niño de Rivera, S. (3 de Marzo de 2017). *Team coco*. Recuperado el 19 de abril de 2018, de Sofía_Niño: <https://www.youtube.com/watch?v=x1Tb3JpJdk0>
57. Olguín Allendes, K. G. (7 de Diciembre de 2006). El privilegio de mandar: Análisis de recepción de la comedia política mexicana. *Tesis de Licenciatura* . Cholula, Puebla , México : Universidad de las Américas .
58. Obregón, Á. E. (22 de Mayo de 2015). *El stand up comedy, una mirada a las distintas formas de ser mexicano*. Recuperado el 14 de Febrero de 2018, de Lado B: <http://ladobe.com.mx/2015/05/el-stand-up-comedy-una-mirada-a-las-distintas-formas-de-ser-mexicano/>
59. O'Farrill, R. (7 de Agosto de 2015). *Comedy Central*. Recuperado el 24 de abril de 2018, de Ricardo_O'Fa: https://www.youtube.com/watch?v=jYM8Sqj_js&t=150s
60. Omicrono, I. t. (04 de marzo de 2017). *8 trucos con los enlaces de YouTube que deberías conocer*. Obtenido de 8 trucos con los enlaces de YouTube que deberías conocer: <https://omicrono.elespanol.com/2017/03/8-trucos-los-enlaces-youtube-deberias-conocer/>
61. Reyes, J. J. (22 de mayo de 2016). *El cine de comedia: Criticar sin ofender... y viceversa*. Obtenido de Milenio: <https://www.milenio.com/espectaculos/el-cine-de-comedia-criticar-sin-ofender-y-viceversa>
62. Schettino, M. (10 de Octubre de 2017). *A fondo, cero*. Obtenido de El Financiero: <http://www.elfinanciero.com.mx/opinion/a-fondo-cero.html>
63. Schettino, M. (2014). *El fin de la confusión: doscientos años de errores interesados que han impedido el desarrollo de México*. CDMX, México: Paidós.
64. Sánchez Villagrán, E. (8 de abril de 2005). *Modisto de señoras*. Obtenido de Cinefagia: <https://www.revistacinefagia.com/2005/04/modisto-de-senoras/>
65. Salem, I. (5 de noviembre de 2016). *Comedy Central* . Recuperado el 29 de abril de 2018, de Ibrahim_Salem: <https://www.youtube.com/watch?v=iAcnqeHjeuw&t=3s>
66. Santa Cruz, D. (25 de Septiembre de 2014). *Cantinflas y la política*. Obtenido de Forbes: <https://www.forbes.com.mx/cantinflas-y-la-politica/>
67. Secretaría de Cultura. (18 de myo de 2016). *Inauguran la exposición ¿Actuamos como caballeros o como lo que somos? El humor en el cine mexicano*. Obtenido de <https://www.gob.mx/cultura/prensa/inauguran-la-exposicion-actuamos-como-caballeros-o-como-lo-que-somos-el-humor-en-el-cine-mexicano?state=published>
68. Silva Escobar, J. P. (2011). La Época de Oro del cine mexicano: la colonización de un imaginario social. *Culturales* , 7-30.
69. Sosa, D. (12 de enero de 2017). *Comedy Central*. Recuperado el 18 de abril de 2018, de Sosa Dan: <https://www.youtube.com/watch?v=A-2MfXwFWVM&t=562s>
70. Tapia Fontes, C. A. (2015). *Reinventando la Comunicación: Las Comunidades Emergentes de Conocimiento*. Obtenido de Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación: http://amic2015.uaq.mx/docs/memorias/GI_01_PDF/GI_01_Reinventando_la_Comunicacion.pdf
71. Tec.27. (07 de Julio de 2017). *Esc.Sec.Tec.N.27*. Recuperado el 14 de Febrero de 2018, de luznaydeliroman: <http://luznaydeliroman.blogspot.mx/2017/07/trabajo-final-ofimatica-ii.html>
72. Tello Cháirez, J. A. (2014). *La adaptación social de Twitter*. Obtenido de Asociación Mexicana de Investigadores de Comunicación: http://www.amicmexico.org/portal_amic/descargas/libroamic_2014.pdf

73. Theofylakti, Z. (29 de Enero de 2016). Humor y discurso político: el humor como recurso de opinión y crítica en la prensa contemporánea griega y española. *Tesis doctoral* . Barcelona, Cataluña, España: Universitat Pompeu Fabra.
74. Tinto Arandes, J. A. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. *Provincia* , 135-173.
75. Torres, C. (17 de Diciembre de 2016). *Pomedia Colítica*. Obtenido de HBO Latino América: <https://www.youtube.com/watch?v=PcfShmnUgAo>
76. Várnagy, T. (2016). *Proletarios de todos los países... ¡Perdonadnos! El humor político clandestino en los regímenes de tipo soviético y el papel deslegitimador del chiste en Europa central y oriental (1917-1991)*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
77. Vitores González, A., & Gil-Juárez, A. (2011). *Comunicación y Discurso*. Barcelona, España: Editorial de la Universitat Oberta de Catalunya.
78. W Radio. (24 de Noviembre de 2016). *El origen del 'stand-up'*. Recuperado el 14 de Febrero de 2018, de W Radio: http://wradio.com.mx/programa/2016/11/24/en_buena_onda/1480012762_944611.html
79. West, R., & Turner, L. (2011). *Teoría de la comunicación: Análisis y aplicación*. D.F., México: McGraw Hill.

Anexo1 Fichas de los videos

Ficha 1.1. El Chacal			
Nombre:	El Chacal		
Autor	Mónica Escobedo		
Duración	10'58''		
Contenido			
Distribución	Canal de de youtube liga http://		
Producción	Stand up Comedy Central		
Emisión	28 enero 2016		
Visualizaciones	322,442		
Likes:	2.2 mil	Dislike:	196

Ficha 1.2. Estoy Buena			
Nombre:	Estoy buena		
Autor	Alexis De Anda		
Duración	11'45''		
Contenido			
Distribución	Canal de de youtube liga http://		
Producción	Stand up Comedy Central		
Emisión	23 Oct. 2017		
Visualizaciones	26.132		
Likes:	223	Dislike:	23

Ficha 1.3. Felatiosplay			
Nombre:	Felatiosplay		
Autor	Ibrahim Salem		
Duración	11'45''		

Contenido			
Distribución	Canal de de youtube liga http://		
Producción	Stand up Comedy Central		
Emisión	5 nov. 2016		
Visualizaciones	714.896		
Likes:	6 mil	Dislike:	235

Ficha 1.4. Sexualidad			
Nombre:	Sexualidad		
Autor	Manunna		
Duración	10'46"		
Contenido			
Distribución	Canal de de youtube liga http://		
Producción	Stand up Comedy Central		
Emisión	19 ene. 2016		
Visualizaciones	239.545		
Likes:	1,9mil	Dislike:	298

Ficha 1.5. El pedo del amor mocos borrachos			
Nombre:	El pedo del amor mocos borrachos		
Autor	Daniel sosa		
Duración	11'14"		
Contenido			
Distribución	Canal de de youtube liga http://		
Producción	Stand up Comedy Central		
Emisión	12 ene. 2017		
Visualizaciones	180.614		
Likes:	1.9mil	Dislike:	52

Ficha 1.6. Mil noches			
Nombre:	Mil noches		
Autor	Ricardo O'Farrill		
Duración	22'07"		
Contenido			
Distribución	Canal de de youtube liga http://		
Producción	Stand up Comedy Central		
Emisión	28 abr. 2017		
Visualizaciones	80.740		
Likes:	873	Dislike:	45

Ficha 1.7. Furia Negra			
Nombre:	Furia Negra		
Autor	Carlos "Ballarta"		
Duración	11'49"		
Contenido			
Distribución	Canal de de youtube liga http://		
Producción	Stand up Comedy Central		
Emisión	24 agosto del 2017		
Visualizaciones	324.502		
Likes:	2.3Mil	Dislike:	268

Ficha 1.8. Ladrones	
Nombre:	Ladrones
Autor	Franco Escamilla
Duración	22'05"
Contenido	
Distribución	Canal de de youtube liga http://

Producción	Stand up Comedy Central		
Emisión	7 oct. 2017		
Visualizaciones	667.872		
Likes:	7.3 mil	Dislike:	306

Ficha 1.9. Connan			
Nombre:	Connan		
Autor	Sofía Niño de Rivera		
Duración	6'00"		
Contenido			
Distribución	Canal de de youtube liga http://		
Producción	Stand up Comedy Central		
Emisión	3 mar. 2017		
Visualizaciones	1.250.925		
Likes:	20 mil	Dislike:	1.3

Ficha 1.10. Pues no llegué", Bronco, Necaxa, Cepillín, ¡MACHÍN!			
Nombre:	Pues no llegué", Bronco, Necaxa, Cepillín, ¡MACHÍN!		
Autor	Gon Curiel		
Duración	34'24"		
Contenido			
Distribución	Canal de de youtube liga http://		
Producción	Stand up Comedy Central		
Emisión	16 abr. 2018		
Visualizaciones	12.435		
Likes:	766	Dislike:	36

En el presente estudio, mostramos los diferentes standuperos que representan la comedia mexicana, entre los cuales aparecen, Chumel, Mónica Escobedo, Sofía Niño de Rivera, Carlos Ballarta, Daniel Sosa, Entre otros. Algo que los caracteriza es que las **temáticas abordadas** son en específico con temas de relevancia, como lo es la Economía, Género y Sexualidad, Política, Racismo. Etc. Esto con el fin de llamar la atención del espectador.

Construcción de los personajes Cada uno de los standuperistas, crea un personaje para poder compartir su monólogo, esto se hace para poder romper la cuarta pared; Esto significa que el comediante crea un personaje que se sube al escenario a relatar sucesos de su vida, pero todo lo que cuenta, vive y ha experimentado, se quedan dentro y arriba del escenario con una persona totalmente diferente a él. Esto con el fin de no llevarse parte del show a su casa y con su persona, lo cual hace la diferencia entre trabajo y vida personal.

A decir verdad, la creación de personajes hace sentirte más seguro ya que el que lo crea imagina que el que es gracioso y tiene la esencia de hacer reír es su personaje, no su persona, entonces cuando salen al escenario se convierten en una persona diferente para poder compartir experiencias y actuaciones para el público.

Anexo 2. Transcripción y análisis de los monólogos

Daniel Sosa

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
0:00'-2:00'	<p>Como están!! Mas fuerte como están!</p> <p>Que bien, yo estoy de la verga. Sí, me dio gripa hace poco e caga que me dé gripa, porque siempre que te da gripa, no me van a dejar mentir, nunca te toman enserio cabron, ósea imagínate que tienes gripa, tienes que dar una noticia chingona, una noticia importante, como voy a renunciar. Que llegues con tu jefe y le digas: Jefe quiero denunciad.</p> <p>Y tu jefe: Que?</p> <p>Ósea porque todos nos tragamos los mocos. Van a decir ahorita, pero que asqueroso, pero no, todos no los tragamos. Hay dos diferencias. Unas personas que son muy explicitas y otras que son con cautela no.</p> <p>Las explicitas me cagan porque estás hablando con ellos y...</p> <p>-si estaba platicando con juan y (se traga mocos) le dije oye...</p> <p>- Y tú de que pedo?</p> <p>- No es qué estoy enfermo</p> <p>-Si no me agarro me succionas pendejo.</p> <p>Y luego eta otro pendejo que es como con cautela, que es más ojete porque estas platicando..</p> <p>-Estaba con Mary y de (succiona mocos despacio y suspiro)</p> <p>Y tu así (cara de asco) que paso?</p> <p>-Nada es que ando medio enfermito.</p> <p>Y nos ha pasado que tienes este pedo que los sacas tan fuerte que te caen en la lengua, es como, uuf! Híjole!. Ya están ahí, volvérselos a tragar es como con muchos huevos no, de la chingada, mm! Ahaa! Pásame un caballito no.</p> <p>Y uno tiene que aprender a convivir con gente enferma, Ósea gente con gripa, es raro cuando tienes gripa le sacas el pedo a la gente, porque vas caminando y (estornuda), wath a fuk bro.</p> <p>Y esta mamada que te dicen que tienes que destornudar con el codo así. Entonces le dije a una amiga de seguridad, lo an intentado hacer enserio? (estornuda con el codo). Ya me enferme yo solo través</p> <p>Es horrible cabron cuando estas, con tu familia, con la familia de tu novia y tienes gripa.</p> <p>-Quieres algo más Daniel?</p>	

	<p>Y si tienes tos es peor, es como... cof, cof!. Todo el mundo intenta controlar la tos como sino estuvieras tosiendo, como si fuera natural hacer eso, y es horrible cuando te gana la tos y quieres hacer un tocillo fuerte para sacarlo y ya estar a gusto. Pero eso hace más tocillos al grado de que toces más feo, sudas wey y tú de: estoy bien, estoy bien, es que pase mal la saliva.</p>	
--	---	--

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
2:00´-5:00´	<p>Otra cosa que me caga es este pedo de estar borracho, porque todo el mundo hemos estado borrachos, me caga porque siempre que estas borrachas intentas hablar mejor y más lento. Todos tenemos este regreso que nunca esperas de ese tequila, todavía te quema, y ahí va uno de pendejo a decirle a su amigo igual de pedo, ahí vas y le dices: cabrón me... ¿me veo pedo? Y tú migo que esta igual que tu va y te dice: niño, te ves happy. Que chingados es happy, es como que te empedas y, Wuh!. Y luego no me van dejar mentir todos tenemos una parte de la peda en que tenemos que ir al baño ahuevo, no a cagar, no hacer pipi, solo te metes cierras la puerta del baño, te recargas en el lavabo, te volteas a ver al espejo y dices: ya estoy pedo. Nada más para eso cabrones, nada más. Como si tu cuerpo digiera, neta pendejo?, pensé que eras autista o algo. Yo tengo muchas broncas de urbe, de que esto de empedarme seguido, yo tenía problemas con mi abuela porque se emputa por todo, así de "otra vez pedo", y tu " no estoy pedo, estoy happy".</p>	

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
5:00´-8:00´	<p>Mi abuela tiene un idioma de señora, ósea no es español ni inglés, es algo así como: que paso Mary Carmen, como estas, bien a dios aquí estamos, o el otro día que le agarro y que le digo a Juan, le digo oye, y no dice nada, que le agarro y que le digo, no dice nada y que dice, que le digo, sabes que le dije, uno andamos poco a poco, bendito dios mientras lleguen a comer, y espérate. Y la otra le dice , bendito dios. Bendito dios que chingado, las señora dice tantas veces dios. Mi abuela siempre tiene la razón de todo, ósea tú te dices un argumento, y ella te dice, cállate imbécil, y luego cuando se traba: porque, porque ya, porque ya Y tú: ¿qué?, y ella: no me estés contestando imbécil, te dicen cosas sin sentido como: cállate y contéstame lo que te estoy</p>	

diciendo: No me puedo callar y contestar al mismo tiempo. Mi abuela me caga porque cuando se enoja conmigo no me regaña a mi regaña a mi ropa, entra a mi cuarto emputadisima doblando mi ropa es como, claro como el señor es un huevo no hace nada, aquí tiene a su pendeja todo le hace, pero que... el otro día quería sus galletas y su pendeja se las trajo...

Eso me trajo muchos problemas chingao, luego también decía frases como “qué falta de majadería”, ósea soy muy educado o como. Tengo problemas con las mujeres enserio con la relación, pero ósea las mujeres para mí son un problema, porque las mujeres así tú te das un argumento estupendo, sabes que por esto y esto la cagas, aquí está el marco teórico. Ellas van a poner su mano arriba, te van a voltear a ver con cara de tu eres el pendejo no yo , y te van decir algo así como, por eso por eso, ya te dije, y se van por eso que, ya me dijo que por eso vale madre pero ella lo dice tan seguro cabron, que tú te vas y te dices y si, si me dijo cabron, según yo no wey, luego me caga pelearme con las mujeres en el celular, porque las mujeres tienen la cabeza, de los mensajes tienen tono, tú me mandaste los mensajes con tono de enojado, has un chingado favor, el mensaje dice “ mi amor voy a la caza a comer”, pues si pero parece que dice, hazme de tragar pinche gata, hay pero cuando son ustedes chingado, oye mi amor que pedo con el mensaje, a no, no, no, tú lo estás leyendo con un tono de enojado, si mi amor pero el mensaje dice “ chinga tu madre” ,no importa el tono. Y si están con amigas es peor, con amigas es como: si, ya he hablado con el mil veces, vale madre, es un mierda, donde está el emoticón de la caca aquí?, mierda por mierda por mierda, mira lo que puso el imbécil, y mira lo que hace el amigo ojete, agarra y dice:! Se bloqueó tu chingadera.

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
8:00´-11:40´	Voy a decir esto porque me encanta, es algo muy personal, se los voy a decir ya para terminar, no les pasa que están cogiendo con su novia y uno cuando coge mete el pito un poquito no, generas tanto aire ahí cabron, que cuando sale en un cierto momento se oye un pedo, yo le llamo el pedo del amor, me caga porque siempre que pasa eso en el momento que pasa te dice, no lo que pasa que sale y que se metió porque cuando uno coge, y tú de , me valer verga , me vale verga, estoy cogiendo, ahí les va el tip, cuando pase eso, se bajan en chinga, y lo succionan. Adiós muchas gracias.	

Carlos Ballarta

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
0:00' - 3:00'	<p>Muchas gracias, gracias, muchas gracias por invitarme, no se quien fue pero las tiendas departamentales, no sé cómo iniciar esta pendejada que voy a decir, las tiendas departamentales, se han puesto de moda estas tiendas camiseta igual, pantalones igual a cualquier otro pantalón, la única diferencia es que estas camisetas están cubiertas de agujeros por todos lados, y se me hace lo más cruel del mundo damas y caballeros, porque me imagino pues a niños esclavos chinos, sentados ahí en la fábrica esperando las órdenes del patrón, y llega el patrón le dice: has una camiseta wey. Y se va media hora después regresa y dice: ahora rompe la camiseta carnal que acabas de hacer. Y ahí está el niño esclavo chino, en la fábrica niños esclavos chinos, ahí le ves sacándole punta a su lápiz para poder agujerar la playera, es un ocurre a lo mejor a los niños esclavos chinos de menos producción se les coloca esas camisetas, se les pone en frente de un fusilamiento y ya se encarga las balas de acribillarlos, se les quitan las playeras se lavan \$600 por si quieren. Damas y caballeros hace tiempo intente meter suicidio, como pueden ver pues no ha funcionado, lo he intentado varias veces, aquí estoy todavía, dije me voy a chinar este frasco entero de pastillas, chingue su madre, el error es que era un frasco de antibióticos, ahora mi expectativa de vida supera los 180 años, desafortunadamente, hay Carlos para mucho tiempo para su mala fortuna, hace poco hubo un caso, en el estado de Veracruz, el caso del juez porqui, el caso es que la niña fue violada por unos weyes que le metieron el dedo, y el juez dijo, eso no fue una violación, porque no hubo un pene introducido, la niña solamente fue unos dedos y dije wey esto es claramente un caso más de la ortonxia que tanto impera en México no, volvemos al mismo tema incomodo, tema espinoso, para la sociedad mexicana de las quesadillas, sin queso, volvemos a lo mismo otra vez, la gente de provincia insiste, tiene que haber queso para que sea una quesadilla, y en la ciudad de México dice; no necesita tener queso para que sea una quesadilla, si esto hubiera ocurrido en la ciudad de México, el juez de la ciudad de México, hubiera dicho: wey si fue una violación, no necesitas un pene para que sea violación, como ocurrió en Veracruz el juez es ortodoxo en toda la extinción en la palabra, dijo: no hubo pene, wey namas le metió los dedos, eso no es una violación,</p>	

	eso es un taco claramente, no es una violación, volvemos a lo mismo.	
--	--	--

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
3:00'-6:00'	<p>El año pasado el año 2016, estamos en el año 2017, depende de en qué año estén viendo este video, pero el año pasado fue el 2016, fue un año difícil, para la humanidad damas y caballeros se muero mucha gente, mucha gente famosa murió, Juan Gabriel se fue, e mas grane homosexual, de la historia mexicana falleció, sin admitir que que homosexual, lo más que dijo: lo que se ve no se juzga. Tuvo una entrevista ahí de Juan Gabriel, con Praditos Solas, nunca dijo: yo soy muy fan de que me penetren en el ano, jamás dijo eso, se murió y mucha gente estaba llorando, ósea wey s fue un grande , y todos estaban lamentando la muerte de Juan Gabriel, en redes sociales pero hubo una persona, un periodista llamado Nicolás Alvarado, y el wey escribió un artículo, a mí no me afecta la muerte de Juan Gabriel, porque era un compositor bastante solo, que hacia música de puro naco y pobre y el wey utilizaba lentejuelas, y se le fueron encima, quien ataco a Nicolás Alvarado, no fue la gente naca y pobre, porque esta gente no tiene acceso a internet, quien ataco a Nicolas, su grupo representarte, que se encarga de todas las causas de este monográfico mexicano, que si tiene acceso a internet que son los chairos, que no atacaron a Nicolás, se le fueron contra él le dijeron como te atreves hablar así de unos de los mejores más grandes iconos del flúor mexicano, dijeron hasta de lo que se iba a morir, y que les importa Nicolás Alvarado, puede decir lo que se le hinche el huevo tenemos libertad de expresión, que el opine tiene expresión libremente, pero además estoy seguro que si la crítica de Nicolás hubiera sido sobre otra cosa que también usa lentejuelas y el gusta la gente naca y pobre de este país como la virgen de Guadalupe, estoy seguro que los mismos chairos hubieran defendido su opinión a capa y espada wey, alguien de aquí no sabe la historia de la virgen de Guadalupe, déjenme contar esa historia totalmente real y creíble, que puede ocurrirle a cualquier persona, en cualquier segundo, totalmente creíble, algún indígena en alguna colina olvidada en la ciudad de México se le apareció la virgen, no era blanca apareció un poco más bronceada, cuando se presentó a Juan Diego, como había pasado a Huastepac, se le apareció y le dijo: wey necesito que tú y tus valedores me construyan un templo en esta colina, y le dijo: wey porque te me apareces a mí, mira mi color de piel soy</p>	

	<p>moreno, yo no tengo el poder para autorizar el presupuesto del obra que estas autorizado, no sé si sepas pero hace unos años, llegaron unos weyes barbados con armadura tomaron el poder, a mí no me va hacer caso, ve mi bigote no es un bigote de autoridad en un bigote de aguamielero, no me van a creer nada, porque teme apareces a mí. Y la virgen le dijo: justamente me aparecía ti porque yo sé que la gente morena es mucho de compadramos, cuantos valeranos tenemos 600, 700 valedores wey, no todos están bautizados wey, son vestías de carga agarran piedras, súbanlas a estas colinas y constrúyanme un templo acá, es qué ya no tenemos pierdas, sus templos tienes piedras destrúyanlas, y traigan esas piedras y construyan lo que les pido, porque te me apareces a mí yo no tengo el poder, discuten mucho, la virgen y Juan, finalmente la virgen lo convence de construirlo, porque lo convenció, porque creo que la virgen pues es mujer no, estaban discutiendo en algún punto la virgen rompió en llanto y dijo: sabes que wey, has lo que quieras.</p>	
--	---	--

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
6:00' - 8:00'	<p>Cuando una mujer dice “has lo que quieras” significa vas hacer lo que te acabo de decir, es como una respuesta directa, y dices, verga tengo que hacer lo que me acaba de decir, si hubiera sido un hombre que se le apareció a diego, seguro todo hubiera quedado en un ahí lo vemos después wey, vamos a comer a ver que sale, hace un tiempo fume marihuana un poco de marihuana, no fumen marihuana, la gente se sorprende que fume porque la gente cree que soy un cliché, que no fumo marihuana todo el tiempo, decidí fumarla, pero no fumo porque se me hace pendeja, antes que nada, no hoy un bioquímico, Carlos Vallarta no es un bioquímico, pero me parece que la planta de la marihuana es muchísimo más beneficiosa para ti, plantada en el suelo generando oxígeno, a que este en un papel ahí fumándotela, generando que te des cuenta, wey te has dado cuenta que ninguno de los paquetico hay rifles wey, eso no sirve de nada wey, sirve más respirar, fumar es una pendejada, estaba fumando marihuana, todas estas excusas, que los drogadictos usar su propia drogadicción, decía, esta madre debería ser legal, estoy tranquilo, es natural, pero mi yo sobrio, estaba tocando la puerta diciendo, no le hagas caso nada as es una excusa, para que los integrantes del JCH de la Unan tomen el auditorio, checa como está el auditorio, todo pintarrajeado,</p>	<p>Puntaje</p> 

	huele a patas y marihuana, no les hagas caso, pase por varias etapas.	
--	---	--

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
8:00' - 11:30'	<p>Fue una etapa de enojo, me enoja mucho que los mexicanos que residan en el extranjero, puedan botar, esos weyes que les importa ya ni viven aquí y desde que yo me Salí de casa de mi jefa ya no meto mi nariz en sus asuntos, es como que me entero que mi jefa va hacer el súper y le marco y le digo: mama me entere que vas hacer el súper, compra el papel carmín, a mí que me importa wey, yo no me voy a limpiar el culo con eso we, que compren el papel que quieran. Después pase por una etapa de tristeza, recordé mi niñez, decía porque me trataba así mi jefa we, porque era así mi jefa así conmigo, porque me hacia esperar 3 horas para meterme a nada después de comer, esto varia, hay mamas que dicen que te esperes una hora, mayor número de horas , mayor la pobreza de la madre que te está diciendo que no te metas a nadar, no es como que vengamos todos los días mama y ya no me puedo meter a nadar porque se me ocurrió tragar esta bolsa de sabritones, cometí el error de tener hambre perdón, recuerdo la estampa clara, éramos yo y mi triste sentados al borde de la alberca con mi pie acariciando el agua, esperando a que pasaran las horas. Después pase por una de reflexión, recordé lo que ocurrió a ya por el 2017 un tiroteo de monterrey un niño tomo un arma y disparo su escuela, y dije, hubiera estado de la verga que el niño hubiera salido de su escuela a disparar a cualquier edificio y había visto la documentación de un vidrio a prueba de balas, y dije wey si hubiera un vidrio a prueba de balas en monterrey los trabajadores de la fábrica serían los más seguros en toda la ciudad de monterrey esa mañana. Muchísimas Gracias yo soy Carlos Ballarta.</p>	<p>Puntaje</p>  <p>Total</p> <p>6</p>

Franco Escamilla

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
0:00-3:00	<p>Como están raza? ... Mi nombre es Franco Escamilla para los que no me conocen, antes de comenzar una disculpa si llego a ofenderlos no soy de aquí, no hablo el idioma, y el F te da miedo, cada que vengo escucho una leyenda urbana, cuidado llévate la cartera en la bolsa de adelante, el celular en los huecos y yo en mi pendeja a quien le hablan a ellos, y se me ocurrió a una nalga, y me decían un amigo que, ten cuidado porque aquí los rateros son bien desgraciados, no se meten con tu dinero, se meten con tu mente, se te acercan y te preguntan: oye que hora es?, son las 5, pues a las 5 valiste madres. De esa manera se te queda de por vida, estás en tu casa, son las 5 tiene miedo y no sabes porque we, no voy a olvidar cuando llegue al DF, porque aquí venden quesadillas de todo, menos de queso, para mí una quesadilla es una tortilla y queso y se chingo, estaba una señora en el DF y le dije: dame 3 quesadillas, y me pregunto: de qué?, y yo todavía mamón de pollo pendeja.... Y que me las da, nombre... me callo con madres, no ta bien me chingo, deliciosas las quesadillas, me dijo le gustaron, como no me encantaron, dice la señora que es?, nel ya me la se culera.</p>	<p>Puntaje</p> 

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
3:00-5:00	<p>Les comento nada más soy de Cuautla Morelos, hay una diferencia de acentos de ahí en fuera todos somos iguales, el acento cambia, el México hablan hacia arriba y en Morelos hacia abajo. Pero tengo 18 años viviendo en Monterrey ya soy naturalizado regional, ya me hice viejo en Monterrey, ya tengo 34 años, ya valió madre, ya estoy fuera de onda, ya estoy viejo, ya me llevo bien con mis papas, ya les preste dinero, mi papa ocupaba 5mil, se los preste y por 5 mil peso fue mi perra por tres semanas, le hablaba de madrugada donde está mi dinero puñetas, se compraba un refresco, a tienes para refresco pero no para pagarme mis 5mil pesos, me hablaba, como están los niños, mal no tienes juguetes donde están mis 5mil pesos, ya me llevo bien con mis papas, mi mama una curiosidad tengo 34 años, no me deja fumar, pero ella fuma que hipócrita, le da el toque tu no fumes, y todo lo malo que pasa le culpa al cigarro, me habla en la gira: cómo estás?</p> <p>-Me siento cansado -Es el pinche cigarro</p>	<p>Puntaje</p> 

-Cómo están los niños? -Batallando con la escuela -Es el pinche cigarro	
---	--

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
5:00´-7:00´	Mi papa es un señor de casi 60 años, que odia la tecnología y la tecnología lo odia a él, le regale un Smartphone nuevo, y cada vez que le llamo se enoja y yo contesta puñeta, y dice es que se mueve, está en modo vibrador y me puso un putazo en el osico, yo no uso eso Franco tu vienes de aquí no lo olvides. En cuanto hice lana de comediante, lleve a mi familia a cenar y le compre a mi mama y papa un teléfono nuevo, para estar en contacto, cometí el error de hacerle una cuenta el el Facebook, si no lo has hecho no lo hagas, si te preguntan que es diles, esa madre cobra, mejor que no tengan, porque una mama con Facebook es una máquina de dar likes, a lo que pongas: “chingen su madre todos”, mi mama “like”, “ odio a mas padres”, mi mama “nosotros te amamos, like”, “ando que me lleva la chingada”, mi mamam “es el pinche cigarro, like”, a lo que pongas.	Puntaje 

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
7:00´-10:00´	Mi papa a todo le toma fotos, pasa un perro y ocho fotos , si los ves en cámara lenta se ve como caminas, tiene la bronca que no le supo al teléfono, dice ya no le toma fotos esta madre, ahí voy a revisarle y tenía la memoria llena ese el pedo, le revise la memoria por puro morbo, tenía como mil fotos y 42 videos de su oreja, mejor le regale un teléfono de los chiquitos, que el teléfono cuesta 300 y el saldo 500, cuesta mal el saldo que el maldito teléfono, mi papa es feliz porque es sencillo el teléfono, colgar y llamar, le gusta mensajear pero no quiere descargar whatsapp según el cobra, me manda mensajes que dicen qua para contestar yo me gasto un puto peso, te manda los mensajes más raras porque no ha desactivado el auto completar, no revisa lo que escribe, “Franco vas a ir a la luna con el elefante”, le llame, papa agarraste mis cigarros, y no sabe cómo bloquear un teléfono, te llama sin querer desde su bolsillo o su saco, contesta y se oyen sus llaves y como se pelea con otros viejitos, y yo papa cuelga el saldo, y le digo bloquea el teléfono y el cómo?, yo le dije pica el asterisco y que me mete otro putazo en el osico, más respeto cabron, pero lo entiendo es otra generación, tampoco entendíamos a mi abuelo paz	Puntaje  Total 6

<p>descanse, es de los señores de antes de lo que le pegaban a las mujeres ves que antes si se podía, no es cosa mía si, chécate las películas de antes, la vieja se ponía mamona, ándele un cachetadon, se iban a la esquina llorando me lo merezco, ahora que shingados no le puedes pegar a ti vieja te metes en un gran pedo con la policía, no con ella, se espera a que te duerma, y te mete la escoba por el fundillo, te trae como paleta payaso dos horas, todavía te dice quien chingue su madre?, y tú, yo yo. Nos hemos vuelto putisimos los hombres, llegamos y, dame una cerveza, por favor, no se valla a cagar la fiera. Gracias y Adiós.</p>	
---	--

Alexis de Anda

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
0:00' - 4:00'	<p>Gracias, hola, buenas noches, la verdad no me importan si no piensan que soy graciosa, que soy inteligente, solo quiero que piensen que estoy buena es lo único que me importa gracias, es qué que ganas le echamos las mujeres gracias de verdad, ustedes son pareja , no vendito sea dios, alguien que sea pareja, ustedes son pareja, señora se ve que le hecho ganas, se maquillo, se peinó, joyería, tacones, espero se haya rasurado, usted señor dígame que hizo, nada?, se bañó, eso hacen es horrible, no agradecen los esfuerzos que hacemos las mujeres, vamos y nos electrocutamos la pucha para parecer niñas, de 11 años porque al pareces es sexi, el chiocho en la silla eléctrica, ya te prendo esto te gusta?, ose yo estado en ese cuarto frio en una camilla con una completa extraña dándome toques en el culo y yo abriéndome las nalgas, luego nos quieres enseñar y ya nos tienen y tú de , mi vida, no ya estoy cansado cabron, como de que estás cansado, lo vas a ver , vas a ver todo lo que yo te diga, mírame al ojo cuando te estoy hablando, hazme como gata, ya así gjjg!, este es tu morbo hijo de la shingada, ósea no gracias esta pelos, por tuestes sin pestaña, ni una pestaña tiene ese osito, esta cabron, yo también dije no me voy a quitar todo, debo dejar rastro que hubo humanidad, y decidí dejarme un bigote de Hitler, digo solo para que sepa quién manda aquí, que les quede claro a todos es difícil que estoy soltera, estoy dispuesta, estoy en un punto en donde estoy buscando al amor de mi vida, ósea estoy esperando al amor de mi vida.</p>	<p>Puntaje</p> 

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
4:00' -8:00'	<p>Cuando estoy esperando mi maleta en el aeropuerto cuando tal se tardó en salir, me quiero hacer la cool no pasa nada, no sale y yo chingado ya se están llevando todas las maletas y no ha salido la mía, ya no eta ya se perdió esta en taiguan, y agarro cualquier bolsa de basura con un gallo adentro, este es el amor de mi vida con permiso adiós gracias, fuerte yo de verdad tengo un problema, yo estoy enamorada de dos hombres y los dos están casados y están casados el uno con el otro, gracias si, triste enamorarse de gays para mí los gay son lo máximo mi amigos son gays, gracias ese grito de homosexualidad, mis mejores amigos son gay y se dedican a rescatar perras</p>	<p>Puntaje</p> 

	<p>necesitadas dela calle y yo soy la perra más necesitada que han encontrado hasta ahora, es que los gay son increíbles, de hecho hombres heterosexuales si ustedes tienen trabajo que les cuesta trabajo ligar en ya saben en persona como hacíamos antes, muy fácil, solo finjan que son gay, me ha pasado en el antro yo estoy bailando con mis amigas y que llega un wey por atrás así como de que hubo le, y yo de déjame, que haces? Y yo de qué?, eres un hombre heterosexual atraído a mí que asco enserio, se me metió el calzón espérate, misma situación, llega un wey, no te preocupes soy gay, no te preocupes examíname, no me embarazas, hay un momento en donde logras encontrar una relación, y es en ese momento en el que llamo “apope” y el “pepe”, antes del primer pedo y des pues del primer pedo, el primer pedo para una mujer no es una cosa así de, Ah!, no es como el primer te amo, no es premeditado, no te vas a tomar un frapuchino con tu amado, así de, amiga ya llevo cuatro meses con él y como que siento que ya me hierve esto por dentro, como que ya no aguanto más, como que ya me pedorro en frente del amiga, ahora si él es el bueno, no generalmente es martes en la noche estas con tu hueva viendo, gane of tronos, cenaste fondiu y humus y pésimas decisiones y estas aguantando, como retorciéndote, así como que te está dando salmonela o algo, te suda el cuello frio, y pareces refugiados, la pansa te hace un ruidero, le subes a la tele y ahí mi amor estos dragones que ruidosos son, y cualquier movimiento en falso y puf!, y ahí te quedas congelada como gato, voltea el otro, se acaba el tiempo de espacio ya nada existe, se quedan viendo, los ojos esperas su reacción y generalmente de un hombre es como, ahí gordita la linaza si está funcionando verdad mi amor Uuy!, esos licuados de papaya mi vida, pasas ese punto al otro, día ya vas a estar pedorriandonte bajo las cobijas a tus anchas.</p>	
--	--	--

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
8:00´-11:45´	<p>ya no te importa si ese wey vive o muere, quieres ser medio decente haces un túnel de emergencia con el pie y mueves las colchas a ver si se ale por ahí si no que se muera este cabron, total es mitad judío, logras pasar eso ya te comer los frijoles puercos, viéndolo a los ojos como un reto, le hechas un huevo de cenar así, te amo mi amor, y por alguna razón las relaciones Son pocas la de los pedos, y cortar es horrible una mujer que acaba de cortar, es como una mujer que sobrevivió a los huracanes, tragedias del mundo, wey no mames yo no entiendo</p>	<p>Puntaje</p>  <p>Total</p>

<p>cómo le hacen para aguantar eso, me duele wey digo si hay mujeres que matan a pedradas en el medio oriente para enseñar el tobillo pero que te corten un día antes de san Valentín, le puse postes en todo el coche wey ya sebes en lo que te tardas, siento como que me cortaron una parte del cuerpo wey, osea si hay mujeres que les cortan el clítoris le cosen la vagina para que no vuelva a coger nunca pero, pero que te cambien por una más flaca eso si es una injusticia cabrón, ósea si hay una niña de 13 años en Iztapalapa teniendo un bebe de su papa pero, por lo menos su papa si la quiere, gracias culero, pero bueno a veces una mujer empoderada, crees en la flor de la abundancia y esas mamadas, y no puedes salir a tirarte en l calle tienes que ser una chingona entonces yo lo corte y quería morir, fue horrible y sufrí, pero tú eres modelo a seguir famosa, 22mil seguidores en Instagram, que chingona wey, ósea cabeza arriba, y entonces ya dije: Salí chingona, la primera amiga que llega así de, como si no hubiera cagado una semana ella como estas wey, y yo bien, ya era momento de evolucionar, que bueno que lo vez así, porque ya tiene otra vieja, pero si es el amor de mi vida, wey no mames estamos afuera del súper cálmate, hay ratas en la calle, no que se peleaban mucho, ya no se acuerda de lo feo, solo pienso en besos y sonrisas, y todas las veces que me electrocute el culo por él. Muchas gracias yo soy Alexis, que tengan una bonita noche.</p>	<p>4</p>
--	-----------------

Ricardo O'farril

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
0:00'-3:00'	Salude como niño de kínder en festival no, manos alegres, como están, mi nombre es Ricardo, encontré una manera muy fácil de detectar pendejos, es la manera más fácil de detectar pendejo, puedo estar en el día más caloroso del año, te dicen, qué onda el calor, soy yo o está haciendo un calorón loco, no eres tu wey, también cuando hace frio hay una manera de detectar pendejos, normalmente la gente en época de frio se enferma de gripa, la gente se enferma, entro en un lugar, digo lo siguiente, wey me caga estar enfermo, la declaración más pendeja que puedes hacer, nadie te va decir, neta?	Puntaje 

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
3:00'-5:00'	A mí me mama estar enfermo wey, yo cuando esta nublado, me quito la camisa mientras está lloviendo, y grito "Oh! Gripa ven a mí por favor!, lo bueno de estar enfermo es que siempre parece que tienes mona, porque estas con los pelos parados y siempre tienes algo en la nariz, un clínex susurrando cosas así, que feo estar enfermo, me cago, la gente se te acerca y como ves que estas enfermo, me pasas un clínex, si wey aquí tengo la sección de mojados y aquí la sección de ecos, no mames me eche uno mojado en la sección de secos wey, ya se mojaron todos, no mames wey, y también lo peor de estar enfermo siempre empieza la competencia de tías de quien tiene el mejor remedio casero, se te acercan y te dicen, o estas enfermo, muy fácil, te vas a tomar miel con limón, siempre dicen su medicamento, con un cuartito de menta porte, y en eso entra tu otra tía a competir, no, no, te vas hacer un té le vas a echar miel, limón, ajo y cebolla y te vas a tomar todo eso con un jugo de naranja y un medio temprá forte y ves a la otra tía, entonces va hacer así, okey ,no, no, te vas hacer un té de miel, cebolla, ajo y te de buganvilia, te vas a tomar el juego de naranja con un redomón la pastilla efervescente y un temprá forte y aparte un litro de agua de limón, ya que te lo tomes todo vas a ir al jardín a hacer una danza para que se sude toda la enfermedad, y después te vas acostar así como Drácula, súper importante, que te acuestes así, y así se va sudar toda, y ves a la otra tía, pasa un tlaco caen en la frente de un bebe, lo peor de estar enfermo de gripa es que exista un amigo, que ahuevo te quiere sacar, wey hay que salir, estoy enfermo de gripa, hay que puto, neta?	Puntaje 

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
5:00´-8:00´	A que puto wey, wey estoy enfermo de gripa, no mames yo un día salir, y wey me puse pedo el alcohol quito toda la enfermedad y al día siguiente ya estaba curado, y es que ahuevo te quiere sacar al antro, hay un chingo de grupos de gente, como a los nacos, a los fresas, a los nacos que se creen fresas, a los fresas que se creen nacos, a los hípster, siempre hay un grupo de gordas no, a mí me gusta decirles el grupo de las anchas del antro no, que las ves adentro bailando, que están de malas porque nadie se las liga, que chocas con una y dicen, perdón amigo te molesto?, que están tomando coca light, tienes que par entre toda la gente, como fan naco en el video latino de es la última vez que toco fanes wey, hay que verlos, no mames quien se hecho un pedo wey, ya por fin llegas hasta delante, puedes estar horas ahí de, Popeye, Popeye, Popeye, después de que estas ahí diez años pasa un chavo como de 12 años, y tú de oye niño el Burger King esta allá, y en eso el escuincle ese, que paso Popeye, como esta, y entra en chinga, y tú de, que?, a ya es judío, claro marco en la tarde, oye Popeye vamos a ir al antro en la tarde mis amigos y yo, yo veo a los judíos salir en viernes y me dan ganas de de gritarles “hey que no es shabado”, o ver aquí a 20 weyes que aplaudieron así de quien es shabado wey, entonces estas ahí, años en la cadena, por fin Popeye te voltea a ver, ábrete entras y... si quiero escuchar música horrible en quedo en mi coche y prendo el radio, y volteas a ver a tu amigo y le preguntas, cuanto pagamos para entra?	Puntaje 

Tiempo	Transcripción del monólogo	Reacción
8:00´-10:00´	500 pesos wey esta con madres no, y vas caminando hacia el antro y pasa esa persona que no te querías encontrar a esa te encuentras, alto gordo, chapereado camisa de marca, que paso apa, como estas wey, y tú, bien y tú?, feísimo prueba mi cuba, y ahí vas de idiota, o si esta fuertísima, estas chupando desde las 3 de la tarde, llevamos 3 pomos cada quien, sin refresco, y siempre hay alguien que confirma sus historias, o no curi, u curi aparece atrás en la espalda, y te lleva a su mesa y te dice, vente a mi mesa wey, ahí tenemos un pomo, llega una amiga a saludar y te dice, ay! Que haces aquí?, aquí barro pendeja, te sirves, le sirves a tu amiga y de repente volteas y ese cabron está en el sillón bailando, y le gritas, bájate, ósea si estas pelón y naco pero	Puntaje  Total 6

	<p>no eres pitbull, y aparte no me vas a dejar negar cada canción es un recuerdo, para esos weyes, wey mi canción, estamos pedicimos o no curi, se acaba la noche en eso se te acerca y te dice wey ya nos vamos de after porque siempre estuvimos de after o no curi, llega la cuenta y me tome un agua sabor cuba, porque estos weyes siempre dicen hay que vivirla, legal wey, legal, me tome un agua sabor cuba cuanto nos toca a cada uno 20 pesos?, este son 350 por persona, y en ese momento entiendes porque saludo la amiga, hay yo no traje dinero, pensé que no iba a gastar, antros gratis o que. Adiós yo soy Ricardo.</p>	
--	--	--