

PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN



La estrategia humorística audiovisual del canal de YouTube peruano “Hablando Huevadas” a través de la teoría de la violación benigna. Un análisis descriptivo desde la comunicación y la psicología moral

Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Comunicación Audiovisual
presentado por:

Carolina Noelia Galvez Roman

Asesor:

Juan Jorge Vergara Gerstein

Lima, 2024


Informe de Similitud

Yo, **Juan Jorge Vergara Gerstein**, docente de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor de la tesis titulada **La estrategia humorística audiovisual del canal de YouTube peruano “Hablando Huevadas” a través de la teoría de la violación benigna. Un análisis descriptivo desde la comunicación y la psicología moral**” de la autora **Carolina Noelia Galvez Roman** dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 10%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el [12/02/2025](#).
- He revisado con detalle dicho reporte de la tesis, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 12 de febrero de 2025

.....

Apellidos y nombres del asesor: Vergara Gerstein, Juan Jorge	
DNI: 18080113	Firma 
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-0268-9273	

RESUMEN

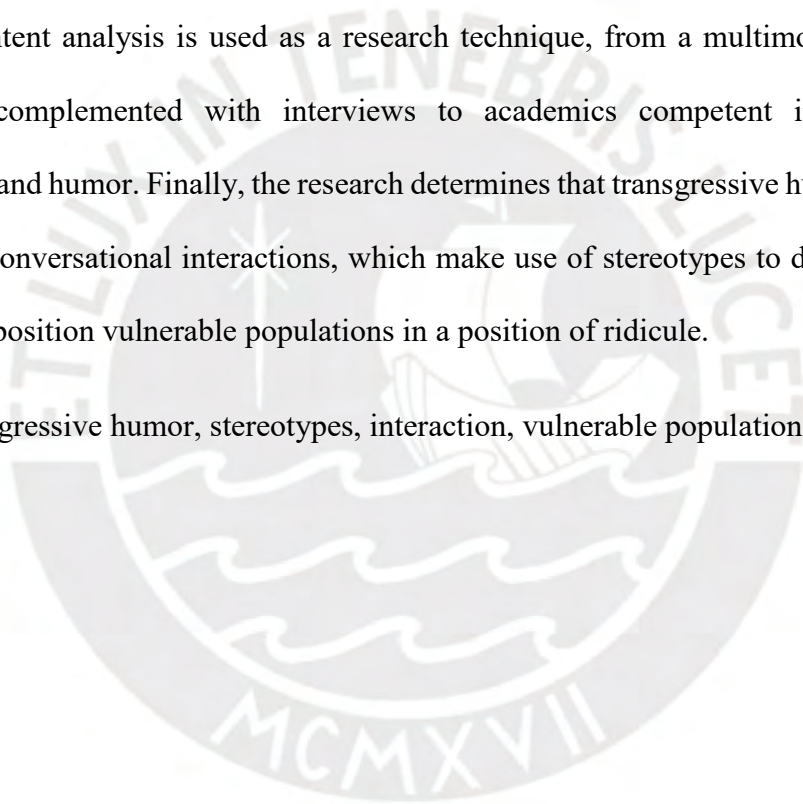
La investigación tiene como objetivo identificar los elementos significativos que permiten la comprensión de la estrategia humorística audiovisual del canal de YouTube peruano “Hablando Huevadas” (2019, 2021 y 2022) desde el enfoque comunicacional y la psicología moral. Según el tipo de investigación del estudio por su naturaleza es exploratoria y, por su nivel, descriptiva. Se toma como muestra de estudio los fragmentos de siete videos transmitidos durante los años 2019, 2021 y 2022, en los segmentos que tienen como público objetivo de su contenido humorístico a poblaciones vulnerables de la sociedad. Para ello, se recurre al análisis de contenido como técnica de investigación, desde un enfoque multimodal. Además, se complementa con entrevistas a académicos competentes en las temáticas de comunicaciones y humor. Finalmente, con la investigación se determina que el humor transgresor se presenta principalmente a través de interacciones conversacionales, las cuales hacen uso de estereotipos para desarrollar expresiones burlescas que posicionan a las poblaciones vulnerables en una posición de ridículo.

Palabras claves: humor transgresor, estereotipos, interacción, poblaciones vulnerables y ridículo

ABSTRACT

The research aims to identify the significant elements that allow the understanding of the audiovisual humorous strategy of the Peruvian YouTube channel “Hablando Huevadas” (2019, 2021 and 2022) from the communicational approach and moral psychology. According to the type of research of the study by its nature is exploratory and, by its level, descriptive. Fragments of seven videos transmitted during 2019, 2021 and 2022 are taken as a study sample, in the segments that have vulnerable populations of society as the target audience of their humorous content. For this purpose, content analysis is used as a research technique, from a multimodal approach. In addition, it is complemented with interviews to academics competent in the topics of communications and humor. Finally, the research determines that transgressive humor is presented mainly through conversational interactions, which make use of stereotypes to develop burlesque expressions that position vulnerable populations in a position of ridicule.

Keywords: transgressive humor, stereotypes, interaction, vulnerable populations and ridicule.



DEDICATORIA

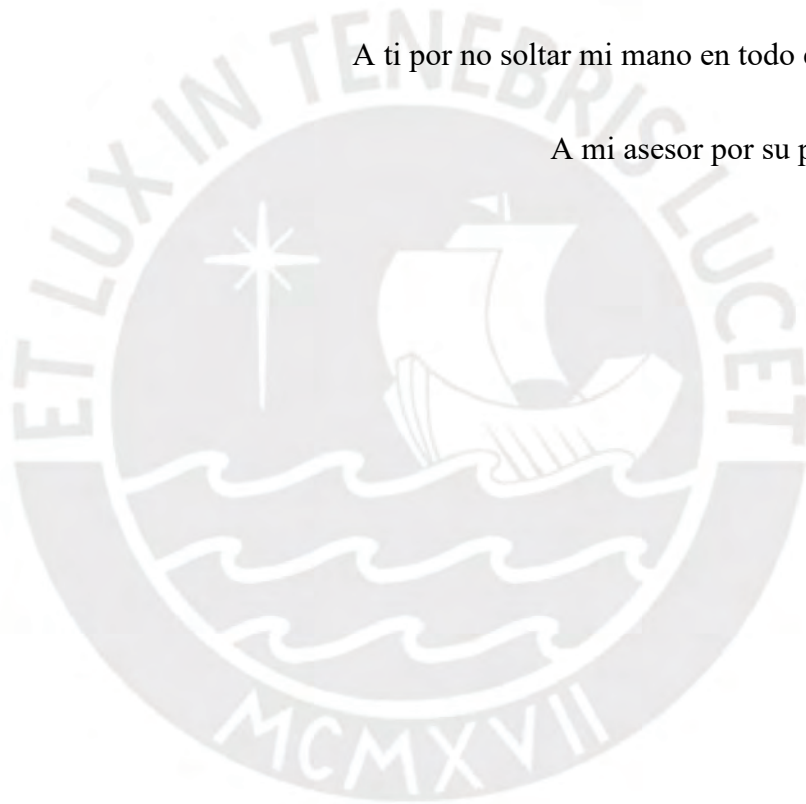
A mi mamá, quien me impulsa a ser mejor cada día y está presente en cada logro y caída

A Queca por ser mi soporte emocional y acompañarme en todos los días y noches que le dediqué
a mi tesis

A mi abuela por ser ese amor incondicional y acompañarme desde el cielo

A ti por no soltar mi mano en todo este largo camino

A mi asesor por su paciencia y apoyo



AGRADECIMIENTOS

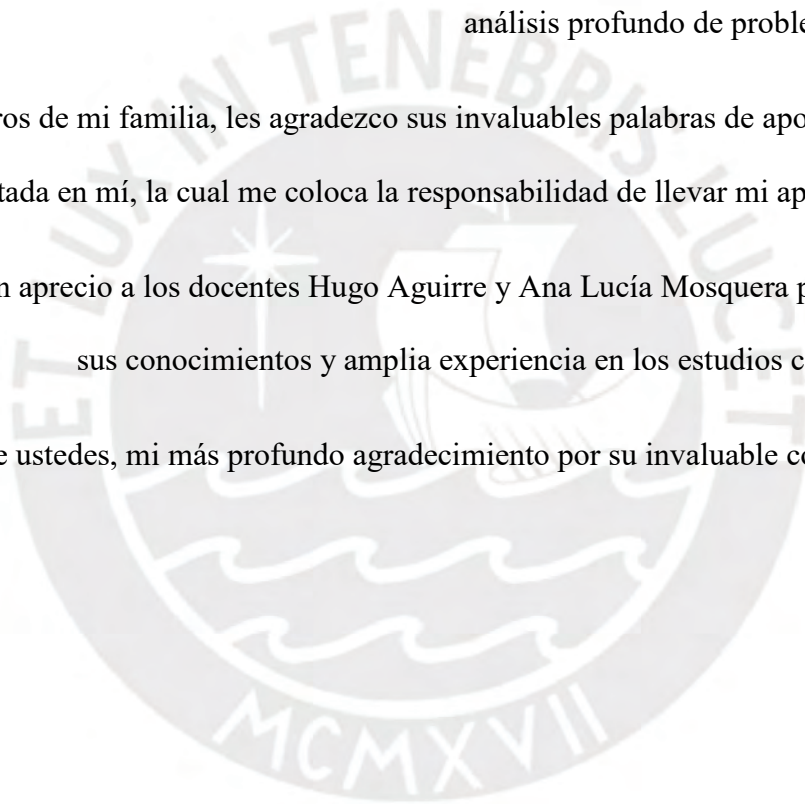
Con profunda estima y reconocimiento, extiendo mi más sincera gratitud a mi asesor de tesis, el Dr. Jorge Vergara. Su dedicación y comprensión han sido pilares fundamentales en la dirección de la presente investigación.

Mi agradecimiento se extiende a la Pontificia Universidad Católica del Perú, por poseer en sus filas a docentes que fomentan el desarrollo de un espíritu crítico, el cual resulta esencial para el análisis profundo de problemáticas sociales.

A los miembros de mi familia, les agradezco sus invaluable palabras de apoyo y la confianza depositada en mí, la cual me coloca la responsabilidad de llevar mi apellido por lo alto.

Reconozco con aprecio a los docentes Hugo Aguirre y Ana Lucía Mosquera por contribuir con sus conocimientos y amplia experiencia en los estudios comunicacionales.

A cada uno de ustedes, mi más profundo agradecimiento por su invaluable contribución a este viaje académico.



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.1. Preguntas de investigación.....	6
1.2. Hipótesis.....	6
1.3. Objetivos	7
1.4. Justificación de la investigación.....	7
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO.....	10
2.1. Desde las teorías clásicas a la teoría de la violación benigna	10
2.1.1. Concepto de humor.....	10
2.1.2. Teorías clásicas del humor.....	12
2.1.3. Humor transgresor	14
2.1.4. Teoría de la violación benigna.....	16
2.1.5. Esquema de Wang.....	18
2.1.6. Tipología de Berger en contenido narrativo	19
2.1.7. Tipología de Buijzen y Valkenburg en contenido audiovisual.....	24
2.1.8. Concepto de ridículo.....	27
2.2. Discurso narrativo verbal y no verbal	30
2.2.1. Lo “políticamente correcto”.....	30
2.2.2. Estereotipos en los medios.....	32
2.2.3. Lo obsceno.....	38
2.2.4. Narrativa verbal	39
2.2.5. Performatividad en la comedia	46
2.2.6. Narrativa audiovisual.....	49
2.2.7. Narrativas digitales	55
2.3. Lenguaje audiovisual.....	60
2.3.1. Fotografía.....	60
2.3.2. Arte	65
2.3.3. Sonido	67
CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	69
3.1. Tipo de investigación	69
3.2. Universo y muestra.....	69
3.3. Unidad de análisis	71

3.4. Técnica metodológica	72
3.5. Instrumentos	73
CAPÍTULO 4: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE EPISODIOS	78
4.1. Análisis de la narrativa verbal de “Hablando Huevadas”	78
4.2. Análisis de la narrativa no verbal de “Hablando Huevadas”	101
4.3. Análisis audiovisual de “Hablando Huevadas”	103
4.4. Modelo integrado del proceso psicológico del humor denigrante en “Hablando Huevadas”	111
CONCLUSIONES	122
REFLEXIONES FINALES	128
BIBLIOGRAFÍA	130
ANEXOS	142



INTRODUCCIÓN

Los programas cómicos en el Perú existieron desde los primeros años del surgimiento de la televisión peruana (Peirano, 1984). A raíz de ello, diversos personajes de origen cómico, provenientes del teatro popular, la radio o la comicidad ambulante, alcanzaron la popularidad y el reconocimiento de los peruanos debido a sus presentaciones en los programas de los canales televisivos. Entre los programas humorísticos más resaltantes de la televisión peruana, destacaron “Trampolín a la Fama”, “Risas y Salsa”, “Los ambulantes de la risa” (siglo XX), “Risas de América”, “Astros de la Risa” y “El Especial del humor” (siglo XXI).

Con la digitalización de la sociedad, plataformas como YouTube, Facebook y TikTok han albergado la adaptación de antiguos formatos humorísticos y el surgimiento de nuevos en estos espacios digitales. En 2019, el canal de YouTube “Hablando Huevadas” insertó en el ambiente mediático a los comediantes Jorge Luna y Ricardo Mendoza con una propuesta de humor negro, inspirada en el formato del canal español “Nadie Sabe Nada”. Hasta la fecha del presente año, las estadísticas del canal reflejan un promedio de 2.563.865.489 visualizaciones y 5,5 millones de suscriptores, lo que demuestra un consumo significativo del contenido y un posible respaldo de la audiencia hacia su particular discurso humorístico.

Sin embargo, sus contenidos generaron críticas por su carácter polémico y transgresor, siendo cuestionados por entidades como el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, CONADIS y la Defensoría del Pueblo, quienes argumentaron que reforzaron estereotipos y transgredieron normas éticas y morales de la sociedad. En el contexto de la televisión peruana a finales del siglo

XX e inicios del XXI, los programas humorísticos se fundamentaron en arquetipos étnico-culturales que utilizaron estereotipos del entorno urbano, reforzando ideologías dominantes sobre grupos vulnerables (De Los Heros, 2016). Con la transición a los espacios digitales, plataformas como YouTube representaron un nuevo escenario donde programas como "Hablando Huevadas" continuaron explorando el humor basado en grupos vulnerables, ahora bajo herramientas de improvisación y *stand-up comedy*. A diferencia de la televisión, donde la censura y regulación fueron más estrictas, en YouTube hubo una falta de normatividad respecto a contenidos sensibles como la discriminación (Cabral et al., 2017). Esta distinción fue crucial: mientras algunos usaron el humor transgresor para desafiar normativas sociales y generar nuevos discursos (Ruiz-Gurillo y Linares, 2020), otros pudieron reforzar estereotipos sin considerar el impacto social (Ford y Ferguson, 2004).

En el contexto peruano actual, marcado por diversas problemáticas, el entretenimiento se presentó como una válvula de escape. Así, el éxito de "Hablando Huevadas" en YouTube y en sus shows en vivo sugirió una estrategia humorística prominente, motivo por el cual esta investigación se enfocó en comprender sus elementos desde perspectivas comunicacionales y de psicología moral, analizando los recursos audiovisuales de los videos relevantes (2019, 2021, 2022).

El objetivo principal de esta investigación fue identificar qué elementos significativos permitieron la comprensión de la estrategia humorística audiovisual del canal de YouTube peruano "Hablando Huevadas" (2019, 2021 y 2022) desde el enfoque comunicacional y la psicología moral.

La investigación presentó la siguiente hipótesis:

La composición de la estructura narrativa a lo largo de los chistes elaborados por los comediantes, junto a la performance física y las emociones positivas como la risa, permitieron la comprensión del humor transgresor y la violación benigna de normativas morales presentes en la estrategia humorística audiovisual del canal de YouTube peruano: “Hablando Huevadas”. Además, el desarrollo del componente audiovisual estuvo presente a modo de complemento y refuerzo de la transgresión, la cual se enunció a través de la oralidad.

Se organizó esta investigación en cinco capítulos:

Con el motivo de lograr los objetivos trazados, en el capítulo 1 se expuso la delimitación de la investigación, la cual comprendió las preguntas, hipótesis y objetivos de investigación, junto a la justificación del estudio.

En segundo lugar, en el capítulo 2 se desarrolló el marco teórico a partir de tres líneas temáticas: teorías del humor desde el enfoque de las comunicaciones y la psicología moral, las cuales abarcaron desde las teorías clásicas a la teoría de la violación benigna; el discurso narrativo verbal y no verbal y el lenguaje audiovisual en el género de la comedia.

Como siguiente etapa de la estructura de investigación, se incluyó el capítulo 3, referido a la estructura metodológica, en la cual se definió a la investigación de tipo exploratoria y descriptiva en el marco de la investigación cualitativa. Además, se presentaron los criterios de selección de la muestra no probabilística y las técnicas de recojo de investigación mediante el análisis de contenido, que permitió conocer y comparar los elementos verbales, no verbales y audiovisuales, y las dos entrevistas semiestructuradas realizadas a especialistas en el campo de las comunicaciones, las cuales añadieron información valiosa y peso al análisis.

Así, se pasó al capítulo 4, el cual presentó la exposición de los resultados de investigación en función a las preguntas y los objetivos de la misma. Se presentó una descripción detallada del análisis interpretativo de los contenidos recogidos a través de las matrices de análisis de contenido y el esquema de Wang, el cual se enfocó en analizar multimodalmente las tres categorías: narrativa verbal, narrativa no verbal y lenguaje audiovisual.

Este análisis no solo aportó al campo de las comunicaciones, sino que también ofreció una perspectiva desde la psicología moral para comprender las normativas sociales transgredidas en el humor de “Hablando Huevadas”. En un contexto peruano donde la literatura sobre humor en medios digitales fue escasa, esta investigación contribuyó significativamente al conocimiento académico y al desarrollo del pensamiento crítico de la audiencia.

Finalmente, el capítulo 5 se estructuró a partir del objetivo y la hipótesis principal de investigación y se repasó la data más resaltante ubicada en la presentación de resultados, en relación a los elementos significativos que permitieron la comprensión de la estrategia humorística de “Hablando Huevadas”.

Fue esencial investigar los fenómenos que captaron la atención pública, especialmente en períodos de gran popularidad. En el contexto peruano, la escasez de estudios sobre el humor en plataformas como YouTube, Instagram y TikTok destacó la necesidad de reflexionar sobre cómo los peruanos percibieron el humor transgresor en estos medios digitales. Este enfoque interdisciplinario y multimodal permitió una detallada comprensión de las nuevas formas de comunicación y el impacto del humor en la audiencia, contribuyendo así al desarrollo teórico sobre el uso del humor

en el entorno digital peruano y proporcionando una base académica para futuras investigaciones y prácticas en el campo del humor audiovisual.



CAPÍTULO 1: DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.Preguntas de investigación

Principal

¿Qué elementos significativos permiten la comprensión de la estrategia humorística audiovisual del canal de YouTube peruano “Hablando Huevadas” (2019, ¿2021 y 2022) desde el enfoque comunicacional y la psicología moral?

Subalterna 1

Desde el enfoque comunicacional, ¿cómo se presenta la estrategia humorística audiovisual del canal de YouTube peruano “Hablando Huevadas” (2019, ¿2021 y 2022) a partir del discurso narrativo verbal y no verbal y el lenguaje audiovisual?

Subalterna 2

Desde el enfoque de la psicología moral, ¿cómo se presenta la estrategia humorística audiovisual del canal de YouTube peruano “Hablando Huevadas” (2019, ¿2021 y 2022) a partir del discurso narrativo verbal y no verbal y el lenguaje audiovisual?

1.2.Hipótesis

La composición de la estructura narrativa a lo largo de los chistes elaborados por los comediantes, junto a la performance física y las emociones positivas como la risa, permiten la comprensión del humor transgresor y la violación benigna de normativas morales presentes en la estrategia humorística audiovisual del canal de YouTube peruano: “Hablando Huevadas”. Además, el

desarrollo del componente audiovisual está presente a modo de complemento y refuerzo de la transgresión, la cual se enuncia a través de la oralidad.

1.3.Objetivos

Principal

Identificar qué elementos significativos permiten la comprensión de la estrategia humorística audiovisual del canal de YouTube peruano “Hablando Huevadas” (2019, 2021 y 2022) desde el enfoque comunicacional y la psicología moral

Subalterna 1

Determinar cómo se presenta la estrategia humorística audiovisual del canal de YouTube peruano “Hablando Huevadas” (2019, 2021 y 2022) a partir del discurso narrativo verbal y no verbal y el lenguaje audiovisual, desde el enfoque comunicacional

Subalterna 2

Delimitar cómo se presenta la estrategia humorística audiovisual del canal de YouTube peruano “Hablando Huevadas” (2019, 2021 y 2022) a partir del discurso narrativo verbal y no verbal y el lenguaje audiovisual, desde el enfoque de la psicología moral

1.4.Justificación de la investigación

Es fundamental estudiar los fenómenos que alcanzan relevancia en las comunicaciones y en la opinión pública en general cuando se encuentran en sus grandes momentos de popularidad. En un contexto como el peruano, donde existe una gran escasez de literatura referida al humor en los medios audiovisuales contemporáneos como Youtube, Instagram y TikTok, resulta necesario un

estudio que reflexione y contribuya a la perspectiva académica sobre el humor que los peruanos conciben como hilarante, a pesar de su carga transgresora.

Además, desde el campo de las comunicaciones se pueden establecer puentes con demás disciplinas para analizar los objetos de estudio de manera más amplia y completa. Así, en el presente estudio, se busca ahondar en el humor desde la psicología moral, la cual determinará los principios éticos y las normativas morales que están implicados en el desarrollo humorístico de un producto audiovisual peruano. Sin dejar de lado las comunicaciones, el reciente estudio explora las estrategias discursivas y audiovisuales empleadas y desarrolladas a través de la plataforma de Youtube.

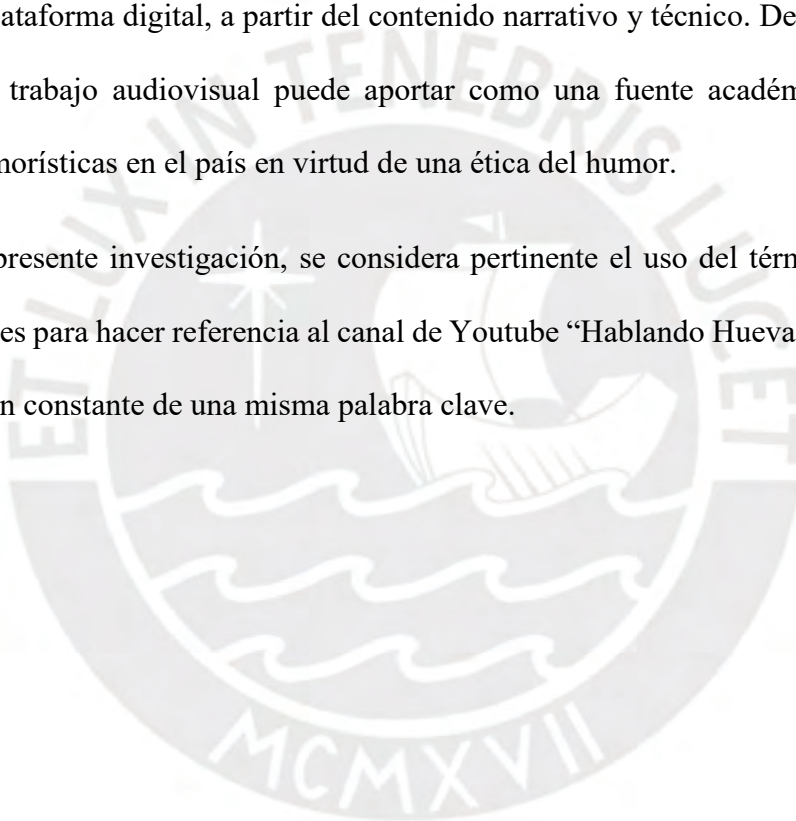
Asimismo, debido a la popularidad de un producto audiovisual como “Hablando Huevadas” en la plataforma de Youtube con un crecimiento constante desde el 2019, con un promedio de más 275 millones de visualizaciones de sus videos y con 1.53 millón de suscriptores, se observa que existe detrás una gran audiencia que respalda el discurso humorístico de los comediantes. En ese sentido, la investigación apunta a contribuir con el desarrollo del pensamiento crítico de la audiencia al conocer cómo se logra construir el humor y generar la risa con los elementos de composición del discurso narrativo verbal y no verbal, tomando en cuenta los preceptos éticos y morales de los individuos. Asimismo, mediante el análisis de su propuesta audiovisual, se podrá conocer de manera más completa el discurso que proponen y la adaptabilidad a la plataforma de Youtube.

Por otra parte, aunque la importancia del humor ha sido apreciada durante muchos años, la concepción del humor como herramienta interpersonal en las comunicaciones ha aumentado drásticamente en los últimos quince años (Lynch, 2002). Así, el estudio, dentro del marco de las comunicaciones y desde un enfoque multimodal e interdisciplinario que integra las variables de análisis, puede aportar en el conocimiento sobre nuevas formas de comunicación relacionadas con

las plataformas, el contenido y el tratamiento audiovisual humorístico y, en ese sentido, constituirse como un aporte a la reflexión teórica sobre el uso del humor en las redes sociales digitales.

De igual modo, estas reflexiones académicas pueden significar un punto de partida para las labores de estudiantes y profesionales comunicadores, en cuanto brindan un amplio conocimiento sobre la implicancia de la ética y la moral en la estrategia humorística de un producto audiovisual exhibido a través de una plataforma digital, a partir del contenido narrativo y técnico. De manera concreta, en el campo del trabajo audiovisual puede aportar como una fuente académica que respalde producciones humorísticas en el país en virtud de una ética del humor.

Para fines de la presente investigación, se considera pertinente el uso del término “HH” en los capítulos siguientes para hacer referencia al canal de Youtube “Hablando Huevadas”, con el fin de evitar la repetición constante de una misma palabra clave.



CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1.Desde las teorías clásicas a la teoría de la violación benigna

En el primer capítulo se aborda el concepto del humor, comenzando con un análisis de las teorías clásicas del humor para establecer un marco teórico sólido. Se explora el humor transgresor y cómo desafía las normas sociales, investigando la teoría de la violación benigna desde la psicología moral. Se presenta el esquema teórico de Wang para entender cómo se perciben y justifican moralmente los actos humorísticos transgresores.

Además, se analiza la tipología de Berger en el contenido narrativo y la de Buijzen y Valkenburg en el contenido audiovisual, destacando cómo diferentes estructuras afectan la percepción del humor. Finalmente, se examina el concepto de ridículo como herramienta humorística que puede desafiar o reforzar normas sociales, ofreciendo una visión integral del humor transgresor dentro de la psicología moral y la percepción pública.

2.1.1. Concepto de humor

Los estudios sobre el humor se remontan a tiempos antiguos, donde filósofos como Platón y Aristóteles intentaron conceptualizarlo. Platón lo asoció al ámbito de lo ridículo, mientras que Aristóteles lo contrastó con la tragedia (Attardo, 2010). En el contexto contemporáneo, William O. Beeman (1999) define el humor como "un logro pragmático-performativo que involucra una amplia gama de habilidades de comunicación, incluyendo el lenguaje, los gestos, la presentación de imágenes y/o el manejo de situaciones". Beeman enfatiza la importancia del humorista en la construcción de un orden a través de narraciones y representaciones visuales.

Además, argumenta que el factor sorpresa dirigido al público es fundamental para el humor, situándolo dentro de la teoría de la incongruencia lingüística. Este enfoque implica una participación cooperativa entre el humorista y la audiencia, donde el contexto cultural y social juegan un papel crucial (Beeman, 1999).

Así, al entender el humor como un acto comunicativo social, el autor introduce el concepto de participación cooperativa entre el humorista y la audiencia. Esto implica que el público debe seguir el proceso de creación del humor y estar capacitado para comprender y analizar los códigos presentados por el comediante. Además, el autor subraya la influencia de la cultura y el contexto en el desarrollo de este acto comunicativo, destacando que "todas las culturas poseen alguna forma de narrativa humorística que culmina en un remate" (1999).

Por otro lado, Meyer (2000), partiendo de la visión de Beeman sobre el humor en las interacciones sociales, sostiene que "el humor es generalmente visto como un fenómeno social, donde el foco está en la audiencia y es la interpretación y reacción del mensaje lo que determina el éxito o fracaso de los intentos humorísticos" (Meyer, 2000). En este sentido, Meyer enfatiza la importancia de cómo la audiencia decodifica los mensajes humorísticos.

Además, a diferencia de Beeman, quien enfoca la explicación del humor desde la teoría de la incongruencia dentro de un marco comunicativo, Meyer también hace referencia a otras teorías clásicas del humor como el alivio y la superioridad. En este sentido, Meyer sugiere que "es preferible combinar diversas teorías clásicas para interpretar la comicidad en contextos específicos" (2000). Esto se debe a que existen múltiples tipos de humor que utilizan diferentes técnicas humorísticas. Además, estas teorías explicativas del humor también pueden entender el humor desde su función social.

Por otro lado, la definición de Ramsey complementa la percepción de Beeman sobre la importancia de contextualizar los códigos humorísticos para que la audiencia los comprenda: “el humor tiene la capacidad de reducir comunicativamente mensajes tabúes, amenazantes y de alto riesgo, siempre que se enmarque como una broma” (Ramsey, 2016). En este sentido, Ramsey destaca el papel del humor como herramienta transgresora que puede promover la aceptación de contenidos que desafían normas sociales y afectan a grupos específicos en la sociedad. Según este autor, el humor puede mitigar el temor a comunicar directamente contenidos sensibles o vulnerables, facilitando su aceptación por parte del público.

Por lo tanto, la definición de Beeman será utilizada en este estudio, debido a la importancia de sus modos comunicativos y la interacción entre la figura del humorista y la audiencia. En este sentido, proporciona un marco adecuado que complementa la composición y las características del humor presentes en el canal de YouTube “HH”, particularmente en sus elementos narrativos, performativos y audiovisuales observados en su estrategia discursiva.

2.1.2. Teorías clásicas del humor

Desde una perspectiva psicológica, el origen del humor se ha explicado a partir de tres teorías principales que continúan siendo utilizadas en diversos estudios sobre el humor en distintas disciplinas. Estas teorías sugieren que el humor surge en el pensamiento humano a través del alivio, la incongruencia y la superioridad (Raskin, 1985; Berger, 1993 citados en Buijzen y Valkenburg, 2004).

En primer lugar, la teoría del alivio explica que las personas experimentan el humor y la risa como un efecto de la reducción del estrés percibido (Meyer, 2000). Por lo tanto, la reducción de la tensión puede llevar al humor. Las técnicas y estrategias humorísticas de diversos comediantes pueden relacionarse con esta teoría, ya que el tratamiento de temas tabú y controversiales en contextos

humorísticos podría facilitar una mayor libertad para que la audiencia reaccione con risa. Así, el humor explicado por la teoría del alivio podría incluir temas sexuales y agresivos (Buijzen y Valkenburg, 2004).

En segundo lugar, la teoría de la superioridad explica que las personas se ríen porque se ubican en una posición superior frente al público objetivo de las bromas (Meyer, 2000). En ese sentido, uno percibe al otro como alguien inferior y la risa se produce a partir de esta percepción. Entonces, se podría decir que los humoristas que basan su humor en esta teoría contribuyen al reforzamiento de sentimientos de superioridad de los grupos mayoritarios.

En esta línea, la teoría de la superioridad conlleva dos efectos importantes del humor: "la sociedad humana se mantiene en orden cuando aquellos que desobedecen son censurados mediante la risa, y las personas se sienten parte de un grupo al reírse del grupo ridiculizado" (Meyer, 2000). Por lo tanto, generalmente, el humor basado en la superioridad no es agradable para quienes son objeto de él. Además, según este concepto, el humor desempeñaría un papel disciplinario en los contextos en los que se manifiesta.

En tercer lugar, a diferencia de las causas fisiológicas y emocionales que caracterizan a la teoría del alivio y la teoría de la superioridad, respectivamente, la teoría de la incongruencia se centra en la capacidad cognitiva (Buijzen y Valkenburg, 2004). Desde este enfoque, se genera la risa en las personas frente a algo inesperado o extraño de un modo que no resulta amenazante hacia ellos (Meyer, 2000).

Entonces, bajo esta perspectiva, es posible identificar técnicas humorísticas como lo absurdo, el ridículo, y lo ignorante, entre otros, que se relacionan con este tipo de humor. En el contexto de nuestro estudio, podemos identificar estas técnicas para observar cómo se conectan con la

estrategia humorística de “HH” y cómo pueden violar principios morales. Esto nos permite entender cómo este tipo de humor explica el origen de la risa en la audiencia, específicamente en nuestro estudio de caso.

Las teorías clásicas del humor, como se han mencionado, pueden relacionarse con diversas teorías que adoptan diferentes enfoques para explicar cómo se genera el humor y para reconocer y caracterizar sus tipos. Por tanto, el uso de estas teorías sobre el origen del humor será útil para comprender qué tipo de humor provoca risas en la audiencia, una reacción emocional característica de los espectadores en nuestro estudio de caso.

Según Meyer (2000), los teóricos clásicos del humor sostenían que estas tres teorías podían explicar todos los casos de humor, pero actualmente se las concibe más como teorías complementarias que explican la risa como efecto. Sin embargo, existen tipos de humor que generan controversia en la opinión pública más allá de simplemente provocar risa, como es el caso de nuestro estudio. Por lo tanto, es necesario profundizar en aspectos más amplios que busquen entender qué provoca el humor, considerando las circunstancias particulares de cada contexto.

2.1.3. Humor transgresor

Ahora, después de haber comprendido el concepto de humor desde un enfoque comunicativo, es fundamental definir qué se entiende por “humor transgresor”. Para los propósitos de esta investigación, nos adentraremos en el humor transgresor desde una perspectiva psicológica, dada su relevancia académica y su enfoque en el estudio en general.

Según L. L. Wang, en su estudio “*Disparagement humor: Could laughter dissolve hostility?*”, el humor denigrante implica la presentación de información con connotaciones negativas que, paradójicamente, provoca risa. No obstante, el autor señala que varios factores pueden afectar la

capacidad de la denigración para resultar divertida (2022). En este contexto, el humor transgresor emerge como un concepto fundamental relacionado directamente con el estilo humorístico de “HH”, conocido por dirigirse a públicos vulnerables a través de prejuicios.

L. L. Wang explora los mecanismos psicológicos que subyacen al surgimiento del humor a partir de la denigración. Según sus estudios, los factores que influyen en la percepción del humor degradante incluyen la identidad y actitud grupal, la distancia psicológica, la personalidad y los antecedentes culturales (2022). Estos elementos determinan si el humor transgresor es percibido como divertido u ofensivo, destacando la importancia del contexto y las características de la estrategia humorística de los emisores.

Además, el autor discute las consecuencias sociales del uso del humor degradante, concluyendo que incluyen la liberación de prejuicios, la legitimación de la dominación social, efectos inconsistentes en relaciones interpersonales, así como impactos en la autoestima y la imagen corporal (2022).

Además, Ford y Ferguson (2004) desarrollan la teoría de la norma prejuiciosa, explorando el vínculo entre el humor de menosprecio y el refuerzo de prejuicios contra grupos específicos en la sociedad. Según estos autores, el humor de menosprecio tiene el potencial de liberar prejuicios al dirigir burlas hacia grupos sociales específicos (2004). Esta teoría señala que este tipo de humor, al relacionarse de manera antisocial con ciertos grupos, puede perpetuar un ambiente socialmente perjudicial para aquellos que ocupan posiciones más vulnerables.

A nivel general, la teoría sugiere que el humor establece una dinámica conversacional de ligereza, permitiendo que el prejuicio o expresión despectiva sea tratado de manera lúdica sin críticas. Bajo esta perspectiva, tanto el emisor como el receptor entran en un acuerdo implícito donde se

suspenden las formas críticas de pensar sobre temas considerados inaceptables o sensibles (Ford & Ferguson, 2004).

De esta manera, se destaca la importancia de construir un contexto humorístico que incluya todos los elementos narrativos y técnicos. Esto permite que la audiencia reconozca y sea consciente de las reglas que se establecen y se rompen en estos espacios. Por lo tanto, esta teoría me facilitaría identificar y caracterizar el contenido de “HH”.

En este contexto, la teoría sugiere que las personas interpretan el humor sin crítica cuando ya poseen prejuicios contra el grupo social en cuestión. Además, existe la posibilidad de que aquellos que ya sostienen prejuicios adopten la norma prejuiciosa desarrollada en el contexto humorístico, reflejándola en sus interacciones con los miembros del grupo objetivo (Ford & Ferguson, 2004).

2.1.4. Teoría de la violación benigna

Desde la psicología moral, entendida por Lawrence Kohlberg como el estudio del desarrollo sociocognitivo que incluye el pensamiento lógico y la capacidad de adoptar la perspectiva de los demás (2008), surge la propuesta teórica de McGraw y Warren. Estos autores plantean que el humor tiende a surgir cuando se viola una norma moral, fenómeno conocido como "la teoría de la violación benigna". Esta teoría explica cómo se construye el humor a partir de la contradicción entre lo correcto y lo incorrecto, provocando tanto hilaridad como potencial ofensa (2010).

A su vez, la teoría de la violación benigna está relacionada con la teoría de la superioridad, la cual se fundamenta en los conceptos de Aristóteles según los cuales el humor surge cuando las personas ejercen superioridad sobre los demás o sobre su propio yo anterior (Bennett y Robinson, 2000). Esta idea sugiere que el ejercicio de superioridad a través del humor puede considerarse una

conducta éticamente cuestionable, planteando así una posible conexión negativa entre moralidad y humor.

La teoría recientemente propuesta por los psicólogos McGraw y Warren, denominada teoría de la violación benigna, busca explicar cómo surge el humor en los individuos, considerando diversos contextos y circunstancias personales. A diferencia de las teorías anteriores que se remontan a la época de Platón y Aristóteles, esta teoría se distingue por examinar los aspectos individuales que determinan por qué no todos se ríen de lo mismo. Desarrollada en el ámbito de la psicología moral, la teoría de la violación benigna postula la presencia de tres factores fundamentales: la percepción de una transgresión, la transformación de esta en una transgresión benigna, y la simultaneidad de ambos eventos.

Así, según McGraw y Warren, cuando ambos factores se combinan, se crea una percepción incoherente en el cerebro de las personas que se traduce en humor. Primero, debe ocurrir la violación de una premisa que comprometa valores, principios o la normalidad física, entre otros aspectos. Para ambos autores, "las violaciones incluyen cualquier cosa que parezca amenazadora o se aparte de una norma de una manera potencialmente negativa" (McGraw & Warren, 2010). Posteriormente, las consecuencias de esta transgresión deben ser benignas, es decir, la situación no debe generar una incomodidad significativa en la persona. Al combinar ambos factores, se logra que una situación transgresora, que viola creencias o principios individuales sin causar daño, produzca humor y, por ende, risa.

De acuerdo con McGraw y Warren, las violaciones tienden a producir risa en tres escenarios: cuando una norma alterna propone que el contenido moral del estímulo es moralmente aceptable, cuando el sujeto está débilmente comprometido con la norma violada o cuando el sujeto se siente psicológicamente distante de la violación (2010). Así, el grado de nuestras normas morales o éticas

puede manifestarse en la reacción que se tenga frente a una situación humorística transgresora, ya que se puede reaccionar con emociones positivas como la risa o negativas como la repugnancia.

Según Diego Gama Landa en la tesis de maestría “El humor: un juego moral” (2018), la teoría de la violación benigna ha expuesto por primera vez la carga moral esencial que pueden poseer los estímulos que producen humor y el código moral particular del que dependería que cierto estímulo produzca humor en el individuo. En ese sentido, el autor de la tesis de maestría propone que el humor compartido puede indicar un código moral compartido, evidenciando que el humor puede contribuir a formar y mantener grupos sociales en un contexto seguro. Esto se refuerza con los alcances de McGraw y Warren, quienes señalan que debe existir un contexto en el cual los espectadores se sientan seguros para percibir situaciones transgresoras como benignas.

De manera complementaria, resulta relevante relacionarlo al humor transgresor, ya que la teoría de la violación benigna busca explicar el mecanismo de este tipo de humor. Según L.L. Wang (2022) y el concepto del humor denigrante, las personas con una alta identidad moral tienen más probabilidades de ofenderse con bromas morales y menos probabilidades de que se rían. Esto, debido a que existen factores como la identidad y actitudes del grupo, la distancia psicológica, la personalidad, diferencias culturales, éticas, entre otros, que pueden afectar el efecto humorístico.

2.1.5. Esquema de Wang

Ahora bien, L.L. Wang (2022) propone un modelo integrado del proceso psicológico del humor denigrante, basado en la teoría de la violación benigna. El modelo integrado incluye los siguientes elementos. En primer lugar, el emisor del humor denigrante, el cual está motivado por tendencias agresivas y de dominación social, pero también está limitado por normas sociales y restricciones internas. Además, el emisor puede hacer uso de técnicas humorísticas para crear el contexto del humor. En segundo lugar, el receptor del humor denigrante, quien evalúa si el humor es benigno

u ofensivo en base a los factores de su personalidad, identidad, distancia psicológica entre el receptor y el objetivo del humor, antecedentes culturales y el contexto de la comunicación. Y, por último, el efecto del humor denigrante, el cual explica las emociones positivas como la diversión y las negativas como la repugnancia.

En general, el documento propone un modelo integrado del proceso psicológico del humor denigrante, que describe los mecanismos, antecedentes y consecuencias de este tipo de humor. Además, este modelo proporciona una estructura para comprender cómo se origina, se percibe y se experimenta el humor denigrante. Para fines del presente estudio y, tomando en consideración la teoría de la violación benigna, se utilizará este modelo para analizar cómo se origina el humor transgresor en “HH”.

2.1.6. Tipología de Berger en contenido narrativo

Para adentrarnos en la tipología, la cual es titulada de esa manera por Arthur Berger (2017), y sus componentes, es necesario conocer los géneros en los que se expresa el humor. En relación a ello, Sover (2018) reconoce tres géneros: verbal, visual y físico, los cuales se manifiestan en lenguajes diferentes. Para el desarrollo de la presente investigación, se tomará en cuenta el humor verbal y se entenderá el humor físico bajo la denominación de humor no verbal.

Harida (2018), comprendiendo la división del humor en base al género como humor verbal y no verbal, señala que el humor verbal generalmente explota aspectos lingüísticos, mientras que, el humor no verbal hace uso de recursos referidos al movimiento, la apariencia física y los eventos espontáneos. En sí, se puede entender que ambos géneros humorísticos pueden ser estudiados tanto por su composición, considerando el lenguaje de cada tipo de humor y las categorías y técnicas del humor, como por el significado que se origina a través de los signos de su lenguaje característico, el contexto y la interacción entre hablante y audiencia.

Adicionalmente, Sover menciona que el humor verbal puede ser contado oralmente o de manera escrita, mientras que la comedia física se caracteriza por expresiones populares de representaciones teatrales, televisivas o de cine. No obstante, el autor no indica que ambos géneros del humor pueden ser mezclados en una misma representación cómica ni señala medios digitales como plataformas de distribución. Nuestro estudio de caso desarrolla y exhibe el contenido humorístico a través de la plataforma de Youtube y mezcla el humor verbal y el humor no verbal, priorizando en la mayor parte de sus secuencias el humor que se transmite de forma oral.

Puesto que ahora conocemos los géneros del humor y la distinción entre humor verbal y no verbal, cabe adentrarnos en la tipología, entendida como sinónimo de clasificación, que desarrolla Arthur Berger a partir del contenido narrativo de los chistes verbales. Actualmente, esta tipología representa la clasificación más extensa en la literatura humorística, por tanto, resulta fundamental su estudio y consideración para investigaciones que buscan conocer qué es lo que genera el humor y cómo se construye el humor de un producto en específico.

La tipología de Berger se encuentra dividida en categorías y técnicas. El autor propone cuatro categorías básicas bajo las cuales agrupa todas las técnicas del humor: lenguaje, lógica, identidad y acción (2017). Las técnicas son entendidas como los componentes básicos de todo el humor y aquellas que provocan la risa y/o cualquier estado que se produzca en el interlocutor o audiencia frente al contenido humorístico. Estas, de acuerdo al autor, pueden encontrarse en diversas combinaciones de los géneros del humor.

Language	Logic	Identity	Action
Allusion	Absurdity	Before/After	Chase
Bombast	Accident	Burlesque	Slapstick
Definition	Analogy	Caricature	Speed
Exaggeration	Catalogue	Eccentricity	Time
Facetiousness	Coincidence	Embarrassment	
Insults	Disappointment	Exposure	
Infantilism	Ignorance	Grotesque	
Irony	Mistakes	Imitation	
Misunderstanding	Repetition	Impersonation	
Over literalness	Reversal	Mimicry	
Puns, Word Play	Rigidity	Parody	
Repartee	Theme/Variation	Scale	
Ridicule		Stereotype	
Sarcasm		Unmasking	
Satire			

Figura 1: Tipología de Berger

Nota. Berger, A. (2017). *An Anatomy of Humor*. Editorial. Routledge.

Como se puede deducir, al identificar las categorías es posible entender qué tipo de humor se está produciendo en un producto específico. A partir de estas categorías, se consideran las técnicas y luego se identifican las funciones, que son la razón de ser de todas las narraciones humorísticas.

La tipología de Berger se fundamenta en la idea de que el humor puede analizarse a través de diversas técnicas. Para desarrollar su clasificación, Berger estudia chistes verbales por dos razones principales. Primero, estos chistes son breves y fáciles de reproducir, lo cual facilita el análisis directo de las técnicas humorísticas. Segundo, según el autor, las categorías y técnicas pueden aplicarse a cualquier ejemplo de humor, siempre considerando las características del contexto y la interacción del chiste (Berger, 2017).

Es crucial comprender la estructura que Berger propone para los chistes, especialmente dado que nuestro estudio de caso generalmente presenta este tipo de contenido de manera oral. Berger divide la estructura en tres componentes: jokemes, relaciones y risa. Los jokemes se refieren a las acciones realizadas o lo mencionado por los comediantes; las relaciones indican la interacción entre los personajes del chiste y las referencias a las experiencias de la audiencia; finalmente, la risa se refiere a la respuesta efectiva y/o anticipada del hablante y transmitida por la audiencia ante la narración del chiste (Berger, 2017).

En sí, para identificar los componentes de los chistes es necesario entender el humor como un proceso que se puede separar en varias partes y, a partir de ello, realizar el análisis. De acuerdo a Berger, para el análisis del humor, en primer lugar, se debe desglosar el contenido en sus principales elementos y, luego de ello, se califican las técnicas y se identifican las básicas y aquellas que son secundarias (2017).

La tipología desarrollada por Berger resulta útil para el análisis de nuestro objeto de estudio. La concepción del chiste como proceso y las consideraciones de las categorías y técnicas como factores posibles de encontrar en contenidos humorísticos de diversos medios encaja con el enfoque comunicativo de nuestro estudio. Asimismo, desde el enfoque psicológico moral, contribuye a la identificación del proceso de conversión de una situación transgresora a una benigna.

Berger, con el objetivo de enriquecer las técnicas descritas en su tipología, propone un modelo comunicativo del humor (Figura 2), el cual permite centrarse en partes individuales del modelo o en diversas al mismo tiempo. Con el fin de estudiar la evolución de un humorista e identificar las técnicas que utilizó más y los propósitos de estas, el modelo parte del hablante (A), luego, comunica algún tipo de contenido (B) hacia un receptor (C), mediante un canal (D), haciendo uso

de una forma (E) y una técnica (F), generando un efecto (X) para conseguir un objetivo específico (Y) (Berger, 2017).

A	Communicates B to C	Via D	Using Form E	
Comedian	Information	Audience	TV	Jokes
Writer		Public	Radio	Plays
Cartoonist		Group	Print	Cartoons
Clown		Crowd	Self	Gestures
Actor/ress			Speech	Stories
Sender	Contents	Receiver	Medium	Art Form
and Technique F	With X Effect	For Y Purpose		
45 Techniques	Humor	Tension relief		
	Laughter	Affiliation		
	Mirth	Sexual Arousal		
	Joy	Masked Aggression		
Technique	Effect	Function		

Figura 2: Modelo comunicativo del humor

Nota. Berger, A. (2017). *An Anatomy of Humor*. Editorial. Routledge.

Los alcances teóricos, las áreas de aplicación de las categorías y técnicas, y el modelo comunicativo del humor contribuyen significativamente a nuestro estudio, especialmente en relación con los elementos distintivos del humor transgresor en "HH". La perspectiva de Berger considera el humor como un proceso comunicativo basado en el contenido narrativo. Posteriormente, Buijzen y Valkenburg proponen adaptar la tipología de Berger al ámbito audiovisual, incorporando elementos adicionales que enriquecen la construcción de un chiste (2004).

2.1.7. Tipología de Buijzen y Valkenburg en contenido audiovisual

En 2004, Buijzen y Valkenburg desarrollaron una tipología del humor centrada en los medios audiovisuales, basándose en la tipología previamente propuesta por Berger (1993; 2017) y las tres teorías clásicas del humor. Su análisis se enfocó inicialmente en comerciales televisivos para examinar las diversas categorías y técnicas humorísticas. Antes de profundizar en la tipología de Buijzen y Valkenburg, es fundamental definir qué entendemos por contenido audiovisual.

Según Botella (2017), el contenido audiovisual comprende cualquier texto que utiliza tanto códigos visuales como auditivos, incluyendo expresiones lingüísticas, musicales e iconográficas. Este campo está en constante evolución, influenciado por los medios tradicionales y el surgimiento de nuevas plataformas sociales y digitales. Aunque la tipología de Buijzen y Valkenburg se centró en comerciales televisivos, actualmente debemos considerar la influencia de Internet y las redes sociales en este ámbito.

Según Medina (2016), Internet se configura como un espacio donde el contenido puede volverse viral y alcanzar una amplia difusión sin limitaciones en cuanto a la duración de la producción. Además, ofrece la posibilidad de crear contenido sin necesidad de grandes inversiones, permitiendo a cualquier persona con acceso a internet producir el contenido que desee. En línea con esto, Briggs y Burke (2002) destacan las mayores libertades que ofrece Internet en comparación con la televisión, donde la censura es más prevalente en los medios tradicionales.

Sin embargo, aunque Internet y los diversos medios digitales en su ecosistema ofrecen más libertad que medios como la televisión y la radio, también tienen limitaciones impuestas por las políticas de plataformas como YouTube, Instagram y Facebook, entre otros. En este sentido, Sassen (2008) señala que existen dinámicas de poder específicas en Internet, donde las limitaciones pueden

abarcar desde la viabilidad económica de crear contenido hasta la construcción de popularidad mediante productos en línea.

Es crucial comenzar entendiendo el contenido audiovisual como un texto compuesto por códigos visuales y auditivos, que pueden utilizar diversos modos comunicativos según la narrativa y la estética. Además, dado que exploraremos una tipología basada en el medio televisivo, es relevante destacar que hoy en día existen numerosos medios digitales con dinámicas narrativas particulares.

Sin embargo, la tipología del humor en los medios audiovisuales desarrollada por Buijzen y Valkenburg (2004) es la única que integra la clasificación de Berger y las tres teorías clásicas del humor. Por tanto, su relevancia y adaptabilidad para comprender la estrategia humorística de “HH” resulta imperativa. En este enfoque teórico, tanto Berger como Buijzen y Valkenburg serán referentes principales, pues ambos aportes teóricos se complementan. La tipología de los autores mencionados se fundamenta en la clasificación elaborada por Berger, por lo tanto, ambas serán utilizadas de manera equitativa.

El objetivo del estudio elaborado por Buijzen y Valkenburg fue desarrollar una tipología del humor en los medios audiovisuales basada en las tres teorías del humor: incongruencia, superioridad y alivio. Bajo la inspiración de la tipología de Berger, trasladan el enfoque en las narrativas verbales hacia los medios audiovisuales (2004). Después de todo, los medios audiovisuales utilizan el lenguaje audiovisual, se desarrollan en diversos contextos y poseen sus propias dinámicas de interacción. Y, así, es posible que hagan uso de mayores o diferentes técnicas de humor en comparación a las narrativas verbales.

Entonces, para adaptar la tipología del humor de Berger a los medios audiovisuales, Buijzen y Valkenburg realizaron dos pasos. Por un lado, se seleccionó una muestra en relación a las preferencias del humor de diferentes grupos de audiencia y, por otro lado, al igual que Berger, se desarrolló un análisis de contenido de los contenidos audiovisuales para identificar las categorías y técnicas (Buijzen y Valkenburg, 2004). Para fines de la presente investigación, se tomará en consideración el segundo paso, el análisis de contenido de la muestra seleccionada para identificar categorías y técnicas, ya que nuestro objetivo principal busca conocer el humor transgresor del canal de YouTube peruano: “HH” desde el enfoque de la teoría de la violación benigna.

A diferencia de las categorías básicas propuestas por Berger, el análisis inductivo de comerciales humorísticos reveló una tipología de 41 técnicas humorísticas audiovisuales agrupados en siete categorías principales: payasada, humor bufonesco, sorpresa, malentendido, ironía, sátira y parodia. Además, se identificaron seis técnicas adicionales (imitación, suplantación de identidad, excentricidad, alusión sexual, repetición y apariencia grotesca) que no se asignaron a ninguna categoría específica. Según los autores, algunas de estas técnicas se utilizan en múltiples categorías, mientras que otras no requieren ser combinadas con otras para generar humor (2004).

En general, cada categoría y técnica se relaciona con una o más de las tres teorías clásicas del humor y con la tipología de Berger, considerando la complejidad del contenido humorístico. Por tanto, el enfoque audiovisual y la clasificación de los autores Buijzen y Valkenburg resulta útil para nuestro objeto de estudio, ya que se consideran estas tres teorías clásicas como parte de nuestra base teórica.

Entonces, analizando nuestro estudio de caso desde las tres teorías clásicas, el humor transgresor, la teoría de la violación benigna en la psicología moral, las funciones comunicativas de Meyer, la tipología de Berger y la clasificación de Buijzen y Valkenburg, será posible encontrar aquellas premisas transgresoras y las consecuencias benignas que caracterizan el contenido humorístico de “HH”.

2.1.8. Concepto de ridículo

¿Qué entendemos por ridículo? Desde los primeros estudios teóricos de Platón en la Antigua Grecia, se ha buscado responder esta pregunta. Billig propone una teoría del ridículo centrada en el papel del humor en la sociedad, especialmente a través del humor despectivo, que ridiculiza a grupos percibidos como social y culturalmente inferiores (2005). Breazu complementa esta idea al afirmar que el humor, tanto en contextos públicos como privados, cumple roles definidos en la vida social, como disciplinar comportamientos, menospreciar prácticas culturales, establecer límites de pertenencia y reforzar el orden social (2022). Así pues, el humor utiliza el ridículo como una herramienta para alcanzar ciertos objetivos dentro de la sociedad.

Entonces, surge la cuestión de la responsabilidad social por parte de los hacedores del humor, los cuales, a su vez, se dirigen a una gran audiencia. Grewell resalta la preocupación cuando el ridículo es dirigido por manos inhábiles, debido a que esta estrategia discursiva posee una naturaleza paradójica: el ridículo puede emplearse para mejorar o transgredir a las personas y la cultura (2013). Billig lo denomina el “rol disciplinario” del ridículo, ya que, a pesar de la naturaleza intrínseca del ridículo, todos los actos de ridículo tienen en común una característica y un efecto: todo ridículo se refiere al comportamiento humano, y el ridículo funciona con mayor frecuencia como un mecanismo para intentar controlar y regular el comportamiento (2005).

Esto también puede apuntar hacia una relación entre el humor y la posición de poder. Si nos referimos al control y la regulación del comportamiento en la sociedad, el humor, ya sea efectivo o no en cuestión del efecto de risa que provoque, podría influir en el orden social. Para Billig, el ridículo sirve para mantener el orden social al llamar la atención sobre comportamientos que no cumplen con algunas normas sociales propias del status quo (2005). Pero, ¿quiénes generalmente son objeto de ridículo a través del humor? A partir de la literatura académica, se identifica el uso del humor y el ridículo como estrategias discursivas utilizadas para defender las normas y valores de grupos que se creen culturalmente superiores (Breazu, 2022).

Según Billig, existen diferentes funciones que cumple el uso del humor para referirse a minorías, como reforzar los estereotipos, reír por placer social, reivindicar un estatus superior o degradar y humillar a los grupos percibidos como inferiores (2005). Las estrategias discursivas a utilizar en las rutinas *de stand up comedy*, por ejemplo, pueden basarse en estereotipos e imaginarios que minimizan problemáticas sociales a través de la risa. Y, usualmente, la percepción del “otro” se basa en mitos y símbolos culturales reproducidos en una variedad de plataformas mediáticas (Breazu, 2005; Pérez, 2013).

Al momento de apreciar el contenido humorístico, la risa no es el único efecto que puede producir en las expresiones del receptor y/o audiencia. Es así que, el humor puede ser motivo de controversia y crítica en la opinión pública. En general, la risa y cualquier otra reacción tienen un carácter retórico, ya que generalmente se usa para comunicar un significado a los demás (Billig, 2005).

Tomando en consideración la relación que establece Billig entre la función retórica y las reacciones al humor, Grewell realiza una distinción entre “ridículo monológico” y “ridículo dialógico”. Por un lado, el “ridículo monológico” demanda una corrección y, al hacerlo, significa mantener el poder de quienes lo emplean, defendiendo así las desigualdades jerárquicas. Por otro lado, el “ridículo dialógico” invita o pide una respuesta, el objetivo del ridículo dialógico es afectar algún tipo de transformación, ya sea individual, social, cultural o política (2013). Por tanto, este último tipo de ridículo puede entrar en relación con el humor transgresor y el humor de refuerzo, ya que tiene la capacidad de subvertir lo “políticamente correcto” en la sociedad o confirmar una norma social.

Como tal, bajo la teoría del ridículo de Billig (2005) o los alcances teóricos desarrollados por Grewell (2013) con relación al ridículo y el discurso del humor, se comprende que el ridículo suele criticar la diferencia. No obstante, esto no indica que, en ocasiones, se pueda hacer uso de esta estrategia discursiva para desafiar el poder e incluso generar acciones de transformación. En sí, el contenido humorístico debe ser analizado en relación a los objetivos de la propuesta, el uso coherente que hacen sobre las técnicas y el público objetivo que es víctima de los chistes.

Actualmente, Internet y el desarrollo de diversas plataformas digitales posibilitan el uso del ridículo como herramienta para diversos motivos. La facilidad de encontrar espacios que se especializan en crear contenido repleto de burlas, el hecho de poseer una identidad anónima, el poder de la audiencia virtual para generar un mayor respaldo permite desligarse de la responsabilidad y construir contenido más explícito.

Por tanto, sabiendo que el humor es un fenómeno que posee un contexto que permite blindar a los comediantes de los mensajes vertidos y comunicar a la audiencia que la decodificación debe carecer del componente crítico, es importante generar espacios de investigación que den a conocer las paradojas del humor. En ese sentido, la teoría del ridículo propuesta por Billig encaja con el enfoque crítico que deseamos aplicar a la implicancia moral en la composición humorística de los comediantes de “HH”.

2.2. Discurso narrativo verbal y no verbal

En esta sección, se abordarán los términos clave necesarios para comprender y analizar la narrativa de la estrategia humorística de “HH”. Se comenzará con la exploración del concepto de "políticamente correcto", seguido de un análisis detallado sobre los estereotipos en los medios y el concepto de obscenidad. Además, se examinarán tanto la narrativa verbal como la no verbal en la comedia, junto con las características particulares de la narrativa audiovisual y digital en las plataformas contemporáneas.

2.2.1. Lo “políticamente correcto”

Para entender mejor los conceptos clave en el análisis de la narrativa de los contenidos humorísticos del canal “HH”, presentaremos una serie de definiciones de los términos contextuales más importantes. Comenzaremos con el término “políticamente correcto”, también conocido como “corrección política”. Según Martínez (2006), la “corrección política” se refiere a una actitud y prácticas lingüísticas destinadas a promover la igualdad entre diversas minorías en una sociedad multicultural y multiétnica, desafiando así el equilibrio de poder establecido.

Desde el concepto anterior, es crucial definir qué se entiende por minorías vulnerables. Morant y Santagada (2007; 2010) complementan la relación entre “corrección política” y humor al

identificar a las minorías como grupos discriminados debido a características como sexo, preferencias sexuales, discapacidades físicas y/o intelectuales, raza, entre otros. En este sentido, dado que el humor es un proceso comunicativo que abarca diversos ámbitos discursivos, las prácticas y narrativas que refuerzan connotaciones discriminatorias pueden manifestarse en contextos humorísticos. Por lo tanto, es esencial distinguir entre quienes hacen las bromas y quienes son los “objetos” de estas bromas, ya que esta distinción puede revelar paralelismos entre los grupos dominantes y las minorías en la sociedad.

Ahora, para comprender la relación entre el humor y el término “políticamente correcto” es pertinente recordar el concepto de humor que haremos uso en la presente investigación. Bajo los postulados de Beeman, “el humor es un logro pragmático-performativo que involucra una amplia gama de habilidades de comunicación, las cuales incluyen el lenguaje, los gestos, la presentación de imágenes y/o el manejo de situaciones” (1999). Además, el autor introduce el factor de la participación cooperativa entre el actor humorista y la audiencia. Esto implica que el público debe seguir el proceso de creación del humor y, por ende, deben estar posibilitados de comprender y analizar los códigos presentados por el comediante.

Partiendo de la definición presentada, años más tarde, Morant identifica dos características del lenguaje humorístico a partir de las lecturas contrapuestas de contenidos humorísticos mediatizados. La primera característica es su carácter cambiante y evolutivo, que explica cómo el humor se adapta a nuevas realidades. La segunda es la subjetividad del humor, que destaca que no todos encuentran gracioso lo mismo; lo que puede ser divertido para algunos, puede resultar ofensivo para otros (2007).

En relación con el factor de la interacción en el humor, Beeman introduce el concepto de 'ceremonial humorístico'. Santagada expone que el éxito del humor no solo depende de las

propiedades narrativas y formales del texto humorístico, sino también de la interacción entre los comediantes y el público (2010). En este sentido, al igual que la presente investigación, que analiza el contenido humorístico transgresor de 'HH' y su relación con la violación de normas morales a través de técnicas humorísticas, Santagada considera únicamente los constructos que generan algún tipo de conflicto en la convivencia social.

A partir de los tipos de humor que se sitúan en los límites de las normas implícitas establecidas por la 'corrección política', el autor plantea dos formas ceremoniales de humor. En una, las personas o comportamientos de un grupo social específico son las víctimas del constructo humorístico. En la otra, el texto humorístico no tiene la intención de enjuiciar ni causar molestia alguna a nadie (Santagada, 2010). Por tanto, reconocer quién desempeña el rol de comediante y comprender los propósitos discursivos del contenido resulta crucial para identificar qué formas de humor pueden influir en las representaciones estigmatizadas de los grupos sociales vulnerables en la sociedad.

2.2.2. Estereotipos en los medios

2.2.2.1. Concepto de estereotipo

Para profundizar en las representaciones estigmatizadas, es crucial definir los estereotipos y su relación con los medios de comunicación. Según Hillary Lips (2001), 'los estereotipos son creencias socialmente compartidas sobre las características de ciertos individuos y/o grupos sociales' (en Monedero, 2020). Además, Garrido señala que no todas las categorías de estereotipos son necesariamente negativas; en algunos casos, ciertas representaciones basadas en estereotipos pueden ser favorables para el grupo en cuestión. Sin embargo, cuando los rasgos mostrados no corresponden con la realidad o con lo socialmente correcto, se cruza la línea hacia el detrimento de determinados colectivos sociales (2007).

En general, los estereotipos presentan formas compartidas por la sociedad, dejando de lado los juicios de valor que puedan evidenciar. Gamarnik menciona que los estereotipos se convierten en expresiones 'normales' al hablar y/o hacer chistes (2009). Para complementar, Garrido resalta el éxito prometedor que asegura el uso de estereotipos en el proceso creativo de las comunicaciones, indicando que 'los estereotipos son los recursos más útiles, pues permiten representar categorías sociales y creencias asociadas a ellas con gran eficacia comunicativa' (2007). En ese sentido, uno de los ejes que resulta útil para la presente investigación, acerca de la relación entre los medios de comunicación y el uso de estereotipos, se sitúa en el proceso de creación de contenido.

Adicionalmente, Gamarnik subraya el potencial masivo y popular de las producciones. Señala que, cuanto más amplio es el público a que se busca acceder, más superficial serán los contenidos y las formas de construcción (2009). En esa línea, cabe adentrarnos en las producciones audiovisuales de Youtube, para comprender la relación con nuestro estudio de caso. Por un lado, es fundamental reconocer Youtube como una plataforma de comunicación global, la cual contiene una diversidad de tipos de contenido, y una figura actual, los *youtubers*, quienes son creadores de contenido audiovisual y se caracterizan por novedosas señas de identidad (Berzosa, 2017).

Por otro lado, como toda plataforma de comunicación, que permite la generación y exposición de contenido de cualquier persona en el mundo, también se perpetúan estereotipos, funcionando como un reflejo de la sociedad y de los medios de comunicación tradicionales. No obstante, la plataforma, a diferencia de otras, permite la participación de minorías, aquellas estigmatizadas en la sociedad a partir de los estereotipos, contribuyendo a revelar esa otra cara de la sociedad (Berzosa, 2017).

Por tanto, nuestro objeto de estudio, al ser un contenido humorístico de un canal de Youtube peruano que goza de popularidad y masividad en su alcance, requiere el estudio de la composición

de la narrativa, para reconocer la presencia de técnicas humorísticas que sean usadas para convertir situaciones transgresoras en premisas benignas que no generan mayor incomodidad al espectador. A continuación, se detallará a mayor medida los dos marcos específicos de estereotipos que se analizarán.

Para continuar, cabe recordar nuestra hipótesis, la cual gira en torno al desarrollo de un humor transgresor mediante la violación a la normativa moral. Así, se indica que este humor se construye en nuestro estudio de caso a través de estrategias que refuerzan expresiones despectivas frente a públicos particulares. En ese sentido, con el fin de identificar si los contenidos del canal de YouTube “HH” refuerzan o no estereotipos de género, resulta necesario ordenar ciertas definiciones respecto a los conceptos eje de nuestra investigación.

Según Patricia Ruiz, el concepto de género surge del debate teórico feminista, que busca identificar el género en relación a las construcciones socioculturales, explicando que el género se construye a partir de diferencias físicas, biológicas y anatómicas (1999). Primero, es importante distinguir entre sexo y género. En segundo lugar, es fundamental comprender que el género puede ser aprendido, ya que no se refiere a las características biológicas del individuo. Adicionalmente, Herrera y Rodríguez resaltan la relación entre hombres y mujeres con el concepto de género, señalando que, sobre la base de esta relación, se construye la desigualdad social, la cual se 'normaliza' a nivel sociocultural y posiciona en desventaja a lo femenino (2001). En este sentido, la posición masculina posee privilegios que es necesario reconocer e investigar para contribuir a la equidad de género.

Por el lado del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables se detalla: “el concepto de género hace referencia a los distintos roles, responsabilidades, atributos, capacidades y espacios que la

sociedad y la cultura asigna a las personas de acuerdo a su sexo biológico” (2012). Así, se asume que el espacio público es ocupado a mayor escala por los hombres, mientras que, el contexto privado y minoritario es propio de las mujeres. El MIMP añade que las personas aprenden a desarrollar su identidad de género según modelos establecidos para hombres y mujeres, mediante diversos espacios de socialización como el trabajo, la familia, (...) y los medios de comunicación (2012).

En esa línea, los programas cómicos o de entretenimiento, a través del humor, pueden funcionar como espacios a través de los cuales se perpetúan estereotipos y roles de género. De acuerdo a Cáceres, quien estudió los roles de género y sus representaciones en la televisión peruana desde 1980 hasta 2010, el racismo, el machismo y la violencia al ser mostrados de manera abierta en medios públicos, logran la ruptura de lo esperable y consiguen, de acuerdo al contenido, hacer reír al público (2018). En relación a las teorías clásicas del humor, se puede entablar una conexión con la teoría de la incongruencia, la cual explica que las personas reaccionan frente a algo inesperado de un modo que no resulta amenazante hacia ellos.

El terreno de la investigación de los estudios de género en el contenido audiovisual generado para las plataformas digitales aún resulta incipiente en nuestra escena local, sin embargo, desde España, un país que posee figuras digitales masivas en redes como Youtube, se concluye que las figuras femeninas continúan la tendencia de la infrarrepresentación de los medios tradicionales. En estos espacios, a pesar de las oportunidades de participación, la representación de las mujeres se encuentra ligada a los estereotipos de género, como contenido dedicado a la belleza, estilo de vida saludable, entre otros (Alonso-Ferreiro, Da-Vila y Regueira, 2020).

Por último, cabe hacer un apartado para el término LGBTIQ+, ya que es un concepto que será considerado parte de “género” y resulta ser un tópico recurrente en los contenidos de los shows en

vivo de “HH”. Así, en el Perú, todo lo relacionado a lo LGBTIQ+ se explica como complejo, ya que aún continúan los prejuicios y son expresados a través de diversas formas, medios y contextos. La comunidad en conjunto se mantiene en una lucha constante para reivindicar la autonomía que se tiene sobre el cuerpo, las expresiones de género y las orientaciones sexuales que definen su propia identidad (Andía, et al., 2018).

En ese sentido, existe una ausencia de identidades construidas desde la propia comunidad o desde el cuestionamiento de los estereotipos de género. Actualmente, si se realiza una comparación en base a lo expuesto, los nuevos espacios masivos de comunicación recogen las expresiones y/o representaciones de género visibles en los medios tradicionales y las adaptan a las nuevas narrativas y herramientas digitales. En general, el concepto de género y los términos expuestos permiten trazar una dirección de análisis de nuestro objeto de estudio. Ahora, se desarrollará el segundo eje: la discapacidad.

2.2.2.2.Discapacidad

Según Vega y Martín, los estereotipos referidos a las personas con discapacidad giran alrededor de la deficiencia en concreto, considerando que el centro de la persona es la serie de limitaciones que posee (1999). En ese sentido, como se señaló anteriormente en la definición de “estereotipo”, la sociedad cataloga a las personas con discapacidad bajo expresiones “normalizadas” en referencia a sus características físicas, intelectuales, múltiples, mentales y/o sensoriales.

En esa línea, los medios de comunicación, como agente activo del desarrollo sociocultural, participan en el reforzamiento de los estereotipos existentes hacia las personas con discapacidad. Para reflejar ello, Norden elaboró una tesis a raíz de la representación de las personas con discapacidad en el cine en el siglo XX, “la mayoría de las películas tienden a aislar mutuamente a

los personajes discapacitados de sus semejantes, como forma de control a esa minoría” (en Vega y Martín, 1998).

En adición a ello, Perujo indica que los medios de comunicación, en su rol de difusores de mensajes y discursos colectivos, han contribuido con la aparición y consolidación de estereotipos, debido a la composición sencilla, breve y concisa de estos (2002). La información transmitida con el estereotipo suele recordarse más. Asimismo, el mismo autor brinda tres pilares básicos de composición de los estereotipos que afectan a las personas con discapacidad: el cognitivo, el social y el emocional (2002).

Por un lado, la focalización de la discapacidad en los medios se concentra en las limitaciones, omitiendo así las potencialidades. Por otro lado, se refuerzan constructos que parten de las alteraciones bioquímicas que limitan el pensamiento, el humor, el comportamiento con los demás. Y, el emocional hace referencia a la inspiración emocional hacia las personas con discapacidad, como lástima, solidaridad, rechazo, curiosidad morbosa, entre otros (Perujo, 2002; Díaz, 2019).

La preocupación surge cuando las representaciones mayoritarias en los medios de comunicación de un grupo vulnerable a nivel sociocultural surgen de perspectivas inadecuadas y son construidas en base a estereotipos. Además, cuando la mayoría de las representaciones posicionan al sujeto en las esferas de la marginación, contribuyendo a la desinformación, debido a que parten de estereotipos, el contenido y los propósitos de la propuesta narrativa y audiovisual son cuestionados y sujeto de análisis.

2.2.3. Lo obsceno

Continuando con la conceptualización de ciertos términos que serán recurrentes en el análisis de nuestra investigación, pasaremos a detallar el término “obsceno” en el contexto narrativo. En

primer lugar, Seizer ubica la obscenidad en la narrativa humorística, a través del uso de lisuras y las referencias sexuales (2011). Asimismo, añade que, en los espacios de *stand-up comedy*, el uso idiomático y no denotativo de las lisuras puede contribuir a la creación de una experiencia íntima, tanto para la audiencia como para los propios comediantes. (2011).

En ese sentido, los comediantes pueden direccionar el tipo de relación comunicativa que desean, mediante el uso de palabras y referencias obscenas. Así, ambos indicadores pueden servir para clasificar el contenido verbal de nuestro estudio de caso. De manera complementaria, Dylewski, luego de analizar el contenido verbal de las rutinas cómicas de Dave Chappelle, concluye: “En el caso de los comediantes de stand-up, las lisuras pueden ser usadas para “agregar picante”, para que una línea sea más auténtica o más contundente y para lograr una mayor relación con la audiencia” (2021).

En esa línea, Seizer realza el rol que cumple el espacio físico en el que se desarrollan las rutinas de *stand-up comedy*, tales como los bares, los cuales permiten que el comportamiento social de los comediantes y la audiencia sea más relajado, incluyendo la expresividad lingüística. Por tanto, el tipo de discurso generalmente, desde el lado de los comediantes, se comunica en primera persona, mientras que, se refieren a la audiencia en segunda persona, con el fin de evocar una respuesta del oyente, comprendiendo el discurso en el presente (2011).

Entonces, tanto el espacio, como el tono y el modo de referencia comunicativa que se plantea en el discurso, contribuyen a la creación de una atmósfera de informalidad, en la cual, como se explica con la teoría del humor transgresor, la audiencia asume que debe despojarse de las posturas críticas y de las formalidades asociadas con cualquier otro acto de habla pública. No obstante, también

existe una diferencia en la calidad humorística frente al uso de la obscenidad como recurso. El uso de lisuras puede hacer referencia, por un lado, a partes del cuerpo con una connotación sexual, así como a actos o funciones sexuales, o puede constituirse como el remate de los chistes elaborados; mientras que, por otro lado, la obscenidad sirve para realzar o intensificar la expresión de la perspectiva, el afecto y la experiencia del hablante (Seizer, 2011).

Por tanto, la narrativa verbal de nuestro estudio de caso presenta una serie de constructos humorísticos que buscan ser analizados a través de categorías como la obscenidad y/o la vulgaridad, ya que poseen críticas referidas a su contenido en función de estos componentes. Por tanto, es importante conocer los conceptos e identificar los componentes de la narrativa verbal bajo los términos adecuados, con el fin de generar una crítica justificada y fundamentada, la cual se establece como uno de los propósitos de la presente investigación en la sección de justificación.

2.2.4. Narrativa verbal

2.2.4.1. Categorías de humor verbal

Para adentrarnos en el terreno de las categorías del humor verbal, es necesario indicar qué se entenderá por narrativa verbal. A partir de lo expuesto en la sección anterior en relación a la narrativa no verbal, la narrativa verbal se comprenderá por oposición. Es decir, se entiende como todo lo producido por medio del lenguaje o del texto (Dynel, 2009). Considerando nuestro estudio de caso y su carácter audiovisual, la narrativa verbal se originará por medio del lenguaje. En este sentido, mencionaré ciertas categorías del humor verbal recopiladas por Marta Dynel, para ubicar y definir el contenido humorístico del canal “HH”. No obstante, cabe hacer una salvedad respecto a la categoría de humor conversacional, la cual será desarrollada en el siguiente punto, debido a su mayor importancia en relación a nuestro objeto de estudio.

Para comenzar con la presentación de categorías del humor verbal, destacamos la categoría de “jokes”. Este tipo de humor se conoce como la forma típica de humor verbal y se define en función de sus componentes. Una broma comprende el montaje y el punch, este último también conocido como remate (Dynel, 2009). El montaje se construye a partir de una narración y/o diálogo, mientras que el punch o remate se ubica en la parte final del relato, seguido por la reacción del público (Attardo, 2010). Este tipo de categoría puede ser identificable en los shows *de stand-up comedy* seleccionados de “HH”, lo que contribuye al propósito de conocer cómo se construye su discurso humorístico.

Por otro lado, se ubican los lexemas y frases, los cuales se constituyen como los fragmentos humorísticos más breves en comparación a las demás categorías. De acuerdo a Dynel, el significado semántico de estas unidades léxicas suelen estar relacionadas con el enunciado completo, ya que por sí solas no podrían lograr un efecto humorístico (2009). Por tanto, se puede entender que esta categoría participa con otro tipo de intercambios humorísticos, actuando de manera complementaria. El potencial humorístico de los lexemas y las frases reside en su novedad, el potencial incongruente en relación a sus constituyentes y el nuevo significado semántico que poseen (2009).

La siguiente categoría se refiere a “*witticisms*”, la cual hace referencia a las unidades verbales ingeniosas y humorísticas que surgen en medio de un intercambio conversacional (Norrick, 2003 en Dynel, 2009). En sí, a diferencia de los chistes canónicos, esta categoría está relacionada con la capacidad de improvisación, por ende, su carácter de ocurrencia y espontaneidad. En ese sentido, esta categoría está ligada a la demanda del contexto y encuentra su significado en conjunto a todo el discurso. En relación a nuestro estudio de caso, esta categoría puede ubicarse en los relatos que intercambian ambos comediantes o aquellos que involucran a la audiencia.

Continuando con la presentación de categorías del humor verbal, pasamos a la categoría de “*retorts*”. Este tipo de humor se produce con el objetivo de divertir al público, aunque ello pueda implicar que el destinatario del contenido humorístico no se divierta (Dynel, 2009). En este sentido, la categoría está relacionada con el humor agresivo, una de cuyas manifestaciones es el humor transgresor y de refuerzo. Dentro de esta línea, podemos ubicar otras categorías como “*putdowns*” y el humor auto-denigrante.

El primero abarca los comentarios que son realmente despectivos, los cuales son considerados como humillaciones, aquellos constructos humorísticos basados en el ridículo, la burla o el sarcasmo (Dynel, 2009, Billig, 2005). En ese sentido, se puede denigrar y reforzar el conflicto del sujeto vulnerable y, al mismo tiempo, divertir a otra parte de la audiencia pública y virtual. Ahora, la segunda categoría mencionada en el párrafo anterior es el humor auto-denigrante, el cual surge cuando el propio comediante se dirige a sí mismo, generando un contenido discursivo auto-denigrante o de auto-desprecio, una especie de auto-burla (Dynel, 2009). En sí, como nos encontramos en un contexto humorístico, el contenido auto-denigrante se considerará más como una burla a sí mismo, más que una auto-crítica.

Por último, una de las categorías del humor verbal, el cual caracteriza de sobremanera a nuestro estudio de caso, son las anécdotas. Entendidas como aquellas historias sobre nuestras vidas personales o de la vida de otras personas, a través de las cuales se da a conocer la identidad de la persona, generando así un sentido de solidaridad y relación con el público (Norrick, 2010). Las anécdotas, dentro del humor verbal, se presenta en un estilo abundante de elementos ingeniosos, junto con elementos no verbales, como el tono de voz, los gestos, la postura, las expresiones visibles del cuerpo, lo cual en conjunto contribuye con el efecto humorístico (Dynel, 2009).

En conjunto, se han presentado las categorías del humor verbal que se constituyen de gran importancia para la identificación de la relación entre el humor transgresor y la violación de la normativa y/o creencias morales en el estudio de caso del canal “HH”. Asimismo, como se mencionó, cada categoría puede presentarse acompañada de otras, ya que, no son mutuamente excluyentes. En ese sentido, a continuación, se presentará la categoría de narrativa conversacional, la cual encuentra gran relevancia en la composición de la narrativa verbal de nuestro estudio de caso.

2.2.4.2. Narrativa conversacional

Uno de los tipos de humor verbal más destacados dentro del enfoque lingüístico es la 'narrativa conversacional'. Van Dijk la define como: 'las narrativas o relatos conversacionales a menudo son producidas en conjunto por varios narradores, y las interrupciones por parte del público pueden formar parte de los sucesos comunicacionales narrativos' (1997). En un contexto de *stand-up comedy*, esta categoría del humor verbal se caracteriza por la interacción tanto entre los comediantes en la tarima como entre los comediantes y la audiencia. Los narradores pueden complementar el relato oral con elementos interpretativos propios de la performance, mientras que el público suele responder al proceso de narración con comentarios de evaluación, tanto verbales como no verbales (Tsakona et al. 2010).

Asimismo, para el desarrollo de la narrativa conversacional se requiere el uso alternado de la palabra, por lo que es sabido que este tipo de humor verbal necesita una forma de discurso organizada. En esa línea, Goodwin (2007) resalta la importancia de analizar la estructura de los relatos provenientes de este tipo de narrativa, debido a que los narradores negocian los significados durante el desarrollo de los relatos (en Guerrero, 2017). De esta manera, el factor de la improvisación permitiría identificar la construcción de relatos conversacionales, los cuales, son

posibles de evidenciar el propósito del discurso humorístico, ya que manejan el proceso de la significación y re-significación.

En relación con las unidades de humor conversacional, según Dynel (2009), estas pueden ir desde lexemas de una sola palabra hasta frases u oraciones completas, incluyendo intercambios de varios turnos yuxtapuestos dentro del mismo discurso (p. 1286). Es esencial considerar estos elementos para identificar en el trabajo de campo los indicadores de la construcción de una narrativa conversacional en la propuesta humorística del canal “HH”. Además, se tomará en cuenta la clasificación de los tipos de narraciones conversacionales de Norrick, que incluyen narraciones personales, narraciones en tercera persona, experiencias recurrentes, narraciones colaborativas y relatos difusos (2010).

En esta línea, seguiremos el planteamiento teórico de Norrick (2007), quien elabora una serie de identificadores narrativos para la categoría conversacional de la narrativa: resumen, orientación, acción complicada, evaluación, resolución y coda. Estos elementos se refieren a la estructura narrativa y al desarrollo contextual de la misma. Además, Norrick identifica las características de apertura y cierre, las cuales están relacionadas con el papel y la capacidad del narrador para marcar el inicio y el final del relato, permitiendo así las respuestas por parte de la audiencia.

Por otro lado, se encuentra el factor “*narrability*”, el cual propone hacer uso de referencias ubicables para el público, posicionando la relevancia de la historia (Norrick, 2007). Además, reconoce el valor del diálogo construido en la narrativa conversacional, el cual asume que los narradores construyen el diálogo para sus propios propósitos, haciendo uso de marcadores prosódicos, como el tono, volumen alto, velocidad del habla lenta y/o silencio (Norrick, 2007; Attardo et al., 2013).

Los términos y las propuestas teóricas planteadas en relación a la narrativa conversacional permiten analizar el componente de la narrativa verbal de la propuesta humorística de “HH”. En sí, ambos comediantes indican que el show de comedia que ambos realizan se caracteriza por la mezcla entre una conversación y el formato de *stand up comedy*, por ende, para conocer su construcción y los propósitos discursivos es necesario enfocar el contenido desde concepciones teóricas que consideren el humor y la narrativa verbal.

2.2.4.3. Estructura retórica en el *stand-up comedy*

Ahora que hemos explorado las categorías del humor verbal y las teorías que guiarán nuestro análisis del humor transgresor y de refuerzo en las narrativas verbal, no verbal y audiovisual del canal de YouTube “HH”, es importante destacar algunas herramientas narrativas propias del *stand-up comedy*. El contenido a analizar combina características del *stand-up comedy* clásico con el desarrollo de una conversación entre dos personas.

Desde el enfoque retórico de la narrativa en el *stand-up comedy*, Jason Rutter propone una serie de herramientas narrativas que los comediantes utilizan para desarrollar sus rutinas. Entre estas técnicas, se encuentra el “*contrast*”, que permite al comediante presentar dos perspectivas opuestas. Primero se establece un estado inicial de una situación y luego se introduce un punto de vista contrastante (1997). De esta manera, los comediantes construyen su humor dentro del contexto del *stand-up comedy* utilizando técnicas retóricas específicas.

Por otro lado, se ubica la técnica “*lists*”, la cual se evidencia cuando los comediantes plantean su relato en una lista de tres sucesos, permitiendo que la audiencia y/o el otro comediante reconozca el elemento restante. En sí, esto puede implicar que el público pronostique lo que va a seguir, lo cual estimula su atención y agrega énfasis al remate.

En esa misma línea, se ubica la técnica “*puzzle-solution*”, la cual plantea la presencia de los acertijos, se plantea una pregunta y, posteriormente, se proporciona la solución del acertijo como remate final o *punch*. A diferencia de la anterior técnica, esta presenta la solución inmediatamente después del planteamiento. Así, también se contribuye con la atención de la audiencia. Adicionalmente, se ubica la técnica “*headline-punchline*”, la cual desarrolla una declaración o anuncio por parte del comediante y luego se procede a la realización de este (1997). Al igual que las dos técnicas anteriores, el remate del titular atrae el estado de alerta de la audiencia al prometer la revelación de información.

Por último, se ubican las técnicas “*position taking*”, “*pursuit*” y “*re-incorporations*”. En primer lugar, la primera técnica presenta la declaración que realiza el comediante e inmediatamente después realiza una evaluación de la misma (p. 216). Así, es posible que, a través de esta técnica, se evidencie el punto de vista del comediante al presentar una evaluación abierta de una situación. En segundo lugar, “*pursuit*” hace referencia a la técnica que pasa un comentario, luego de la ronda de risas, sobre su broma anterior (1997). En sí, también puede tomar la forma de un resumen, es el hecho de completar un punto anterior.

En tercer lugar, se ubica “*re-incorporations*”, técnica que permite la re-aparición de un elemento de una broma más adelante en el desarrollo del stand up. Es decir, el comediante puede presentar un tema y luego no tocarlo por un periodo de tiempo, para que, posteriormente, lo vuelva a mencionar en el momento adecuado y provoque un efecto de risas, ya que es un conocimiento previo que recibió la audiencia (1997).

En balance, se han presentado las diversas técnicas retóricas, propias del discurso en el *stand-up comedy*. Como se mencionó anteriormente, nuestro objeto de estudio, desde la composición de la

narrativa verbal, presenta rasgos propios de una conversación y del entorno discursivo en el *stand-up comedy*. Por ende, resulta necesario concebirlo desde ambos ángulos para desarrollar un análisis completo, sin dejar de lado las categorías narrativas de cada elemento discursivo.

2.2.5. Performatividad en la comedia

Los contenidos humorísticos, además del componente oral, pueden estar elaborados con una variedad de elementos como gestos, posturas, vestimenta y puesta en escena. Asimismo, según el formato en el que se presenten, se añaden características propias del medio o plataforma de exhibición. Bajo esta premisa, se busca identificar el rol de la performance en la estrategia humorística del canal “HH” dentro del contexto del *stand-up comedy*.

Si nos remontamos a los inicios de la unión entre la comedia y la performatividad, es necesario mencionar a Robert Henke y el espectáculo europeo conocido como *La commedia dell' arte*: “El teatro profesional combinó la oralidad y la literatura, las formas orales, los patrones lingüísticos, las técnicas de los primeros artistas modernos de plazas, las formas alfabetizadas, la estructura verbal y los modos de conciencia difundidos por el manuscrito y la revolución impresa en el teatro, basada en el guion de la corte y la academia” (2002).

Desde sus inicios en el siglo XV en Europa, las presentaciones de comedia se caracterizaban por su apertura hacia el público, creando espectáculos en las calles que fomentaban la interacción y la improvisación de los artistas. Como menciona el autor, la voz y el cuerpo juegan un rol crucial en la performatividad de los actores. El tono, los gestos y los movimientos que acompañan las elocuciones forman parte integral del acto comunicativo.

María de la Luz Uribe introduce el término “lazzi”, que se refiere a una figura utilizada por los actores para avivar una situación mediante posturas, gestos, guiños y juegos de escena y de palabra

destinados a provocar risa a través de lo burlesco o para alegrar una escena y reanimar el juego (1983). En el contexto de los espectáculos cómicos callejeros, los actores contaban con recursos orales y físicos para desarrollar su contenido e interactuar con el público.

Estos rasgos de los espectáculos ambulantes cómicos se han mantenido hasta la actualidad. Aunque las características han pasado por procesos de transformación y adaptación a lo largo de los años, incorporando nuevas herramientas comunicativas, siguen presentes en diversas representaciones. En la escena peruana, la figura de los cómicos ambulantes resurge en las calles de Lima durante la segunda mitad del siglo XX, continuando la tradición de los espectáculos ambulantes.

Victor Vich, reconociendo el valor de literatura oral de la *performance* de los cómicos ambulantes, indica que el humor de estos cómicos elabora un espacio propio de interpelación a la sociedad, representando los problemas sociales y denunciando las estructuras jerárquicas de poder (2001). Junto a los recursos como la improvisación, las escenas, los gestos, la vestimenta, la organización espacial y otros códigos sociales que evidencian el comportamiento de los cómicos ambulantes, se construía una crítica social a las desigualdades de la realidad peruana. Además, se hacía uso de los estereotipos socioculturales para construir el discurso de sus presentaciones y, así, conectar con las grandes masas de los sectores populares.

Nuestra investigación, aunque se centra en un contenido audiovisual de un canal de YouTube, comparte elementos comunicativos con la figura de los cómicos ambulantes. Al inicio, se presentó un panorama de la performatividad en las representaciones ambulantes de la comicidad para identificar rasgos comunes con los shows en vivo de los comediantes de “HH”. Posteriormente, se profundizó en la figura de los cómicos ambulantes para establecer conexiones con el contenido de “HH”, sugiriendo una posible herencia en la construcción de su humor.

Además, el factor audiovisual se integró a la figura de los cómicos ambulantes cuando la televisión nacional se interesó en ellos, adaptando su discurso y performance a los límites e intereses de los canales. Para ilustrar uno de los rasgos relacionados con el lenguaje y el comportamiento, Peirano señala: “El criollo se pasa sin sujetarse a principios morales clásicos o al ordenamiento legal, pero no importa: ser criollo equivale a ser pícaro, gracioso, simpático, cautivador” (1984). Esto se relaciona con el rasgo permisivo del comediante en el *stand-up comedy*, que le permite abordar temas “delicados” y tabú, influyendo en la postura acrítica de la audiencia. Esta característica de los programas cómicos ofrece una visión más amplia del mundo popular en los inicios de la relación entre la comicidad y la televisión peruana.

En esa línea, Peirano enmarca a los programas cómicos de los inicios de la televisión peruana según las características más destacadas de su contenido:

Los programas cómicos han favorecido siempre a Lima, se resaltan las diferencias sociales fundadas en la raza y sus condicionantes culturales; el físico se constituye como una categoría para identificar connotaciones raciales; la identificación y veracidad de la audiencia con los cómicos surge de la procedencia social de estos” (1984, pp. 47-49).

Ahora bien, así como los cómicos ambulantes en el Perú presentan rasgos performativos en sus espectáculos discursivos, el formato del *stand-up comedy* también se basa en el concepto de actuación. Jason Rutter señala que el stand-up se desarrolla dentro de límites performativos específicos: una base de rutina, espacialidad, temporalidad y duración predeterminada, organización y producción del contenido, y una relación económica con el espectáculo (2001).

Adicionalmente, Rutter añade características relacionadas con las actuaciones en vivo de comedia, como los puntos en común entre el comediante y el público, el aprovechamiento de estas características mutuas, la minimización del riesgo y la interacción (2001). En síntesis, el valor de performance del *stand-up comedy* va más allá del texto oral y no verbal; las directrices específicas del stand-up exigen que las investigaciones consideren el contexto temporal y social de los contenidos.

En relación con nuestro objeto de estudio, se propone el uso de estos conceptos teóricos para establecer una relación entre el contenido de “HH”, la realidad de la performatividad de los cómicos ambulantes y las características de performance del *stand-up comedy*. Por tanto, para los fines de la presente investigación, en la sección sobre performatividad se ahondará con mayor detalle en la narrativa no verbal, es decir, la comunicación del cuerpo.

2.2.6. Narrativa audiovisual

2.2.6.1. Definición

Con el objetivo de realizar un análisis completo de nuestro objeto de estudio, es necesario adentrarnos en la narrativa audiovisual. Este enfoque es fundamental, ya que el contenido del canal de YouTube “HH” es de origen audiovisual. La narrativa audiovisual se entiende como 'la facultad o capacidad de la que disponen las imágenes visuales y auditivas para narrar historias, es decir, para articularse con otros elementos portadores de significación hasta configurar discursos constructivos de textos' (Sánchez y Lapaz, 2015 en Ordóñez, 2018). Esta definición se refiere a un término genérico que incluye diversos medios en los cuales se desarrolla contenido audiovisual, como la televisión, el cine y los nuevos medios digitales.

Partiendo del concepto de la narrativa audiovisual, profundizaremos en lo que se entiende por 'género' para comprender cómo se compone la estructura del *stand-up comedy* en el género del

entretenimiento. Según Gordillo, los géneros son 'modos de comunicación que se establecen culturalmente, los cuales delimitan un sistema de reglas para la construcción del tema y de la narrativa de un formato comunicativo' (2009). Así, se puede entender que los géneros poseen una función tipológica que permite clasificar los diversos formatos que existen en los medios audiovisuales de comunicación. Para desarrollar una correcta lectura del género, es necesario que tanto emisor como receptor puedan codificar y decodificar una serie de procedimientos y elementos convencionales, los cuales se relacionan con modelos de construcción del discurso y con una expectativa hacia el género.

En la misma línea, cabe señalar una salvedad respecto al género, ya que, como menciona Fernández y Martínez, los límites de los géneros no son siempre precisos, los contenidos pueden hacer uso de características narrativas y/o formales de más de un género en específico (1999). Asimismo, debido al surgimiento y el desarrollo de nuevos medios en la era digital, diversos géneros han pasado por un proceso de hibridación, por lo cual pueden compartir rasgos narrativos y/o técnicos. Adicionalmente, para fines del presente estudio, en esta sección se desarrollará los géneros audiovisuales en la televisión, ya que en el siguiente punto se ahondará en las narrativas digitales, propias de los medios sociales. Además, se busca describir los géneros televisivos con el fin de encontrar ciertas similitudes con el contenido audiovisual de nuestro estudio de caso, el cual se produce y exhibe en una plataforma digital como Youtube.

De acuerdo con Aliaga, el género de un programa se plantea en función de su objetivo, que puede ser enseñar, entretener o informar. A partir de estas funciones, se distinguen tres tipos de géneros televisivos: géneros culturales, géneros informativos y géneros de entretenimiento (2020). Para fines de nuestra investigación, nos enfocaremos en el género de entretenimiento, y utilizaremos la

tipología de subgéneros desarrollada por Gordillo para aproximarnos al componente audiovisual de nuestro objeto de estudio.

Según Gordillo, los subgéneros clásicos del entretenimiento son los magazines, los concursos y los espectáculos de variedades (2009). Es en este último subgénero donde se incluyen múltiples ramas, como los programas musicales, deportivos, de variedades, temáticos y humorísticos. En relación a este último, Gordillo añade: 'El humor en la televisión se puede desarrollar en diversos formatos, diferentes a las comedias de ficción: las actuaciones de humoristas, los programas de sketches, los chistes, las parodias y el periodismo satírico son algunos de los formatos habituales' (2009).

Dentro del subgénero del humor, existe la comedia en vivo o *stand-up comedy*, que presenta la figura de un comediante ante un público en vivo, frente al cual despliega un monólogo cómico. En este tipo de programas, el discurso general tiende a generar una situación narrativa cómica más compleja que un conjunto de chistes sin relación. Además, los elementos icónicos del programa registrados por la cámara incluyen la actuación del comediante y las reacciones de la audiencia (2009).

En ese sentido, como podemos observar, la figura del *stand-up comedy* y su relación con el contenido audiovisual no es ajena a la televisión. Si bien en nuestro país los formatos humorísticos se han diversificado hacia los sketches, las imitaciones, el humor de los cómicos ambulantes y la escasa presencia de sitcoms (Vivas, 2017), el género del entretenimiento y el subgénero del humor poseen un amplio espectro de formatos. Por ello, para fines de la presente investigación, que tiene como estudio de caso una serie de contenidos audiovisuales de shows en vivo de dos comediantes que se presentan en el canal de YouTube "HH", la composición televisiva mantiene una gran influencia sobre las características narrativas verbales, no verbales y audiovisuales.

2.2.6.2. Estructura del *stand-up comedy*

A partir de una serie de grabaciones de rutinas de *stand-up comedy* desde 1990, Rutter propone una secuencia que permite identificar y analizar de manera completa la estructura de una producción de *stand-up comedy*. Según esta secuencia, el espectáculo comienza con la apertura del presentador, seguida por la entrada del o los comediantes, el desarrollo del espectáculo o performance principal, y concluye con el cierre del evento (Rutter, 1997).

El autor destaca que hay varias formas de iniciar un espectáculo de *stand-up comedy*. El presentador puede comenzar proporcionando contexto sobre el tipo de comedia que experimentará la audiencia; puede incitar a la acción invitando al público a realizar un acto específico cuando lleguen los comediantes; también puede introducir a los comediantes caracterizándolos de alguna manera, o puede invitar a la audiencia a contribuir al evento, típicamente con una ronda de aplausos (Rutter, 1997).

En la misma línea, posteriormente a ello, continúa el saludo a la audiencia por parte de los comediantes, los cuales luego pueden iniciar con algún tipo de comentario referente a la performance o el espacio del show de *stand-up comedy*. Así, de acuerdo a la observación y el análisis de diversos espacios de stand up, el autor señala que, de manera posterior o en sentido reemplazante, los comediantes pueden llamar a la acción a la audiencia. En ese sentido, el público cumple con la solicitud y, así, se inicia con la primera broma o la secuencia humorística (1997).

De manera complementaria, Scarpetta y Spagnolli (2009) dividen la estructura del *stand-up comedy* en ciertas partes concordantes con la propuesta de Rutter (1997). En primer lugar, plantean el inicio de la interacción en función a la reacción del público para dar la bienvenida a los comediantes y la reacción de estos ante la audiencia. En segundo lugar, ubica las transiciones a una nueva secuencia de chiste, en la que muestra que el comediante debe ser capaz de llevar a la

audiencia de una secuencia a otra a través de “*fillers*” y “*surveys*”. Así, generalmente los “*fillers*” o rellenos son transiciones que se localizan después del *punchline*; mientras que, los “*surveys*” o encuestas suceden directamente después del siguiente *punchline* (2009).

En tercer lugar, se encuentra la etapa de la expansión de chistes exitosos, donde se explora y desarrolla aún más un mismo chiste en una serie de turnos. Este punto representa una ráfaga de chistes que se derivan de las premisas o bases del primer chiste. Por último, está la sección donde se hace referencia a la audiencia dentro del chiste, utilizando al comediante o al público como material principal para el humor. En este contexto, dado que el tono es personal, existe la posibilidad de que se emitan ofensas o burlas arriesgadas (Gordillo, 2009).

Finalmente, Rutter subraya que el cierre es una parte esencial del *stand-up comedy*. En este sentido, existen estructuras específicas para este momento, como la evaluación por parte del público, la reintroducción del comediante, y los comentarios o agradecimientos que acompañan su despedida (1997). Esta estructura secuencial, basada en el análisis teórico de varios autores, facilita la identificación de secuencias en los shows en vivo de los comediantes de “HH”. A través de esta identificación, es posible desglosar los elementos y analizar cómo, según las teorías del humor transgresor, se expresan discursos que refuerzan actitudes despectivas hacia ciertos públicos vulnerables en la sociedad. Esto permite también identificar las normativas morales que se ven desafiadas en el proceso de la estrategia humorística.

2.2.6.3. Interacción: comediante – audiencia

La estructura de las secuencias en el *stand up comedy* mantiene ciertas reglas y patrones, los cuales hemos conocido en el punto anterior. A su vez, Rutter añade: “el flujo de comunicación que tiene lugar en el stand up no fluye simplemente del comediante a la audiencia homogénea, sino a través de todas las partes involucradas, ya que las audiencias responden a las acciones de los demás y

ofrecen retroalimentación al comediante” (1997). En ese sentido, en la construcción de la narrativa, la cual se observa a través de las producciones audiovisuales de stand up, los públicos participan activamente y contribuyen con el desarrollo de una relación bidireccional.

De acuerdo al autor, la interacción hace posible la realización de la *performance* de los comediantes, no funciona simplemente como un medio que puede resultar prescindible. Las categorías del humor verbal, cuando se colocan en el contexto del espectáculo, se ven influenciados por la acción, la respuesta y los comentarios de la audiencia. Así, estas pueden transformarse a medida que se desarrolla la actuación (1997). Para identificar las respuestas de la audiencia, estas pueden dividirse en afiliativas o desafiliativas, tales como risas, aplausos o acciones que evidencien cierta restricción o rechazo al contenido (Scarpetta y Spagnolli, 2009).

Asimismo, las autoras indican que los espectáculos de comedia stand up son muestra de una forma institucional de una conversación interactiva. Así, el recurso de las interacciones se lleva a cabo de modo recurrente y se hacen reconocibles en ciertas secciones de la secuencia. Además, como toda conversación informal, el recurso de los temas personales puede hacerse presente como relato en los comediantes (2009). Entonces, bajo la lógica del stand up y de los participantes, el humor basado en la vida cotidiana resulta ser aceptable y adecuado. De esta manera, la audiencia, al contribuir en la construcción de la situación humorística, puede también ser corresponsable ante las características de los contenidos narrativos.

En general, la narrativa audiovisual posee diversas aristas para abordar el análisis. Para la presente investigación, se ha planteado enfocarla desde la concepción del *stand-up comedy* como género audiovisual. A partir de ahí, se ha desdoblado la comedia stand up en estructura y el factor de interacción, el cual está presente en el tipo de humor que desarrollan los comediantes de “HH”.

Asimismo, cabe hacer la salvedad de que el lenguaje audiovisual, desde el carácter técnico, se abordará en la siguiente sección.

Además, es fundamental comprender las características del medio a través del cual se exhibe nuestro objeto de estudio. En este caso, YouTube funciona como la plataforma del canal peruano “HH”, por lo tanto, es crucial entender los rasgos narrativos que ofrece este medio digital.

2.2.7. Narrativas digitales

2.2.7.1. Definición

Con la convergencia mediática, varios medios tradicionales han experimentado transformaciones significativas. Actualmente, numerosos canales de televisión también mantienen presencia en plataformas como YouTube, donde publican contenido exclusivo que enriquece el panorama narrativo de manera amplia. Sin embargo, no solo los medios tradicionales contribuyen con contenido; la era digital permite a individuos asumir roles de productores de contenido. Para comprender mejor el entorno digital, sus características y formatos, es crucial definir qué entendemos por narrativa digital.

Según Rodríguez, "la narrativa digital es un objeto virtual capaz de activar no solo una dimensión técnica, que comprende las TIC, sino también una dimensión estética; es decir, la capacidad de afectar la experiencia sensorial mediante el uso artístico de las técnicas digitales" (2004). De esta manera, el autor caracteriza los relatos que emergen en el entorno digital, los cuales se ven enriquecidos por los sistemas tecnológicos.

Además, las narrativas digitales han evolucionado con el tiempo, a medida que los avances tecnológicos continúan transformándose y actualizándose. Según Hermann-Acosta y Pérez-Garcías, "en la segunda mitad del siglo XX, las primeras narrativas que tuvieron un impacto significativo en el entorno digital fueron las audiovisuales" (2019). Así, podemos comprender el

componente audiovisual como la integración del lenguaje visual y sonoro para la generación de contenido en espacios como plataformas digitales y redes sociales, entre otros.

Para propósitos de esta investigación, es crucial explorar las narrativas multimedia, dado que nuestro objeto de estudio se inserta en un relato caracterizado por un discurso multidireccional que fomenta una mayor interacción con los usuarios y genera un contenido no lineal. Este tipo de narrativa utiliza imágenes y sonidos como recursos que promueven dinamismo y comprensión. Para ilustrar este punto, Paul y Fiebich (2005), en Roig-Vila y Rosales-Statkus (2016), desarrollan una tipología que identifica y diferencia las narrativas digitales. Esta tipología enfatiza la combinación de diversos medios en la creación del producto digital final, el tipo de interacción del usuario con el contenido, la relación entre la historia y la audiencia, el contexto y la comunicación interactiva entre el creador de contenido y su público.

Entonces, ahora que hemos explorado qué se entiende por narrativas digitales y las características de su composición, nos enfocaremos en el género del entretenimiento, al cual pertenece nuestro estudio de caso. Identificaremos cómo el entorno digital está influenciando este género, a través de los nuevos formatos emergentes en forma de relatos y plataformas digitales.

2.2.7.2. La plataforma YouTube

Como hemos explorado el género del entretenimiento desde las narrativas audiovisuales en la televisión anteriormente, en esta sección introduciremos los nuevos formatos y plataformas digitales que han emergido para el desarrollo de experiencias audiovisuales. En este contexto, nos centraremos en la plataforma y los formatos relacionados con la naturaleza de nuestro estudio de caso, que es un canal de Youtube.

Según Campos, en la actualidad "las redes sociales se configuran como un nuevo sistema de entretenimiento e información, que puede adoptar recursos y características de los medios tradicionales, pero que incorpora tanto un nivel de interacción como un modelo de negocio más expansivo" (2008). De esta manera, el medio audiovisual y, en los últimos años, el virtual, encuentran en las redes sociales plataformas que permiten la producción de contenidos audiovisuales caracterizados por un alto grado de interacción y que potencian un mercado de distribución de contenidos.

En cuanto a las características de los nuevos formatos, Rincón indica: "si queremos generar una nueva experiencia, debemos ir a lo local, a la expresividad popular, a las nuevas sensibilidades sociales y comenzar a contar desde sus estéticas, emociones, voces, relatos" (2019). Esto subraya la importancia de conectar con las audiencias a través de estéticas y narrativas que resuenen con sus experiencias y sensibilidades sociales para producir entretenimiento popular auténtico.

Por tanto, además de la televisión, los medios sociales se han convertido en espacios clave donde se exhiben propuestas audiovisuales, ya sea mediante enfoques innovadores o mediante la adaptación de formatos heredados de la televisión tradicional. En el contexto de esta investigación, nos adentraremos específicamente en la plataforma de Youtube, a través de la cual se difunde el contenido audiovisual del canal "HH".

En base a Marquez y Ardevol, Youtube se configura como una de las plataformas digitales más populares en la actualidad. Desde el año de su lanzamiento en el 2005, el espacio digital se ha convertido en el medio primordial para el almacenamiento, difusión y consumo de todo tipo de contenidos, ya sea audiovisual o no, y provenientes desde el aspecto amateur o profesional (2017). En ese sentido, debido a esto último, los contenidos desarrollados para la publicación en esta plataforma pueden diferir de aquellos elaborados por los medios de comunicación tradicionales.

Entonces, debido al carácter tecnológico de la plataforma, Youtube ofrece diversas herramientas que facilitan la exhibición de nuevos formatos audiovisuales, como el video-podcast. Este formato específico caracterizó los inicios de la propuesta audiovisual del canal “HH”, permitiendo a los creadores combinar elementos de audio y video para ofrecer contenido que puede ser consumido tanto en formato visual como en formato de podcast.

2.2.7.3.Formato: video-podcast

El formato video-podcast o “*vodcasting*” tiene su origen en el fenómeno del *podcasting*, que se define como un medio para publicar contenido de audio y video en la web, a través de una serie de episodios con un tema común (Deal, 2007). Según Brown y Green, el término podcast puede referirse tanto al contenido en sí como al método de entrega (2007-2008). Esto implica que los podcasts requieren que los usuarios se suscriban para recibir notificaciones y acceder a los archivos, los cuales pueden ser consumidos en diversos dispositivos digitales.

Según Deal, el proceso de *podcasting* se divide en tres categorías generales de actividades: la producción de archivos, la publicación de los podcasts y la entrega y reproducción de estos (2007).

- Producción de archivos: Etapa de creación de contenido, la cual comprende la planificación, redacción y grabación del podcast o video-podcast, así como la edición final.
- Publicación de podcast: El archivo de audio y/o video se envía a un servidor web. Además, en esta etapa el creador de contenido debe notificar al público de la subida del podcast.
- Entrega y reproducción: La audiencia puede acceder a los contenidos a través de la plataforma específica, mediante sus dispositivos.

Entonces, ahora que conocemos el concepto de podcast y las características del proceso desde la elaboración hasta la reproducción del contenido, pasaremos a describir el término video-podcast. Según Brown y Green, el video-podcast es un medio que incluye información visual, como imágenes fijas, en movimiento o animaciones (2007-2008). En diversas plataformas, los mismos contenidos pueden presentarse en formato podcast y video-podcast. La elección del formato depende de la experiencia del usuario y de los valores añadidos que el video pueda proporcionar.

En relación con nuestro estudio de caso, los comediantes de “HH” mencionaron en una entrevista digital para un periódico que el formato de su contenido se inspiró en el podcast y video-podcast español “Nadie sabe nada”. Originalmente un programa de radio, “Nadie sabe nada” es conducido por dos comediantes españoles y se caracteriza por la combinación de una conversación coloquial con elementos humorísticos. Actualmente, el programa se emite en plataformas digitales de podcast, señales de radio y en la plataforma audiovisual HBO Max.

Es fundamental comprender la composición del video-podcast y la fuente de inspiración del formato de “HH” para emplear los términos correctos en el proceso de análisis de su estructura narrativa y audiovisual. A partir de la muestra analizada, se observa una evolución en el formato tanto narrativo como audiovisual, por lo que es necesario definir adecuadamente la época inicial del contenido de “HH”.

2.3. Lenguaje audiovisual

En esta sección se abordarán las principales características del lenguaje audiovisual, considerando la fotografía, el arte y el sonido, las cuales servirán como guía para el análisis del producto audiovisual de “HH”.

2.3.1. Fotografía

2.3.1.1. Planos

En el mundo de la creación audiovisual, al igual que en el campo narrativo verbal y no verbal, se hace uso de un lenguaje que permite comunicar la narrativa audiovisual de manera eficiente. Según Fernández y Martínez:

“La narrativa y el lenguaje audiovisual se nutren de reglas y códigos comunes que han ido estableciéndose a lo largo de más de un siglo de existencia del cine. (...) Una suerte de lenguaje universal que entienden los espectadores de manera natural (...)”
(1999).

Como se menciona en la cita, las convenciones del lenguaje audiovisual provienen del ámbito cinematográfico. No obstante, estos conceptos y características se adaptan y potencian de acuerdo con los formatos y herramientas propios de cada medio audiovisual. Tanto la televisión como la web, a través de diversas plataformas digitales, presentan condiciones específicas de producción y recepción que modifican los conceptos y funciones de los elementos del lenguaje audiovisual.

De acuerdo con las unidades visuales, se ubica el plano como la unidad mínima compuesta de significado. Acerca del término, Martin Marcel señala:

“Constituyen el primer aspecto de la participación creadora de la cámara en la filmación de la realidad exterior, para transformarla en materia artística. Se trata de la composición del contenido de la imagen, es decir, el modo como el realizador desglosa y (...)”

organiza el fragmento de realidad que presenta al objetivo y que se volverá a ver idéntico en la pantalla” (2002).

La propuesta de realización define la duración del plano y la organización dentro de la unidad mínima visual. Así, se busca que la determinación de los planos contribuya al contenido narrativo. Dependiendo del tipo de plano, el significado del relato en su conjunto, así como de la secuencia, escena o toma específica, se verá influenciado.

Para la determinación del plano, el factor principal es la distancia desde la que se presentan los elementos del campo visual a los espectadores. Como respuesta a la variedad de distancias, se ha establecido una clasificación convencional de planos para abarcar de manera amplia estas distancias (Bedoya y León, 2016).

La tipología de planos es la siguiente:

1. Gran Plano General (Plano General Largo)
2. Plano General
3. Plano Conjunto
4. Plano Entero
5. Plano Americano
6. Plano medio
7. Primer Plano
8. Gran Primer Plano

El *Gran Plano General* comunica que el escenario es protagonista sobre la figura humana (1999).

Así, los planos contienen a los paisajes dentro del encuadre. De acuerdo a las convenciones

cinematográficas, los grandes planos pueden sugerir estabilidad y cambio, pero también pueden connotar sensaciones de grandiosidad (2016). No obstante, al analizar “HH”, es importante reconocer los formatos de los dispositivos a través de los cuales se consume la plataforma de Youtube, ya que esto también condiciona la propuesta de realización.

El *Plano General* presenta la figura humana de cuerpo entero en el espacio en que se lleva a cabo la acción (1999). En sí, aún se percibe una distancia considerable con el sujeto, pero se puede notar una mayor porción de movimiento interno en el encuadre. A su vez, los planos pueden cumplir una función descriptiva, pero también narrativa. (2016).

El *Plano Conjunto* puede ser considerado un Plano General Corto, donde se encuadra a más de una persona (1999). Además, también es conocido como plano de referencia en el interior de las escenas o segmentos de un programa de televisión, donde se enmarca a quienes se ubican en el campo visual (2016).

El *Plano Entero*, a diferencia del anterior plano, encuadra a un solo individuo. Asimismo, este tipo de planos permite mostrar el escenario y centrarse en los detalles corporales y las expresiones en general de la figura humana (1999). Sin embargo, aún se mantiene un peso visual sobre el entorno.

El *Plano Americano* se ubica en el límite de los planos descriptivos y los planos expresivos. Este tipo de encuadre corta al sujeto por la rodilla o por debajo de ella (1999). A partir de este plano, la funcionalidad de los encuadres gira en torno a mostrar acciones físicas de los individuos y observar los rasgos del rostro.

El *Plano Medio* puede dividirse en largos y cortos. La diferencia se determina por la cercanía del corte al sujeto por encima de la rodilla o por la cercanía al pecho, respectivamente (1999). A medida que se acerca al *Gran Primer Plano*, los planos brindan una mayor apreciación de las expresiones gestuales de los personajes.

Ahora, el *Primer Plano* y el *Gran Primer Plano* sitúan al espectador a una distancia de proximidad con el personaje, el enfoque se encuentra en el rostro. Así, se comprende que estos planos permiten acceder al estado expresivo de las emociones (1999). Por tanto, estos planos dejan de lado el contexto y mantienen como primacía los signos faciales.

2.3.1.2. Iluminación

En cuanto a la iluminación, es sabido que la dirección de fotografía plantea la propuesta visual con relación al elemento lumínico. Para un análisis estético, se utilizarán las variables de fuentes de luz y la temperatura de color de las fuentes luminosas (Fernández y Hernández, 1999). De este modo, se identificarán y determinarán las funciones de la iluminación en el producto audiovisual de “HH”.

La luz natural se refiere a aquella que proviene del sol (1999). Por lo general, su uso caracteriza propuestas naturalistas en la imagen. Sin embargo, presenta dificultades debido a la imprevisibilidad de sus cambios. En contraste, la luz artificial proviene de fuentes eléctricas y permite un mayor control sobre parámetros como la temperatura de color, la potencia lumínica y los contrastes (1999). Aunque enfrenta desafíos para iluminar grandes espacios, se prefiere por su libertad creativa y la posibilidad de crear propuestas no limitadas por la verosimilitud de la luz natural.

Con relación a la temperatura de color de las fuentes luminosas, esta se refiere a cómo se percibe cromáticamente la luz. Generalmente, se clasifica en dos conjuntos: luces frías, dominadas por tonos azules y verdes, y luces cálidas, con predominio de tonos rojizos. Es importante mencionar que los valores cromáticos exactos se pueden ajustar mediante experimentos de laboratorio (1999). Para esta investigación, se utilizará la percepción visual para determinar el cromatismo de los planos iluminados.

Por otra parte, respecto a las funciones de la luz, se identifican tres principales: informativa, vinculada con el encuadre y la composición, y expresiva. La función informativa hace referencia a la objetividad lumínica de los objetos que se encuentran en el espacio fílmico (Bedoya y León, 2016). En cuanto a la composición, la luz mantiene un rol protagonista en la dirección de la atención de los espectadores hacia los focos de interés, estableciendo una jerarquía de los elementos dentro del encuadre (1999).

Por último, en cuanto a la función expresiva, los valores cromáticos entablan una relación con el enfoque en el conflicto o las atmósferas de las escenas (2016). A su vez, Rafael Gómez añade “desde el punto de vista expresivo puede ser entendida como dramática, psicológica o intimista, simbólica, realista o antinatural. Por ejemplo, los colores cálidos y enérgicos hacen referencia a una atmósfera eufórica, mientras que, bajo las tonalidades frías, se remite a una atmósfera melancólica (2016).

2.3.2. Arte

2.3.2.1. Locación

Ahora bien, el lenguaje audiovisual opera en diversas áreas en función al relato audiovisual. En cuanto a la estética de lo que se observa en pantalla, ya sea a través de un proyector, televisor y/o dispositivo móvil, la dirección de arte es el área correspondiente. Según Cassano et al.:

“La dirección de arte está compuesta por el conjunto de actividades que realizamos con los espacios, los escenarios, los objetos, la decoración, el maquillaje y el vestuario de los actores en función de la realidad que nos propone el guion” (2010).

Para fines de la presente investigación, se abordará los elementos de locación y utilería, los cuales serán analizados a través de la visualización de los fragmentos seleccionados de “HH”. Asimismo, cabe hacer la salvedad de que los términos del lenguaje audiovisual provienen de la industria cinematográfica, pero diversos medios como la televisión y los nuevos espacios digitales en la web se apropian del lenguaje audiovisual y lo adaptan de acuerdo con sus propios entornos mediáticos.

En cuanto a la locación, de acuerdo con Tamayo y Hendrickx se comprende como “el lugar existente en la realidad donde se ejecuta el rodaje de una escena y cuyas características físicas sirven de entorno a la acción de esta” (2015). En sí, por locación se entiende al espacio real que ocupa el desarrollo de un producto audiovisual, el cual cumple con el concepto y la narrativa. Los autores añaden que las locaciones pueden referirse a espacios de exteriores o de interiores, los cuales, generalmente requieren de intervenciones para ambientarlas y decorarlas en función a las acciones de las escenas (2015).

En relación a la televisión, es sabido que los grandes canales poseen estudios de televisión donde se construyen sets, espacios artificiales que sirven para el rodaje de los productos (Bedoya y León, 2016). En estos espacios, donde funciona la lógica de los programas en vivo, se tiene un mayor control sobre los elementos del lenguaje audiovisual, tales como el color, la iluminación, entre otros. Por otro lado, considerando la plataforma de Youtube, donde se ubica el canal de “HH”, la era de los *youtubers* ha propiciado el surgimiento de nuevos formatos narrativos, como los tutoriales, *gameplays*, reseñas, entre otros, los cuales manejan una lógica de locaciones que permite que hasta sus propias casas se constituyan como espacios ideales de grabación (López, 2016).

1.3.3.2.Utilería

Otro de los elementos constitutivos de la dirección de arte es el manejo de la utilería, la cual hace referencia a los elementos tangibles con los que interactúan los personajes en el producto audiovisual (Cassano, 2010). De acuerdo a la autora, existen dos tipos de utilería: aquella que se encuentra en el espacio físico donde se desarrolla la escena y es conocida como utilería de escena y, aquella que los personajes llevan consigo, conocida como utilería de mano.

En suma, Tamayo y Hendrickx, considerando la clasificación de la utilería dentro de escena, señalan que los objetos de utilería pueden cumplir una serie de funciones: utilitarias, expresivas, estéticas y simbólicas si son pensadas y ubicadas de manera creativa y estratégica (2015). En sí, para los espectadores, la utilería puede proporcionar información, transmitir la atmósfera y/o comunicar el género del producto audiovisual.

2.3.3. Sonido

2.3.3.1.Efectos sonoros

Además del componente visual de un producto audiovisual, el lenguaje audiovisual posee entre sus elementos al sonido. En esa línea, la relación entre la imagen y el audio parte de un sentido complementario, el cual permite que todas las piezas de la obra audiovisual contribuyan con la propuesta general (Fernández y Martínez, 1999). Por tanto, en nuestro país, el encargado del sonido en una producción audiovisual participa activamente en las tres etapas del proceso: pre-producción, producción y post-producción (Cassano et al., 2010).

Ahora bien, si bien la banda sonora está compuesta por la voz, los efectos sonoros y la música (Bedoya y León, 2016), esta investigación considera como indicadores de análisis a los efectos sonoros y la música, ya que las características de la voz son analizadas en relación a la narrativa no verbal de la *performance* de los comediantes.

Entonces, se entiende como efecto sonoro a cualquier sonido que subraya la acción y alude imágenes (1999). Asimismo, como elemento del lenguaje audiovisual, posee un valor expresivo propio que complementa la imagen. Además, puede servir para efectuar transiciones entre el contenido narrativo, las cuales son imposibles de lograr solo con las imágenes (1999).

En sí, el uso creativo y personalizado de los efectos sonoros puede imprimir a las producciones audiovisuales de estilos propios. Generalmente, los efectos sonoros son colocados en la etapa de post-producción, sin embargo, pueden existir ocasiones como los shows en vivo de *stand-up comedy* donde todos los sonidos son producidos en vivo y directo, de acorde a la lógica de la interacción y el carácter “en vivo” del humor.

2.3.3.2.Música

En cuanto a la música, este medio puede contribuir con la identificación de la trama, el desarrollo de los sucesos y/o expresar un contenido sin necesidad de la voz (1999). De acuerdo a la presencia de la fuente sonora, se puede clasificar la música en diegética y extradiegética.

La primera hace referencia a la música que se oye y corresponde con lo que se ve, la música procede de fuentes sonoras presentes en la pantalla; mientras que la música extradiegética no proviene desde el interior de la acción (1999). En ese sentido, se puede entender que el efecto realista se apega en mayor medida a la música diegética.

En las obras cinematográficas, la música generalmente se ha utilizado como un elemento de acompañamiento dramático (Bedoya y León, 2016). No obstante, la música también puede contribuir con la ambientación de las secuencias, usada como cortinas. Así, identificando las temáticas y el contenido narrativo verbal de las secuencias se puede entablar una relación con la música presente.

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

Esta investigación es de tipo exploratoria, ya que busca estudiar y analizar aspectos concretos de la propuesta humorística de un producto audiovisual peruano, los cuales funcionan como indicadores para generar una explicación de la construcción del humor del canal de YouTube "HH" desde una perspectiva multidisciplinaria. A partir de ello, se identificarán rasgos del humor transgresor desde la teoría de la violación benigna en los componentes discursivos y audiovisuales de los videos seleccionados del canal.

Además, nuestra investigación es también de tipo descriptiva, pues se pretende conocer e identificar las estrategias humorísticas a través de la narrativa verbal, no verbal y el lenguaje audiovisual de los videos seleccionados, con el fin de realizar un análisis crítico del contenido desde un enfoque multimodal.

En cuanto al enfoque metodológico, se trata de una investigación cualitativa, ya que, tras la recolección de datos discursivos y audiovisuales, se llevará a cabo un análisis e interpretación personal basado en una escala de valoración rigurosamente determinada, desde un enfoque crítico del contenido.

3.2. Universo y muestra

En el presente trabajo, se toma como estudio de caso el canal de YouTube peruano "HH", por ende, nuestro universo concibe los 178 videos que se encuentran en la plataforma de YouTube desde el año 2019, año de inicio del proyecto, hasta la fecha.

Ahora bien, la muestra seleccionada son los fragmentos de siete videos de los shows de *stand-up comedy* e improvisación contenidos en dicho canal, los cuales contienen como público objetivo

del contenido humorístico a poblaciones vulnerables de la sociedad. Así, los videos comprenden los años 2019, 2021 y 2022, debido al cambio histórico que se puede observar respecto a la calidad audiovisual y el tratamiento narrativo de su discurso humorístico en función a los grupos vulnerables.

En sí, la muestra se caracteriza por ser no probabilística, también conocida como muestra dirigida, ya que la elección de los elementos a analizar responde a una serie de criterios de selección que proporcionan una mayor información en relación a las preguntas de investigación (Martínez – Salgado, 2012 en Nuñez et al, 2017).

Los criterios de selección son los siguientes:

- Referencia a poblaciones vulnerables: Por un lado, luego de una revisión exhaustiva del universo de videos que posee el canal de YouTube “HH”, se determinó que los contenidos audiovisuales en los cuales se hace referencia a poblaciones vulnerables y se construye el humor en función a estas temáticas permiten una mayor presencia e indagación de los estereotipos. Así, resulta útil para analizar la variable de estereotipos, la cual se estudia a partir de la narrativa verbal y está ligada a la teoría de la violación benigna.
- Reiteración de temáticas: Este criterio se hizo evidente a lo largo de la visualización y análisis del universo. Así, hace referencia a la presencia de un patrón en el uso de narrativas sobre temas considerados delicados para ciertos grupos sociales, lo cual ocasiona que los contenidos se cataloguen como polémicos por miembros de la opinión pública.

- Evolución a nivel audiovisual: Se abarca una serie de contenidos de distintos años para observar el cambio histórico respecto a la calidad de la propuesta audiovisual. En ese sentido, con la muestra seleccionada se podrá realizar un comparativo entre los elementos analizados de cada uno de los videos y tendremos, al mismo tiempo, una visión de la evolución de dicho producto.

3.3.Unidad de análisis

Las unidades de análisis son los fragmentos de los siguientes siete videos, los cuales muestran los shows de *stand-up comedy* e improvisación y se encuentran en el canal de YouTube peruano: “HH”. Así, dos videos pertenecen al año 2019, dos al año 2021 y tres al año 2022.

- Ciegos y "El Mensaje Misisio" - Segundo episodio (2019) Min. 5:28 – 12:30
- "Mi amigo el Loco y cállate estúpida" - Vigésimo Segundo Episodio (2019) Min. 15:50 – 30:10
- “Vino a vernos una ciega” - Cuarta Temporada (2021) Min. 49:40 – 55:10
- “Chico trans viene al show” - Cuarta Temporada (2021) Min. 3:00 – 8:45 / 15:17 – 15:40 / 59:00 – 1:00:40 / 1:09:00 – 1:09:35
- “Nos canta con labio leporino” - Cuarta Temporada (2022) Min. 33:29 – 38:00
- Jorgito viaja al Uruguay – Perú - Quinta temporada (2022) Min. 0:41 – 2:24
- Nos hicimos un test de autismo - Quinta temporada (2022) Min. 3:00 – 3:32 / 9:54 – 16:30

Las unidades de análisis han sido elegidas debido al cambio progresivo observable a lo largo de los años, tanto a nivel audiovisual como narrativo. Cada video seleccionado contiene temas polémicos que son desarrollados humorísticamente por ambos comediantes, lo cual permite obtener una mayor cantidad de resultados para su posterior análisis. Además, los extractos de los

videos seleccionados han sido objeto de crítica por parte de entidades públicas, personajes reconocidos y el público en general a través de diversas plataformas. Por tanto, la selección de la muestra responde a la relevancia mediática de los contenidos.

3.4. Técnica metodológica

La técnica de análisis de contenido comprende un proceso de recopilación de contenidos de diversos modos comunicativos: verbales, no verbales, escritos y audiovisuales (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Dado el carácter de la investigación y el estudio de caso, la recolección de información se llevará a cabo mediante un análisis de contenido. La variedad de códigos narrativos, audiovisuales y de actuación utilizados en nuestro estudio de caso, así como el entorno digital en el que se desarrolla, justifican la elección de esta técnica metodológica, que permite analizar múltiples modos comunicativos. De este modo, más allá de la mera descripción de los elementos, se realizará un análisis multimodal basado en el modelo integrado del proceso psicológico del humor denigrante de Wang (2022), el cual considera el rol del emisor, receptor y el efecto del humor para identificar la violación benigna en el contenido humorístico.

Además, en este estudio, también se aplicará la entrevista semiestructurada, un instrumento capaz de recabar información a partir de la experiencia temática de los protagonistas (Corbetta, 2003). La entrevista semiestructurada se desarrollará a dos expertos en los campos de comunicaciones, debido al gran aporte que significará en el presente estudio respecto al análisis de la estrategia comunicacional de un producto audiovisual peruano.

Las entrevistas se realizarán a dos profesionales en el campo. En primer lugar, se ubica Hugo Aguirre Castañeda, quien es comunicador social por la Universidad de Lima y cuenta con especialización en Medios Audiovisuales por la Universidad de Puerto Rico. En segundo lugar, se encuentra Ana Lucía Mosquera Rosado, comunicadora por la Universidad de San Martín de

Porres, activista e investigadora especializada en temas de diversidad, interculturalidad, género y no discriminación. Además, su experiencia incluye la consultoría en temas relacionados a diversidad, discriminación racial, interseccionalidad, inclusión e igualdad de género.

3.5. Instrumentos

Se realizarán matrices de análisis de contenido que permitan desglosar los elementos discursivos de los videos seleccionados para comprender la estrategia humorística. Así, se desarrollará una matriz para analizar los elementos narrativos verbales, una matriz de análisis de elementos narrativos no verbales (performativos) y una matriz para analizar el contenido audiovisual (imagen y audio) de cada producto.

Asimismo, al agrupar los siete videos en cada una de las matrices se podrán comparar los elementos a analizar, permitiendo observar una evolución y comprendiendo la estrategia humorística que se plantean los comediantes del canal de YouTube “HH” en relación con el proceso de la teoría de la violación benigna.

Por otro lado, el instrumento que se aplicará para las entrevistas semiestructuradas será la guía de entrevistas, la cual comprende una serie de preguntas que se irán nutriendo a lo largo del desarrollo de la entrevista. Con la información recabada, se complementará el análisis de las matrices de contenido, las cuales han sido elaboradas en función del cumplimiento de la teoría de la violación benigna. En conjunto, ambos instrumentos ayudarán a comprobar la hipótesis sobre los elementos significativos de la estrategia humorística, la cual recae como eje principal en las interacciones, desde las cuales se desglosa los rasgos del humor transgresor.

Matriz de narrativa verbal:

- Humor verbal: variable que se refiere al contenido verbalizado de los comediantes, los cuales se manifiestan a través de los diálogos
 - Temáticas: se refiere al tema general de los fragmentos analizados
 - Categorías del humor verbal utilizado: se refiere a las categorías del humor verbal
 - Técnicas humorísticas utilizadas: se refiere a las técnicas de las clasificaciones de Berger (2017) y Buijzen y Valkenburg (2004)
- Interacción con el público: variable que se refiere a los momentos de interacción entre los comediantes y el público
 - Secuencia de interacción: se refiere a las secuencias donde se desarrollan los fragmentos analizados
- Estereotipos: variable que se refiere al uso de estereotipos
 - Grupo vulnerable en la sociedad: se refiere a las comunidades vulnerables como público objetivo de los contenidos humorísticos
- Obscenidad: variable que se refiere al uso de lisuras y expresiones obscenas
 - Lisuras: lisuras utilizadas a lo largo de los diálogos

Matriz de narrativa no verbal:

- Performance física de los comediantes: variable que se refiere a los signos gestuales y prosódicos
 - Gestos del rostro: se refiere a los signos gestuales de la cara, los cuales acompañan la expresión verbal
 - Movimientos y/o desplazamientos: se refiere a los movimientos de las demás partes del cuerpo, los cuales acompañan la expresión verbal

- Tono de voz: se refiere a la característica prosódica que indica entonación
- Volumen de la voz: se refiere a la característica prosódica que indica intensidad

Matriz de lenguaje audiovisual:

- Fotografía: variable que se refiere al rol de la imagen en el lenguaje audiovisual
 - Planos utilizados: se refiere a la diversidad de planos utilizados
 - Tipo de iluminación: se refiere a la naturaleza de la iluminación
 - Tono de iluminación: se refiere a los tonos cromáticos
- Sonido: variable que se refiere al rol del sonido en el lenguaje audiovisual
 - Efectos sonoros utilizados: se refiere a los efectos que acompañan la propuesta narrativa verbal y no verbal
 - Música utilizada: se refiere a la melodía que acompaña la propuesta narrativa verbal y no verbal
- Arte: variable que se refiere a las características de la escenografía
 - Espacio: se refiere al lugar en el cual se desarrolla la presentación de los comediantes
 - Utilería: se refiere a los objetos presentes en el espacio

Esquema de Wang:

Se analiza por fragmentos para determinar los rasgos del humor denigrante, considerando lo siguiente:

- El emisor: La persona o entidad que crea y presenta el contenido humorístico. Este componente incluye las intenciones del emisor y su papel en la sociedad o cultura.

- El mensaje humorístico: El contenido en sí mismo, que puede incluir chistes, narraciones, gestos, etc. Aquí se analiza el tipo de humor, los temas tratados y las técnicas utilizadas.
- El receptor: Las personas que reciben y responden al contenido humorístico. Este componente se enfoca en las características del público, sus antecedentes culturales, creencias y susceptibilidades.
- El contexto: Las circunstancias en las que el humor se presenta, incluyendo el entorno social, cultural y temporal. El contexto puede influir significativamente en cómo se percibe el humor.
- La respuesta del receptor: Las reacciones del público al humor, que pueden variar desde la risa y la diversión hasta la ofensa y el rechazo. Estas respuestas pueden ser tanto individuales como colectivas.
- Los efectos del humor: Los impactos a corto y largo plazo del humor en el receptor y en la sociedad en general. Esto puede incluir cambios en actitudes, refuerzo de estereotipos, o incluso movilización social.

Guía de entrevista semi-estructurada:

1. El humor en la sociedad peruana ¿Cuáles son las características más relevantes del humor en el Perú? ¿Existe un humor peruano? Y, si es que existe, ¿este se caracteriza por la agresión, la burla, la vulgaridad, el denigrar al otro y el sentido de superioridad?
2. El tipo de humor transgresor dentro de las producciones humorísticas en el Perú, ¿Tiene algún referente? ¿Es nuevo este tipo de uso? ¿Podríamos hacer un paralelo con lo realizado en la televisión y en las actuaciones de los cómicos ambulantes en las calles?
3. Los personajes principales de “HH”, Ricardo y Jorge, ¿formarán parte de la historia del humor en el Perú?
4. ¿Cómo se explica la aceptación y la fidelidad al programa, a pesar de las críticas por parte de la opinión pública?
5. ¿Deberían existir límites para este tipo de humor, catalogado por ambos comediantes de “HH” como “humor negro”?
6. Humor denigrante en los contenidos audiovisuales, seguidores y fans. ¿conoce alguna base teórica o conceptual que explique que la exposición constante a este tipo de humor podría influenciar en la adopción de posturas expuestas en el contexto humorístico y ser aplicadas en el contexto social?
7. ¿Compartir la afición por el contenido de “HH” podría implicar un sentido de pertenencia social?
8. Los personajes principales de “HH”, Ricardo y Jorge, ¿pueden tener algún referente en la historia de la comicidad?

CAPÍTULO 4: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE EPISODIOS

En este capítulo se procedió al análisis detallado de cada episodio utilizando los lineamientos que se presentaron en el marco teórico y en la metodología propuesta. En la primera matriz, se exploró el humor verbal profundizando en las temáticas empleadas en la comedia, así como en las técnicas específicas utilizadas para su desarrollo. La segunda matriz se centró en los movimientos, rasgos y gestos tanto de los comediantes como del público presente. Posteriormente, en la tercera matriz, se abordó términos más técnicos relacionados con la cinematografía, incluyendo los tipos de planos utilizados, la iluminación y los efectos visuales y sonoros aplicados en cada episodio.

Por último, la cuarta matriz nos proporcionó una perspectiva más profunda al revelar la premisa subyacente de cada broma, las consecuencias derivadas de ella y las reacciones generadas tanto en los comediantes como en el público. Este análisis nos permitió comprender el complejo proceso psicológico involucrado en la creación y recepción del humor presentado en cada episodio. Este enfoque permitió un análisis exhaustivo que no solo ha descrito, sino que también ha interpretado cómo estos elementos contribuyen a la construcción del humor y al impacto del contenido audiovisual del canal "HH".

4.1. Análisis de la narrativa verbal de “Hablando Huevadas”

Se utilizaron ejemplos seleccionados de los fragmentos analizados para identificar las unidades de análisis, centrándose en las estrategias humorísticas verbales descritas por Berger (2017) y Buijzen y Valkenburg (2004). Además, se aplicaron los conceptos teóricos del humor transgresor y de

refuerzo (Holmes, 2000) para examinar de qué manera estas estrategias humorísticas transmiten elementos agresivos y despectivos relacionados con grupos vulnerables en la sociedad. Cabe advertir que en los siguientes párrafos se realizó una transcripción literal, incluyendo lenguaje soez que los comediantes expresan, esto, con el fin que el lector comprenda con exactitud el análisis y la interpretación realizada.

“Ciegos y el mensaje misio”

1. Jorge: ...Hablando de ciegos, ¿hay porno para ciegos?
2. Ricardo: un gran tema
3. Jorge: O, ¿solo con sonidos? O ¿revistas porno en braille?
4. Ricardo: Eso sí, debe haber cuentos porno en braille... pero cómo se masturban (risas), si están agarrando las letras. → gesto con las manos
5. Jorge: Claaaro, a no ser que se pongan un condón con grip (risas) → gesto sexual con las manos
6. Ricardo: Y con la boca se lo jalan (risas) → movimiento de la cabeza, aludiendo un gesto sexual
7. Jorge: Con la boca (risas)

El primer fragmento analizado en el video “Ciegos y el Mensaje misio”, segundo episodio del canal “HH”, el cual es presentado en formato video-podcast, giró en torno a la discapacidad visual. La categoría humorística principal fue la conversacional, donde ambos comediantes construyeron el relato del contenido pornográfico y la masturbación en personas con discapacidad visual de manera complementaria e interactiva. Además, acompañaron el relato oral con signos gestuales, como las alusiones sexuales que realizan con las manos y la boca. La narración en tercera persona

estuvo compuesta por oraciones completas y frases, las cuales fueron presentadas de manera yuxtapuesta, una tras otra en un mismo discurso (Dyner, 2009).

En el fragmento también se percibe la categoría “*jokes*”, compuesta por el montaje y el *punch*. En el extracto, el montaje se construyó a partir de un diálogo (líneas 1-4) y el remate se ubicó en la parte final del relato (líneas 5 y 6). Para su construcción, a partir de la revisión de las tipologías de las técnicas humorísticas (Berger, 2017; Buijzen y Valkenburg, 2004), se hizo uso del ridículo, lo absurdo, lo caricaturesco y la alusión sexual. El relato humorístico giró en torno a las dificultades de las personas con discapacidad visual para realizar un acto sexual como la masturbación. El contenido y los gestos realizados ridiculizaron el acto y generaron risas entre los comediantes. Nuestra entrevistada enfatizó que "En teoría, el humor no debería ser una excusa para perpetuar discursos de odio, violentos, ni la ridiculización de personas" (Pregunta 5).

8. Ricardo: Yo tengo, bueno, el primo de Alicia es ciego.
9. Jorge: Y, ¿hace cuánto tiempo que no lo ves? (risas)
10. Ricardo: Bueno, menos tiempo del que él me ha visto (risas)
11. Ricardo: (...) Pero tienen una memoria de la conchesumare, cantaron toda la puta noche los ciegos.
12. Jorge: Bueno, no tienen nada más que hacer que pensar.

Pues bien, lo presentado desde la línea 8 hasta la línea 18 fueron los fragmentos correspondientes a la secuencia donde Ricardo, uno de los comediantes, relató una anécdota en referencia al primo con discapacidad visual que tiene su enamorada. En sí, se presentaron los fragmentos más

resaltantes en función a la composición y la presencia de estereotipos. En la línea 10 se presentó el juego de palabras y el remate que se construyó en base a la burla por la condición visual de la persona. Luego, en la línea 11, Ricardo resaltó la capacidad de memoria de una persona con discapacidad visual y Jorge (línea 12) elaboró el *punch* en función a la burla de su condición visual, concentrándose en el estereotipo de que las personas con discapacidad visual solo deben enfocarse en pensar.

13. Ricardo: Sí, había una parejita de ciegos que estaba en unos arrumacos.
14. Jorge: ¿Ah sí?
15. Ricardo: Sí, huevón, como si nadie los viera (risas)
16. Jorge: (...) Hermano... yo no me quiero meter con esos temas, prefiero hacerme de la vista gorda (risas)

Respecto a las líneas 13 – 16, los remates se construyeron en base a locuciones coloquiales como “como si nadie los viera” y “hacerme de la vista gorda”. Así, se aludió a la condición de no poder ver de las personas con discapacidad visual como generador de risas y/o reacciones afiliativas. Ahora, bajo la clasificación de categorías en el humor verbal, los enunciados pueden catalogarse como frases, ya que el significado semántico de estas unidades léxicas está en relación con el enunciado completo (Dynel, 2009, p. 1286).

17. Jorge: (...) Qué pendejo, ahora si yo soy el huevón que los está guiando para ir al baño, yo por divertirme me metería al baño de mujeres (risas), así sean iguales los baños, simplemente yo saber que estoy haciendo eso me divertiría mucho (risas).
18. Ricardo: Y si las chicas se tapan, dices que está ciego (risas).

En el último fragmento presentado perteneciente al video “Ciegos y el mensaje misio”, Jorge tomó el lugar de Ricardo, el cual previamente ha mencionado que él ayudó al primo de su enamorada a ir al baño, y planteó un constructo humorístico bajo la categoría *putdowns*. En esta, se desarrollaron comentarios que fueron despectivos, los cuales se basaron en técnicas como el ridículo, la burla o el sarcasmo (Dyner, 2009, Billig, 2005). En las líneas 17 y 18, se denigró al sujeto vulnerable que, en este caso, fueron las personas con discapacidad visual, a través de una expresión que evidencia que solo por diversión, Jorge abusaría de la limitación visual de una persona que no puede ver y haría que ingrese al baño de mujeres solo para generar confusión en él y en las personas de alrededor.

Pues bien, de acuerdo con los estereotipos utilizados con relación a las personas con discapacidad visual, los constructos humorísticos en referencia a ellos se han enfocado en las limitaciones de su condición, omitiendo así las potencialidades (Perujo, 2002 – Díaz, 2019). A partir de estos, se han elaborado expresiones despectivas, las cuales han girado en torno a técnicas como el ridículo y la burla. Hugo Aguirre, nuestro entrevistado, mencionó que el humor en Perú ha abordado históricamente temas como la discapacidad, destacándose por su enfoque crítico y satírico. Este tipo de humor se refleja en programas contemporáneos como “Risas y Salsa” y “Pataclaún”. La sección sobre “Ciegos y el mensaje misio” es un ejemplo de cómo el programa continúa esta tradición, abordando la discapacidad visual con un enfoque humorístico que invita a la reflexión.

De esta manera, el programa logra mantener la relevancia y la crítica social inherente al humor peruano, adaptándose a las nuevas demandas del público. Ana Lucía Mosquera mencionó que el éxito de programas como “HH” puede entenderse como una manifestación de una dinámica de poder donde el humor se utiliza para humillar a otros de manera encubierta. La sección “Ciegos y

el mensaje misio” ejemplifica esta dinámica, utilizando la discapacidad visual como objeto de burla y reflejando una falta de responsabilidad ética en el tratamiento de temas sensibles. Así, el programa no solo perpetúa estereotipos negativos, sino que también refleja aspectos negativos de la sociedad peruana, en lugar de contribuir positivamente al género humorístico.

“Mi amigo el loco y Cállate estúpida”

1. Jorge: (...) Tenía un causa que era loco pues... tenía principios muy leves, luego nos enteramos, de autismo, pero tú lo veías y el huevón era un huevón, como que tú lo ves y es normal, solo que simplemente era raro, no tenía nada extraño, pero era raro, le llegaba al pincho la clase.

En el fragmento presentado, a través del relato de una anécdota de Jorge, la temática principal giró en torno al autismo, debido a que narró el comportamiento de un compañero del colegio que tiene autismo. Bajo la premisa citada, Jorge realizó una analogía entre una persona desequilibrada y una persona con autismo, a su vez, añadió el término “raro” para referirse de manera despectiva y segregacionista. Así, se diferenció a la persona con autismo del resto de la clase. En este fragmento, la técnica que resaltó es el estereotipo, la cual se evidenció en el modo en que se refiere a la persona con autismo.

2. Jorge: Cómo te dabas cuenta, porque todas las carpetas eran de dos y este huevón se sentaba en una carpeta atrás solo y toda la clase se la pasaba dormido → actúa que está apoyado sobre la carpeta y recuesta su cabeza.

3. Jorge: Y el huevón dormía siempre y los profesores al principio de año le decían: “oye alumno” y él “sí” → con voz firme y alta (risas) ... pero estaba medio loco mi causa, mi causa estaba medio rayado, estaba quemado del cerebro.
4. Jorge: (...) A uno de mis patas se le ocurrió el error de decirle “Oye loco despierta” y el huevón como todo loco se paró y le sacó la conchesumare (risas), la conchesumare y puta, desde ahí mi pata se cagó, le decíamos oye despierta al loco, despierta al loco (risas).
5. Jorge: (...) Pero a veces hacía la de, esta sí me cagaba, déjame decirte, salón... el huevón estaba al fondo, ahí estaba la pizarra, fila de carpetas de dos, de dos, la pizarra, la puerta y Serf estaba aquí al último, jateando como siempre, lo entregaba todo → actúa que está apoyado sobre la carpeta y recuesta su cabeza, luego levanta la cara sorprendida (risas).

Ahora bien, desde la línea 2 hasta la línea 5 se presentaron expresiones que tienen a la narrativa no verbal como modo complementario de comunicación. Así, desde los gestos, movimientos corporales y manejo de la voz, la *performance* física de Jorge comunica la construcción del estereotipo a partir del comportamiento de una persona con autismo.

Básicamente, en todas las líneas Jorge narró el comportamiento de su amigo en el salón, ya sea durmiendo o agrediendo físicamente a otro compañero. A eso, se suma la actuación caricaturesca, la cual desde la línea 3 hasta la línea 5 se ubicó en el momento del *punchline*. Además, la repetición de los gestos línea tras línea hizo que el espectador perciba estos movimientos como un código humorístico, por lo que desde la línea 3 hasta la línea 5 fueron los gestos los que generaron las risas y los aplausos en el público.

En cuanto al modo de referirse a la persona con autismo, Jorge continuó focalizando la discapacidad del desarrollo (los trastornos del espectro autista) en relación a los estereotipos de locura con expresiones como “medio loco”, “medio rayado”, “quemado del cerebro” y “como todo loco”. Adicionalmente, cabe hacer mención de que la lisura “huevón” es un término constante en el contenido verbal de ambos comediantes a lo largo de sus videos, en el presente fragmento se refirió a la persona con autismo como “huevón”, sin embargo, bajo el contexto de informalidad y conversación entre amigos, se ha entendido que el uso no es denotativo y, más bien, ha servido para intensificar la experiencia del hablante (Seizer, 2011, p. 214).

6. Jorge: (...) Y de la nada (actúa como si su compañero le tocara el hombro), yo estaba sentado (gira su cuerpo) y el loco era una huevadaza (gira y lo ve asustado)
7. Jorge: → Imita la voz de su compañero: ¿Quieres que te enseñe algo? (risas)
8. Ricardo: → hace gestos sexuales con la mano, como si su compañero le hubiera enseñado su miembro viril (risas).
9. Jorge: → mueve la cabeza, diciendo que no
10. Jorge: ¿qué cosa?
11. Jorge: Imita la voz de su compañero: ¿Quieres comer pan con pollo gratis?
12. Jorge: → gira su cuerpo, rostro asustado
13. Jorge: Ya pes huevón
14. Ricardo: → hace gestos sexuales con la boca, como si su compañero le hubiera realizado sexo oral (risas)

En el fragmento que transcurre desde la línea 6 hasta la línea 14, la anécdota transcurrió bajo la técnica de alusión sexual y el estereotipo. En sí, la narrativa no verbal, a través de los gestos del

rostro y los movimientos del cuerpo, guiaron el humor de este extracto. Como se mencionó en el análisis de la narrativa no verbal, el comportamiento estereotipado de una persona con autismo es reforzado, a través de expresiones que parten de las alteraciones bioquímicas que limita el comportamiento con los demás (Perujo, 2002, p. 114; Díaz, 2019, p. 6). Bajo este precepto, Ricardo imita y ridiculiza la conducta sexual de una persona con autismo, a través de gestos y movimientos relacionados al exhibicionismo y el acto sexual, con el fin de generar la risa y los aplausos en el público.

Hugo Aguirre argumentó que el humor negro y la transgresión han sido características constantes del humor peruano, influenciando tanto a figuras históricas como a comediantes actuales. Este estilo se observa en la manera en que “HH” trata temas de salud mental. Las secciones como “Mi amigo el loco” y “Cállate estúpida” reflejan esta tradición, utilizando la sátira para abordar la salud mental y sus estereotipos. Así, el programa mantiene una continuidad en la estrategia humorística, adaptada a los nuevos formatos y plataformas, permitiendo una reflexión crítica sobre temas de salud mental.

Según Ana Lucía Mosquera, el humor en “HH” suele tratar temas sensibles de manera ofensiva y violenta, reflejando una falta de profundidad y reflexión. Las secciones como esta abordan la salud mental de manera superficial y a menudo ofensiva, utilizando el humor negro para generar impacto sin considerar la responsabilidad ética. Así, el programa mantiene una tendencia hacia la humillación y la falta de reflexión en la comedia peruana, reflejando y perpetuando estereotipos negativos en la sociedad.

“Vino a vernos una ciega”

1. Mario (miembro de producción): Hermano, aquí hay un caso sorprendente, ha venido una fan a ver el show, pero ella no puede ver.

En los fragmentos analizados del video “Vino a vernos una ciega”, el humor verbal se desarrolló en la secuencia de interacción “Personajes pintorescos del público”. La temática que se abordó, como lo indica el título del video, fue la discapacidad visual, pero, a diferencia de los extractos del primer video, los contenidos partieron de la interacción con un miembro del público, quien tiene discapacidad visual y entabla una conversación con los comediantes. Como se pudo observar, un miembro de producción presentó a la participante a los comediantes, a través de un juego de palabras “ha venido a ver” y “no puede ver”, adelantando así que la limitación visual sería el centro de la conversación.

2. Ricardo: (...) Este aplauso va de antes, porque tú sabes a lo que has venido.
3. Lourdes: Sí (risas)
4. Ricardo: O sea, lo tenías previsto. (risas)
5. Ricardo: (...) ¿Ah, o sea un día te levantaste y así? → abre y cierra los ojos (risas)
6. Jorge: ¿Por qué no amanece? (risas)

Posterior al saludo entre los comediantes y la participante del público, Ricardo le advirtió que desarrollarían bromas en relación con ella. Conociendo la línea humorística y la mayoría de temáticas que abordan en “HH”, se anticipó que girarían alrededor de la discapacidad visual. En la línea 4, Ricardo desarrolló un juego de palabras a través de la técnica humorística conocida como *witticisms*, la cual hace referencia a las unidades verbales ingeniosas y humorísticas que

surgen en medio de un intercambio conversacional (Norrick, 2003 en Dynel, 2009). Esta técnica está ligada a la capacidad de improvisación, y se encuentra presente en una conversación interactiva que surge con un miembro del público. El discurso de nuestra entrevistada también apoya la idea de que el humor no debe ser un escudo, manifestando lo siguiente: "Sí creo que el humor no debería ser un escudo protector para decir lo que a las personas se les antoje simplemente porque si a todo el mundo le da risa debería ser chistoso" (Pregunta 5).

En cuestión de la narrativa no verbal, en la línea 5 se complementó la expresión referida al momento en el que la participante percibe que había perdido la visión completa, mediante los gestos faciales exagerados en los que Ricardo cierra y abre los ojos, lo cual provocó la risa de los asistentes. Además, en la línea 6, se percibió el uso de la metáfora como recurso de construcción humorística para presentar el momento de pérdida de visión con la expresión "¿Por qué no amanece?". Así, cuando Jorge menciona esta pregunta, el lenguaje audiovisual refuerza lo mencionado, a través de la iluminación total del escenario con tonos rojos, lo cual, bajo la propuesta de "HH" representa una expresión con alto humor negro. Asimismo, se realiza un juego de cámaras, alternando los planos del escenario, el público, la participante y la zona de producción.

7. Ricardo: (...) Y, ¿te gusta el programa?, o sea eres fanática y por eso has venido.
8. Lourdes: Sí, los veo siempre. (risas)
9. Lourdes: (...) Hasta la vista, chicos (risas)
10. Ricardo. Que buena, putamare, de verdad Mario, de verdad, qué buen ojo.

Con relación a las líneas 7, 8, 9 y 10, la participante del público se involucró en la interacción, participando con expresiones humorísticas que se basan en los juegos de palabras. Así, recibió las risas y los aplausos del público y de los comediantes. No obstante, a pesar de que la secuencia de

interacción fue recibida de manera afiliativa por la participante y no generó algún tipo de conflicto en ella, cabe mencionar que los contenidos humorísticos son decodificados por cada persona de manera particular, ya que el humor posee una naturaleza paradójica. En realidad, no todas las personas encuentran las mismas cosas graciosas, lo que puede unir a las personas por placer también puede excluir a ciertos grupos sociales con condiciones de vulnerabilidad (Billig, 2005, p. 180).

“Chico trans viene al show”

1. Ricardo: (...) ¿Tiene 30 años?
2. Jorge: Qué mierda va a tener 30 esta huevadita
3. Jorge: (...) → Toma el DNI de Gasper y se lo muestra a Ricardo, ambos lo ven sorprendidos
4. Ricardo: Putamare, que locura, huevón, ahora tiene sentido, ya me di cuenta.

En los extractos de “Chico trans viene al show”, las expresiones humorísticas giraron alrededor de la identidad de género trans como motivo de risa. Al igual que el video anterior, el contenido se desarrolló dentro de secuencias de interacción como “Personajes pintorescos del público”, “Emprende estafadores” y un sorteo que se realiza al final del show. Así, los comediantes desarrollaron una conversación con un miembro del público, que, en este caso, se llamó Gasper. El participante se encontraba sentado en primera fila y llamó la atención de los comediantes por su apariencia juvenil. Así, surgiría la dinámica de interacción.

En las líneas 1 y 2, ambos comediantes cuestionaron la edad de Gasper y Jorge lo denominaron “huevadita” por su tamaño y aspecto joven. Posterior a ello, le pidieron su DNI y Gasper accedió. Ambos lo observaron de manera sorprendida y Ricardo mencionó que ahora todo tiene sentido,

debido al sexo que se indica en el DNI. Así, comprendieron que el tamaño y la apariencia de Gasper correspondían al sexo biológico y que Gasper tiene una identidad de género trans.

5. Jorge: Hemos aprendido una lección, pe.... Mira, la gente no entiende ni mierda lo que está pasando... yo no sé cómo decirlo tampoco, cómo podemos hacer (...)
Oe Richavo cuenta pues, si no, esto no sale, Gasper ha venido para salir (risas)
6. Ricardo: (...) No, no, no es eso, si no que Gasper en su DNI no se llama Gasper
7. Jorge: ¿Cómo se llama Richavo?
8. Ricardo: No, ese nombre ya no existe y sí tiene 30 años, bueno, 30 años de vida, quizá Gasper es más joven (risas)
9. Ricardo: Pero, es que no sé cómo, porque tengo muchos chistes en mi corazón → se toca el corazón con la mano.
10. Ricardo: (...) Tengo un saco acá (se coge la barriga con las manos), que lo he amarrado con una soga de cuero, nunca lo podré abrir, voy a llegar a mi casa a contárselos a mi novia (...) le voy a decir ponte ahí (señala al público)
11. Jorge: dame tu DNI (risas)
12. Ricardo: dame tu DNI, escóndete el pelo (risas)

En las líneas 5 y 8, los comediantes desarrollaron las expresiones conversacionales a partir de la técnica del sarcasmo. Por un lado, mencionaron que el participante fue al show para salir, haciendo referencia a la expresión “salir del clóset”, la cual se utiliza cuando una persona revela públicamente su orientación sexual o identidad de género. Y, por otro lado, Ricardo mencionó que quizá Gasper sería más joven en referencia a la edad que señala el DNI, debido a la identidad trans del participante. En general, el contenido del humor verbal resaltó la identidad de género de Gasper

constantemente, denotando que la construcción de la identidad trans es un motivo de risa. Así, el público y los comediantes respondieron con risas y aplausos frente a contenidos que poseen como víctima a poblaciones vulnerables como la comunidad trans.

Ahora, desde la línea 9 hasta la línea 12, se construyó una expectativa por los chistes que estuvo elaborando Ricardo en relación a la identidad trans de Gasper. A través de los gestos en su rostro y con los movimientos de las manos, mostraba la desesperación que tenía por contar los chistes al público. Y, en la línea 12 expresó los chistes y comparó a su enamorada con Gasper, por el hecho de que ambas son mujeres por el sexo biológico, y focaliza la burla hacia un hombre transgénero en función a la característica del cabello largo. Así, se hace uso del estereotipo y el prejuicio hacia las personas trans por las características físicas que las asocian con su sexo biológico. Ahora, el lenguaje audiovisual también complementó el *punchline*, a través de la iluminación completa en tonos rojos y la animación colocada en la pantalla con el mensaje “te excediste”, el cual comunica un alto humor negro según su propuesta.

13. Ricardo: Si quieres hacer, reparar tu computadora, repotenciar tu computadora, si tienes algún problema con tu máquina, ya sabes, soporte técnico Gallegos, especialistas en cambio de hardware. (risas, aplausos)

14. Jorge: (...) Delgadita, pero es más anchita, dos cuerpos (risas)

15. Jorge: (...) Me parece como que escondes muchas cosas.

16. Jorge: (...) Ganaste para dos personas, o sea él y uno más (risas), o sea no son...
(risas)

La interacción con Gasper continúa en dos secciones más, “Emprende Estafadores” y un sorteo que realizan con los miembros del público que interactuaron con los comediantes a lo largo del show. En la línea 13, la cual corresponde a un extracto de “Emprende estafadores”, Gasper presenta

su emprendimiento y Ricardo lo promociona, haciendo uso de una metáfora con la expresión “cambio de hardware”, la cual connota la identidad de género trans de Gasper. Así, se generan las risas y los aplausos del público asistente.

El humor transgresor tiene profundas raíces en Perú, influenciado por figuras históricas como Augusto Ferrando. Hugo Aguirre nos expresa que Ferrando popularizó un estilo de humor negro y sarcástico que sigue siendo una influencia significativa en los comediantes actuales. En “HH”, este estilo se observa claramente en la manera en que se abordan temas de identidad de género, utilizando la sátira para desafiar normas sociales. De esta manera, la continuidad del humor transgresor se adapta a los nuevos formatos y plataformas, reflejando la evolución de la sociedad peruana en temas de género.

En su entrevista, Ana Lucía Mosquera resaltó que el humor no debería ser un pretexto para justificar discursos de odio o ridiculización de personas. Esto es especialmente relevante cuando se abordan temas de identidad de género. La sección “Chico trans viene al show” utiliza el humor para tratar temas de género de manera polémica y a menudo ofensiva, reflejando una falta de límites éticos en la comedia. De esta manera, aunque el programa pueda generar impacto, también perpetúa estereotipos dañinos y contribuye a la discriminación de grupos vulnerables.

“Nos canta con labio leporino”

1. Jorge (lee): Tengo labio leporino y puedo cantar (risas)
2. Jorge: Puedo pedir un poco de respeto, no, un poquito de respeto por favor
3. Ricardo: Es un chiste recurrente en Hablando Huevadas
4. Jorge: No, entiendo sus chistes, pero un poquito de respeto.

Los siguientes fragmentos pertenecen al video “Nos canta con labio leporino”, el cual inicia con la sección llamada “Papelitos”, en el que los comediantes leen los mensajes que dejaron los miembros del público en papeles. Así, Jorge inicia leyendo el comentario de Rafaela, una persona con labio leporino. Adicionalmente, cabe resaltar que, estos extractos difieren en contenido y enfoque sobre la temática de labio leporino, en comparación a los extractos de los videos anteriormente analizados. Básicamente, no se desarrollan comentarios humorísticos en función a las categorías y técnicas del humor verbal, debido a la naturaleza de la interacción que desarrollan con Rafaela. En sí, la participante narra un mensaje inspirador a los niños que tienen labio leporino y, de esa manera, se enfoca la temática desde una perspectiva emocional, donde se hace referencia a la inspiración emocional y la solidaridad (Perujo, 2002, p. 114; Díaz, 2019, p. 6).

5. Ricardo: (...) Putamare, qué lindo... nosotros hemos sido esos niños que hacen bullying, debo aceptarlo.
6. Jorge: (...) Rafaela, antes que te vayas... nosotros hemos hecho chistes acá de ciegos, de cojos, de muchas cosas, entre ellas, labio leporino también hemos tocado... tú, de corazón, la verdad, dinos la verdad, sin joder... cuando tú has visto el programa por alguna razón x, porque nos quieres mucho y te has topado ahí con algún chiste de labio leporino, ¿cómo has reaccionado?
7. Ricardo: ¿alguna vez te ha molestado de nuestra parte eso?
8. Rafaela: No, si no, no estaría aquí y no sería parte de su público. (aplausos)
9. Jorge: Muchas veces pasa esa mierda ... con la amiga Lourdes, la amiga con problemas de la vista pasó lo mismo, la huevona disfrutó un culo todos los chistes que le hicimos, por qué chucha tú tienes que arañarte, estás comentando “cómo van a hacer esos chistes”, cállate la puta boca.

10. Ricardo: Oe tú ni tienes oe, no jodas

11. Jorge: Por las huevas

Posterior al mensaje positivo de Rafaela y su canto, por el cual recibe los aplausos y elogios de los comediantes, Ricardo menciona (línea 5) que ellos han sido los niños que hacían bullying a los niños con labio leporino, utilizando un tono coloquial que genera la risa de los asistentes. A través de Rafaela, los comediantes buscan interpelar a las personas que critican su tipo de humor (líneas 6-11). Jorge indaga si algún comentario dicho en los videos de “HH” ha incomodado a Rafaela. Ella menciona que no, y tanto Jorge como Ricardo enfrentan a los críticos con lisuras, tomando las palabras de Rafaela como representativas de todas las personas con labio leporino. En la última línea, Ricardo indica que, si uno no pertenece a un grupo social vulnerable, no se puede emitir ninguna crítica relacionada a su humor particular.

Las quejas oficiales hacia “HH” suelen provenir de grupos moralistas que consideran inaceptable el uso de ciertos temas en el humor. Sin embargo, la audiencia fiel de este canal no se ve afectada por estas críticas y continúa apoyando a los comediantes.

En el análisis del humor peruano y su evolución en los medios contemporáneos, es crucial examinar cómo ciertos programas abordan temas sensibles. Ana Lucía Mosquera destaca que el humor peruano a menudo se basa en la humillación y la burla hacia los demás, reflejando estereotipos negativos y características despectivas. Este tipo de humor, que degrada en lugar de construir, se observa en varias secciones de “HH”. La sección “Nos canta con labio leporino” ejemplifica esta tendencia al usar la discapacidad como objeto de burla. Este enfoque no solo carece de responsabilidad ética, sino que también perpetúa estereotipos dañinos.

En conclusión, mientras que el humor puede ser una herramienta poderosa para la crítica social y la reflexión, es fundamental que los comediantes y creadores de contenido consideren la responsabilidad ética de sus representaciones. La perpetuación de estereotipos negativos, como se observa en ciertos segmentos de “HH”, subraya la necesidad de un enfoque más consciente y respetuoso hacia temas sensibles, con el fin de evitar la normalización de actitudes despectivas y discriminatorias.

Jorgito viaja al Perú – Uruguay

1. Jorge: (...) Sí, sí, parece que está en el mundial, no estoy muy al tanto (...) no lo he seguido, no sé quiénes son sus estrellas, quiénes son los diferentes. (risas, aplausos, silbidos)
2. Jorge: → Gestos de no con la mano
3. Ricardo: No, no, no
4. Jorge: No, no, no
5. Ricardo: Lo que más me ha llegado es que no entendieron el chiste, como que llegó con retraso. (risas, aplausos)
6. Ricardo: (...) Tienen la misma cantidad de hinchada que el fútbol de síndrome de Down, déjame decirte, por favor. (risas, aplausos)

Los extractos presentados pertenecen al video “Jorgito viaja al Perú – Uruguay”, en el que la temática gira en torno a las personas con síndrome de Down. El tema surge a raíz de los comentarios que emite Jorge sobre la selección nacional de futsal Down. Los contenidos, que se

enmarcan dentro de la categoría conversacional y los chistes, se construyen a partir de técnicas como el sarcasmo y el estereotipo. En la línea 1, Jorge realiza una analogía entre el término “diferentes” y los miembros de la selección nacional de fútbol Down. Y, en la línea 5, Ricardo hace uso de la expresión “llegó con retraso” para referirse al chiste previo de Jorge. En sí, se construyen las expresiones sarcásticas y de burla en función a los prejuicios y los estereotipos sobre personas con síndrome de Down acerca del desarrollo intelectual.

En la línea 6, Ricardo compara la hinchada de la selección nacional de fútbol Down con los fanáticos de un equipo de fútbol peruano, haciendo referencia a la escasa cantidad de seguidores. En cuanto al lenguaje audiovisual, al igual que en los fragmentos analizados anteriormente, se percibe una iluminación en tonos rojos y el uso de efectos sonoros de platillos como señales de exceso en el humor. Sin embargo, a diferencia de las reacciones del público en los videos anteriores, las reacciones ante lo dicho en la línea 1 incluyeron risas y aplausos, pero también silbidos que expresaban respuestas desafiliativas.

Nuestra entrevistada comparte su punto de vista, manifestando su incomodidad con este tipo de humor y dando sus razones: "Yo personalmente no creo que sea un humor inteligente y creo que ya han tenido varios episodios en los que han utilizado el humor para hablar de cosas bastante graves como agresiones sexuales, temas de racismo, temas de género, que en realidad sí son temas que si no los dominas no deberías tocarlos" (Pregunta 4).

“Nos hicimos un test del autismo”

1. Jorge: El día que salga a decir algo la SUNAT, yo tengo mis cartas trampa → hace un gesto con las manos, fingiendo que arroja cartas en la mesa
2. Ricardo: A este niño lo ayudé → hace un gesto con las manos, fingiendo que arroja cartas en la mesa

3. Jorge: Ah, que los niños pobres, conchatumare, (...) hijo de puta, tengo seis, huevón, aquí está → hace un gesto con las manos, fingiendo que arroja cartas en la mesa
4. Ricardo: Vas a ver un culo de chibolos en la fiscalía, huevón, con su brazo biónico, con su pierna → mueve los brazos
5. Jorge: Claro, la única diferencia (risas)
6. Jorge: ¿Te ayudamos o no chibolo? → sube un brazo y levanta el dedo pulgar (risas, aplausos)

El fragmento presentado corresponde al video titulado “Nos hicimos un test de autismo”. En este, la temática gira en torno a las personas con autismo, similar a los fragmentos analizados del video “Mi amigo el loco y cállate estúpida”. No obstante, desde la línea 1 hasta la línea 6, Jorge y Ricardo emiten comentarios relacionados con la ayuda caritativa que realizan. En estas expresiones (línea 4), Ricardo hace un comentario burlón sobre los niños con prótesis. Básicamente, construye un chiste en función del ridículo y lo caricaturesco de los términos “con su brazo biónico” y “con su pierna biónica”, así como de los movimientos que realizan con los brazos. Ante esto, el público responde con risas y aplausos, los cuales son capturados desde un plano general.

La libertad en el humor es un concepto subjetivo y relativo, que depende de la percepción individual. Hugo David Aguirre Castañeda sugiere que, mientras algunos pueden sentirse agredidos por ciertos tipos de humor, otros pueden optar por no consumir dicho contenido, evitando así cualquier sensación de ofensa. Además, Aguirre menciona que la censura es perjudicial y que el humor puede fomentar tolerancia y consensos que no serían posibles en un contexto más serio, apoyando la idea de mantener un espacio libre para la expresión humorística.

En resumen, la libertad en el humor es fundamental para el enriquecimiento cultural y la promoción del diálogo. Aunque la percepción del humor puede variar entre individuos, es crucial mantener un entorno en el que esta expresión pueda florecer sin restricciones excesivas, permitiendo que el humor cumpla su papel en la promoción de la tolerancia y el entendimiento mutuo.

7. Jorge: (...) He descubierto hoy día, mediante un test, que soy autista (risas y aplausos)
8. Jorge: No estoy mintiendo
9. Ricardo: ¿por qué aplauden?
10. Jorge: No aplaudan, les agradezco el apoyo, pero... lo he descubierto hoy día, señor, (aplausos) ellos riéndose.
11. Ricardo: Bueno, ¿lo contamos?
12. Jorge: Por culpa de este imbécil (a Ricardo)
13. Ricardo: No, no, a mí no me digas imbécil (risas) ... a mí no me digas imbécil
14. Jorge: Perdón, ya no tengo la autoridad moral para decir eso

En la secuencia de narración de anécdotas, Jorge introduce la temática del autismo, indicando que él es una persona autista. A partir de ahí, la conversación entre ambos comediantes se desarrolla en función de los estereotipos que refuerzan los prejuicios hacia la comunidad con autismo. Después de las palabras de Jorge (línea 7), se introduce una melodía con expresión de lástima y nostalgia, acompañada de las risas y los aplausos del público.

En las líneas 12-14, Jorge llamó “imbécil” a Ricardo, quien respondió señalando que ya no puede usar ese término. Jorge reveló que tiene autismo, lo cual le impidió referirse así a otra persona. Jorge relacionó este término con el estereotipo asociado a personas con autismo y sus características bioquímicas. En la línea 14, explicó que, al identificarse como autista, siente que ha perdido la autoridad moral para usar dicha palabra.

15. Ricardo: (...) Bueno, la cuestión es que el otro día, estoy, tú sabes que los celulares te escuchan, otra vez estaba discutiendo con unas personas que me quiero hacer el test de autismo y tiktok, primer video, “Descubre si tienes autismo” y yo qué... también sobre eso, no puede ser huevón... entonces salió un chico que tiene autismo que dice que hay un test en internet, que se llama RAADS – R, creo, algo así.
16. Jorge: No, no puedo decírtelo yo (risas)
17. Ricardo: No lo recuerdas tranquilo...
18. Jorge: (...) Ya ni vayas porque yo te estoy confirmando que sí (risas), esto te dice el test, de 65 a 90, cholo, me quedan dudas
19. Ricardo: No, si sacas 200 se cierra el test (risas)
20. Jorge: Salen tres estrellas y sale lo lograste.

En cuanto a las expresiones vertidas sobre el autismo, los comediantes desinformaron acerca de la evaluación y diagnóstico de esta condición (líneas 15, 18, 19 y 20). Ricardo mencionó que descubrió que tenía autismo a través de un test en Internet. Además, se burlaron y cuestionaron su capacidad intelectual (líneas 16-17), haciendo referencia a la falta de memoria en las personas con autismo.

21. Jorge: (...) Yo, luego de todas las respuestas que pude responder, algunas no pude (risas), mi nivel probable de tener autismo es de 110 (risas)
22. Ricardo: Me ganaste (risas)
23. Jorge: Te gané...no sé si estoy contento de haberte ganado (risas)
24. Sí, es normal que no sepas bien tus emociones (risas)

Acercas de la evaluación y el diagnóstico del autismo mediante un test en Internet, ambos comediantes indicaron que existe una serie de niveles que clasifica el grado de autismo que uno puede tener (líneas 18,19 y 21). Además, continuaron desarrollando chistes en función a los estereotipos que juzgan de manera negativa a las personas con autismo, como el desarrollo cognitivo (línea 21) y el desarrollo emocional (línea 24). Asimismo, cabe mencionar que todas las respuestas frente a los chistes presentados en los extractos fueron afiliativas, tales como la risa y los aplausos.

La libertad en el humor es un aspecto fundamental que permite explorar diversos temas, como argumenta Hugo Aguirre. Él sostiene que el humor debe tener la libertad de tratar temas sensibles, siempre y cuando no se imponga una visión moral restrictiva. En “HH”, la realización de un test de autismo es un ejemplo de cómo se puede abordar un tema serio de manera humorística, permitiendo una discusión abierta y relajada.

El programa logra equilibrar la sensibilidad del tema con la necesidad de mantener la libertad humorística, fomentando un diálogo abierto sobre el autismo. Sin embargo, Ana Lucía Mosquera argumenta que burlarse de características que definen la identidad de una persona, como su discapacidad, perpetúa discursos dañinos y estereotipos en la sociedad. Este principio se aplica al tratamiento de temas como el autismo.

En el segmento “Nos hicimos un test de autismo”, el programa utilizó la condición del autismo como tema de humor, lo cual puede ser interpretado como una forma de denigración y falta de respeto hacia personas con esta condición. Así, el programa contribuye a la normalización de actitudes despectivas y a la perpetuación de prejuicios en lugar de promover una comprensión más inclusiva y reflexiva.

4.2. Análisis de la narrativa no verbal de “Hablando Huevadas”

En cuanto a la narrativa no verbal, la cual se ha enfocado en la performance física de ambos comediantes que lideran “HH”, Jorge Luna y Ricardo Mendoza, los signos gestuales y la entonación de la voz han aportado en la estructura narrativa y han participado de manera complementaria y, en ocasiones, estos rasgos han tomado el lugar de los remates o *punchline* verbales.

De esta manera, los signos gestuales del rostro y los movimientos del cuerpo se han desarrollado en función a la imitación caricaturesca de los protagonistas de las anécdotas que Jorge y Ricardo relatan en la estructura conversacional. Además, también se generan reacciones frente a las secciones de interacción e improvisación que tienen con los miembros del público, en el caso de los fragmentos analizados las interacciones se desarrollan con una persona con discapacidad visual y una persona trans.

En referencia a la entonación de la voz, en todas las secuencias analizadas, la voz ha mantenido un estilo coloquial, el cual se ha desarrollado en medio de una conversación entre los dos comediantes y en fragmentos de imitación de las anécdotas que relatan, como es el caso de “Mi amigo el loco y cállate estúpida”, en el cual Jorge narra la anécdota de un amigo que tiene trastorno del espectro autista. En ese sentido, el modo coloquial de comunicación, el cual hace uso de lisuras a lo largo del contenido humorístico, transmite la cercanía e intimidad de una conversación entre

dos amigos, la cual mezcla el sentido de “chacota” y picardía, lo que Peirano llama “ser criollo”: “se pasa sin sujetarse a principios morales clásicos o al ordenamiento legal, (...) ser criollo equivale a ser pícaro, gracioso, simpático, cautivador (1984, p. 60).

En cuestión de la intensidad de la voz, en el relato de las anécdotas, propio de la fluidez de una conversación, se mantiene un volumen intermedio y una entonación mantenida. Sin embargo, frente a las respuestas afiliativas del público o la participación del equipo de producción de “HH” a través de la iluminación y el mensaje de “Alto humor negro”, los comediantes se ven reforzados por la aceptación del contenido humorístico. Por tanto, se percibe un volumen alto y una entonación exclamativa en la voz en los momentos específicos de las reacciones propias de ellos ante el contenido humorístico del otro, la presencia de los remates o *punchline* y el uso de lisuras. En suma, tal como menciona Victor Vich con relación a los recursos y los códigos sociales con los que cuentan los cómicos ambulantes, se puede hacer uso de los estereotipos socioculturales para conectar con las grandes masas de los sectores populares (2001, p. 46). En relación a “HH”, la gestualidad y la voz se desarrollan en sintonía a lo que los comediantes dicen. En el proceso de identificación del contenido humorístico construido en base al ridículo de las minorías, los comediantes personifican a una persona autista en el fragmento de “Mi amigo el loco y cállate estúpida” a través de gestos y sonidos exagerados que resaltan síntomas como retraso en las destrezas del lenguaje, movimiento y/o cognitivas.

En sí, en este fragmento, se resaltan los códigos gestuales, debido a que generan la risa y los aplausos en el público únicamente con el gesto de cómo se dormía y despertaba la persona con autismo en el colegio, la reacción que tenía cuando interrumpía a un profesor y los gestos sexuales que realiza Ricardo Mendoza connotando términos como sexo oral o el exhibicionismo del miembro sexual de la persona con autismo a un compañero.

4.3. Análisis audiovisual de “Hablando Huevadas”

A lo largo de los fragmentos humorísticos analizados, los cuales comprenden emisiones publicadas en el año 2019, 2021 y 2022, se evidencia el proceso evolutivo del componente audiovisual. Si uno se remonta al segundo episodio de “HH”, titulado “Ciegos y el mensaje misio”, se observa una carencia de una propuesta audiovisual: la cámara mantiene un mismo plano medio a lo largo de toda la secuencia analizada y no se evidencia el uso del sonido a través de los efectos sonoros y la música. En sí, a pesar de hacer uso de la imagen, los recursos visuales se encuentran disociados de la estructura del humor verbal, específicamente del montaje y *punch* de los chistes (Dyner, 2009 p. 1285). En este fragmento en particular, la estructura audiovisual se adecúa al formato del *vodcasting* y se predomina el contenido verbal a través de la oralidad.

Figura 3: “Ciegos y el mensaje misio”



Luego del episodio mencionado, así como se cambia de espacio físico, un nuevo recurso surge en escena: las presentaciones en vivo. A partir de ello, la estructura se adecúa al formato *stand-up*

comedy, el cual se ve potenciado por la presencia de público en vivo. Así, los planos visuales incluyen al público dentro de los encuadres generales en los momentos específicos en los cuales reaccionan ante un contenido humorístico. De esa forma, se observan las risas y los aplausos, los cuales funcionan como respuestas afiliativas y poseen influencia en las categorías del humor verbal, llegando así a transformarlas a medida que se desarrolla la *performance* (Rutter, 1997, p. 290).

A partir del video “Mi amigo el Loco y cállate estúpida”, la propuesta de los planos presenta a los comediantes y a la audiencia dentro del espacio humorístico. En esa línea, se alternan planos generales, que presentan a los comediantes en el escenario y al público, planos conjuntos y planos medios en los fragmentos humorísticos e interacciones. Así, la elección de los planos empieza a describir el espacio, exhibir a los comediantes y al público y participar de forma activa en los fragmentos de chistes e interacción.

En ese sentido, la elección de los planos contribuye a la identificación de las secuencias, ya que se percibe un patrón a lo largo de los fragmentos de los videos analizados. Además, los planos también cumplen una función narrativa (Bedoya y León, p. 37), en cuanto que los planos medios comunican los movimientos corporales de los comediantes y las expresiones del rostro, los cuales forman parte de la *performance*.

Figura 4: “Mi amigo el Loco y cállate estúpida”



Figura 5: “Vino a vernos una ciega”



En los fragmentos de interacción analizados, se observa un patrón funcional en los primeros planos, donde tanto los comediantes como los miembros del público que participan en las dinámicas están en primer plano. Según Bedoya y León (2016, p. 34), estos planos cercanos mantienen cierta primacía sobre el contexto. A diferencia de los planos generales del escenario, que incluyen a los comediantes y los objetos a su alrededor, así como los planos abiertos del público en general, los planos cerrados destacan el contenido verbal humorístico.

Figura 6.1: “Nos canta con labio leporino”



Figura 6.2: “Nos canta con labio leporino”



En cuanto a la iluminación, las fuentes de luz en el video "Mi amigo el loco y Cállate estúpida" son claramente perceptibles. A lo largo del análisis temporal, se observa una evolución en la calidad y los tonos de iluminación. Dado el contexto del espacio, típicamente un teatro, se emplean tanto luces altas como bajas, además de objetos de utilería como fuentes de luz adicionales. En los fragmentos estudiados de la cuarta y quinta temporada, se observa un cambio hacia tonos neón que se alinean con las estéticas futuristas presentes en la escenografía.

Figura 7: *Jorgito viaja al Uruguay – Perú*



En sí, los tonos enérgicos remiten a una atmósfera eufórica (Bedoya y León, 2016, p. 124). Los sentidos se estimulan con la riqueza cromática, especialmente los tonos neón que mantienen una tendencia vibrante y futurista, dirigida especialmente al entorno juvenil. Sin embargo, sería necesario realizar estudios específicos sobre las características del público objetivo de "HH", dado que esta investigación se centra principalmente en explorar los elementos audiovisuales y narrativos que caracterizan el humor transgresor de los comediantes.

Además, el tono de iluminación contribuye significativamente al desarrollo expresivo, utilizando una iluminación en clave alta que ambienta todo el espacio del escenario en tonos rojizos para comunicar las señales de "alto humor negro" y "te excediste", las cuales aparecen literalmente en pantalla. Así, tanto la escenografía como la iluminación juegan un papel crucial en la construcción multimodal del humor transgresor. En línea con las funciones de la luz, se observa que la propuesta lumínica, especialmente notable en los videos de la cuarta y quinta temporada, se relaciona

estrechamente con el encuadre y la composición, direccionando los focos de interés hacia los comediantes y, en las secuencias de interacción o respuestas afiliativas, hacia el público.

Figura 8: “Chico trans viene al show”



Figura 9: “Vino a vernos una ciega”



En cuestión de los elementos sonoros, a partir de los fragmentos analizados de la cuarta temporada, se hace evidente el efecto sonoro de platillos, el cual se ubica en momentos puntuales: montaje y remate de los contenidos y reacción del público y comediantes. El elemento sonoro, utilizado en el desarrollo de la categoría humorística, ya sea haciendo uso de anécdotas y chistes, sirve para realzar la atmósfera narrativa de lo que se dice. Además, tanto en los remates o *punch*, al igual que en las reacciones afiliativas, el efecto sonoro resalta estos momentos específicos. Cabe mencionar que, este efecto sonoro es diegético, ya que la fuente sonora proviene de un músico presente en el escenario.

Con relación a la música, no es un elemento constante a lo largo de los fragmentos analizados, solo es utilizado en las secuencias de los videos “Nos canta con labio leporino” y “Jorgito viaja al Uruguay – Perú”. En estos segmentos, se hace uso de una melodía que transmite sensaciones de nostalgia y compasión, ya que es colocada como fondo cuando una mujer con labio leporino está transmitiendo un mensaje positivo para los niños que poseen este defecto congénito y en el momento en que Jorge, uno de los comediantes, está relatando que él es autista, debido a un test en línea que realizó.

En cuanto a la dirección artística, específicamente la elección de locaciones, se observa una notable evolución. En el segundo episodio titulado “Ciegos y el mensaje misio”, el entorno está definido por paredes blancas decoradas con imágenes de dibujos animados, situando a los comediantes en un espacio bidimensional que los acerca visualmente a la pared de fondo. Aunque se proporciona cierta información sobre el lugar, no se ofrece contexto sobre el entorno social ni las condiciones en las que se lleva a cabo la acción comunicativa. La composición de los planos, con elementos de utilería mínimos, facilita que la atención se centre en la expresión oral de los comediantes.

Con el tiempo, la dirección de arte ha avanzado hacia un entorno teatral enriquecido con utilería emblemática de la cultura peruana. Más allá de simplemente decorar un espacio físico específico, elementos como televisores antiguos, juguetes de dibujos animados, muebles, pelotas e instrumentos musicales se combinan con animaciones de estilo futurista proyectadas en las pantallas del escenario. Esta evolución en la escenografía no solo enriquece el contexto visual, sino que también añade capas de significado cultural al espectáculo.

En general, el uso de un espacio teatral como locación está relacionado con el concepto de la propuesta de *stand up comedy* de “HH”, además, los objetos de utilería giran en torno a funciones expresivas, en tanto transmiten la atmósfera de un espacio amigable, en el cual el reconocimiento de los objetos y el significado está relacionado con la identidad peruana. Así, como la narrativa del humor verbal y no verbal, el lenguaje audiovisual demanda que el público decodifique los signos visuales y sonoros a los que se expone, por tanto, los elementos descriptivos del decorado sugieren la presencia de un público y/o espectadores que logren ubicar un sentido de identificación o reconocimiento.

4.4. Modelo integrado del proceso psicológico del humor denigrante en “Hablando Huevadas”

El esquema de Wang es una herramienta estructurada para analizar el humor en producciones audiovisuales. Se enfoca en evaluar episodios específicos, identificar emisores y receptores del mensaje humorístico, entender el contexto de la producción y examinar las respuestas del público.

“Ciegos y el mensaje misio”

Emisor del humor denigrante

En este episodio de "Ciegos y el mensaje misio", los emisores del humor denigrante son Jorge y Ricardo. La premisa inicial de la broma se establece cuando Jorge plantea una pregunta provocativa sobre la existencia de pornografía para ciegos, introduciendo un tema sensible de manera humorística. A lo largo del diálogo, ambos utilizan gestos y referencias sexuales para crear un contexto humorístico en torno a la ceguera y la sexualidad. Por ejemplo, hacen gestos sexuales con las manos y comentan sobre cómo los ciegos podrían masturbarse utilizando objetos como un condón con grip. Estas acciones y comentarios son claros indicativos de tendencias agresivas y de dominación social, aunque están limitados por normas sociales y restricciones internas. Jorge y Ricardo también emplean técnicas humorísticas como la exageración y la incongruencia, para amplificar el impacto cómico de sus bromas.

Receptor del humor denigrante

El receptor principal del humor denigrante en este episodio es la audiencia del canal de YouTube "HH", que incluye tanto a los espectadores en vivo como a los que ven el contenido después de su publicación. La consecuencia benigna de la broma se refleja en las risas y el tono cómico adoptado por la audiencia ante las ocurrencias y comentarios de Jorge y Ricardo. Esta reacción sugiere una recepción positiva del humor propuesto.

Las técnicas humorísticas utilizadas para pasar de la premisa a la consecuencia benigna incluyen la exageración y la incongruencia, que permiten a los emisores construir un contexto en el que las bromas se perciben como entretenidas en lugar de ofensivas. Sin embargo, esta perspectiva humorística viola normativas morales relacionadas con la sensibilidad y el respeto hacia las personas con discapacidades, ya que trivializa y se burla de las experiencias de las personas ciegas.

Efecto del humor denigrante

La reacción emotiva ante el humor denigrante varía entre los espectadores. Aquellos que encuentran el humor benigno experimentan emociones positivas como la diversión y el entretenimiento, fortaleciendo su conexión con el contenido y la comunidad del canal. Esta respuesta positiva está alineada con la intención de los emisores de provocar risas y mantener el interés de su audiencia. Sin embargo, para aquellos que perciben el humor como ofensivo o denigrante hacia las personas ciegas, el efecto puede ser negativo, generando sentimientos de disgusto o incomodidad.

Esta polarización en las reacciones subraya cómo el humor denigrante puede dividir opiniones y afectar la percepción pública sobre temas sensibles como la discapacidad. La diversidad de las respuestas emocionales destaca la complejidad del humor y su capacidad para influir en las actitudes y emociones de los espectadores de maneras muy diferentes.

“Mi amigo el loco y cállate estúpida”

Emisor del humor denigrante

En este episodio, los emisores del humor denigrante son Jorge y Ricardo. La premisa inicial de la broma se establece con Jorge narrando anécdotas sobre un amigo que aparentemente tenía autismo, caracterizándolo como alguien que se comportaba de manera peculiar y era objeto de burla por parte de sus compañeros. Las historias se centran en descripciones humorísticas que minimizan la seriedad del autismo, utilizando términos como "loco" de manera despectiva y haciendo gestos para resaltar comportamientos que podrían considerarse inapropiados. Las técnicas humorísticas utilizadas incluyen la exageración y la ridiculización.

Receptor del humor denigrante

El receptor principal del humor denigrante en este episodio es la audiencia del canal de YouTube "HH". La consecuencia benigna de la broma se refleja en las risas y reacciones cómplices de la audiencia ante las situaciones absurdas presentadas por Jorge y Ricardo.

Las técnicas humorísticas utilizadas para pasar de la premisa a la consecuencia benigna incluyen la exageración y la incongruencia, que permiten a los emisores construir un contexto en el que las bromas se perciben como entretenidas en lugar de ofensivas. Sin embargo, esta perspectiva humorística viola normativas morales relacionadas con la sensibilidad y el respeto hacia las personas con discapacidades, ya que trivializa y se burla de las experiencias de las personas con autismo.

Efecto del humor denigrante

La reacción emotiva ante el humor denigrante varía significativamente entre los espectadores. Aquellos que encuentran el humor benigno experimentan emociones positivas como la diversión y la risa, lo que puede fortalecer su conexión con los comediantes y la comunidad del canal.

No obstante, para aquellos que perciben el humor como ofensivo o denigrante hacia las personas con autismo, el efecto puede ser negativo, provocando sentimientos de incomodidad, disgusto o indignación. Esta divergencia en las reacciones subraya la polarización potencial del público ante el tratamiento humorístico de temas sensibles como las discapacidades mentales. El humor en este caso perpetúa estereotipos y marginaliza a ciertos grupos en la sociedad, violando normativas morales relacionadas con la sensibilidad, el respeto y la inclusión de personas con diversidad funcional.

“Vino a vernos una ciega”

Emisor del humor denigrante

En este episodio, Ricardo y Jorge, con la colaboración de Mario y Lourdes, son los emisores del humor denigrante. La broma inicial surge cuando Mario menciona la visita de una fan ciega al programa. A partir de este punto, Ricardo y Jorge emplean comentarios humorísticos que pueden interpretarse como burlas hacia la condición de Lourdes, incluyendo chistes sobre cómo podría haber "previsto" su visita a pesar de ser ciega, y utilizando gestos y preguntas irónicas sobre la percepción visual. Las técnicas humorísticas utilizadas incluyen la ironía, la incongruencia y el uso de gestos exagerados.

Receptor del humor denigrante

El receptor principal del humor denigrante en este episodio es la audiencia del programa, tanto en vivo como los espectadores en YouTube. La consecuencia benigna de la broma se refleja en las risas y la interacción cómplice entre Ricardo, Jorge y la audiencia ante las ocurrencias relacionadas con la visita de Lourdes.

Las técnicas humorísticas utilizadas para pasar de la premisa a la consecuencia benigna incluyen la ironía, la exageración y la sorpresa, creando un contexto en el que las bromas se perciben como parte del estilo humorístico del programa. Sin embargo, esta perspectiva humorística viola normativas morales relacionadas con la sensibilidad y el respeto hacia las personas con discapacidades, ya que trivializa y se burla de la condición de ceguera de Lourdes.

Efecto del humor denigrante

La reacción emotiva ante el humor denigrante varía entre los espectadores. Aquellos que encuentran el humor benigno experimentan emociones positivas como la diversión y la risa, lo que refuerza su disfrute del espectáculo y la interacción entre los presentadores y la audiencia. Sin embargo, para aquellos que perciben el humor como ofensivo o denigrante hacia las personas ciegas, el efecto puede ser negativo, generando sentimientos de incomodidad o indignación. Esta

dualidad en las reacciones subraya cómo el humor denigrante puede polarizar la percepción del público sobre temas sensibles como la discapacidad visual. En este caso, el humor sobre la ceguera de Lourdes perpetúa estereotipos y trivializa la experiencia de las personas con discapacidades visuales, violando normativas morales relacionadas con la sensibilidad, el respeto y la inclusión de personas con diversidad funcional.

“Chico trans viene al show”

Emisor del humor denigrante

En este episodio, los emisores del humor denigrante son Jorge y Ricardo, con la participación de Gasper. La broma comienza cuando se revela la identidad trans de Gasper de manera sorpresiva y jocosa. A partir de este punto, Jorge y Ricardo emplean comentarios humorísticos que pueden interpretarse como burlas ligeras sobre la identidad de género de Gasper, haciendo referencias a su edad y nombre anterior en el DNI. Estos comentarios van acompañados de gestos y bromas sobre cómo manejar la situación de manera cómica. Las técnicas humorísticas empleadas incluyen la exageración, la ironía y la incongruencia.

Receptor del humor denigrante

El receptor principal del humor denigrante en este episodio es la audiencia del programa, tanto en vivo como los espectadores en YouTube. La consecuencia benigna de la broma se refleja en las risas y la complicidad cómica entre los presentadores y la audiencia ante las revelaciones humorísticas sobre Gasper.

Las técnicas humorísticas utilizadas para pasar de la premisa a la consecuencia benigna incluyen la ironía, el absurdo y la exageración, creando un contexto en el que las bromas se perciben como parte del estilo humorístico del programa. Sin embargo, esta perspectiva humorística viola

normativas morales relacionadas con la sensibilidad y el respeto hacia las personas trans, ya que trivializa y se burla de la identidad de género de Gasper.

Efecto del humor denigrante

a reacción emotiva ante el humor denigrante varía entre los espectadores. Aquellos que encuentran el humor benigno experimentan emociones positivas como la risa y la diversión, lo que puede fortalecer su apreciación por el programa y la interacción entre los presentadores.

Sin embargo, para aquellos que perciben el humor como ofensivo o denigrante hacia las personas trans, el efecto puede ser negativo, generando sentimientos de incomodidad, indignación o alienación. Esta diversidad en las reacciones subraya cómo el humor denigrante puede polarizar la percepción del público sobre temas sensibles como la identidad de género. En este caso, el humor sobre la identidad de género de Gasper perpetúa estereotipos y trivializa la experiencia de las personas trans, violando normativas morales relacionadas con la sensibilidad, el respeto y la inclusión de personas trans.

“Nos canta con labio leporino”

Emisor del humor denigrante

En este episodio, los emisores del humor denigrante son Jorge y Ricardo, quienes discuten y reflexionan sobre el uso de chistes relacionados con el labio leporino en su programa. La premisa inicial de la discusión se establece cuando Jorge menciona su propia condición de labio leporino en tono humorístico, seguido de un pedido de respeto. Jorge y Ricardo continúan reflexionando sobre cómo han abordado este tema en su programa y reconocen su historial de hacer chistes sobre diversas condiciones físicas y de salud. Las técnicas humorísticas empleadas incluyen la auto-depreciación, la ironía y la repetición.

Receptor del humor denigrante

El receptor principal del humor denigrante en este episodio es la audiencia del programa, tanto en vivo como los espectadores en YouTube. La consecuencia benigna de la discusión se manifiesta en la interacción franca y abierta entre los presentadores y la audiencia sobre la sensibilidad y el respeto hacia las personas con labio leporino y otras condiciones.

Las técnicas humorísticas utilizadas para pasar de la premisa a la consecuencia benigna incluyen la auto-depreciación y la ironía, creando un contexto en el que las bromas se perciben como parte del estilo humorístico del programa. Sin embargo, la normativa moral violada aquí se relaciona con la sensibilidad y el respeto hacia las personas con condiciones físicas, ya que trivializa y se burla de la condición de Jorge y otros.

Efecto del humor denigrante

La reacción emotiva ante la discusión sobre el humor denigrante varía entre los espectadores. Aquellos que encuentran la reflexión y la apertura de Jorge y Ricardo como positivas pueden experimentar sentimientos de respeto y empatía hacia las personas con labio leporino y otras condiciones. Sin embargo, para algunos espectadores, especialmente aquellos que podrían haber sido afectados por los chistes pasados, la discusión puede generar sentimientos de incomodidad o crítica hacia el enfoque pasado del programa sobre la discapacidad y otras diferencias físicas.

Esta dualidad en las reacciones resalta la importancia de la sensibilidad y la conciencia al abordar temas sensibles en el contexto del humor.

“Jorgito viaja al Perú – Uruguay”

Emisor del humor denigrante

En este episodio, los emisores del humor denigrante son Jorge y Ricardo, quienes utilizan chistes relacionados con personas con síndrome de Down para provocar risas en la audiencia. La premisa

inicial del humor se establece cuando hacen comparaciones entre el nivel de hinchada de un equipo de fútbol y el "fútbol de síndrome de Down", utilizando el síndrome de Down como objeto de comparación humorística. Este uso del síndrome de Down como objeto de burla trivializa y perpetúa estereotipos negativos sobre las personas con esta condición. Las técnicas humorísticas empleadas incluyen la exageración y la comparación inapropiada.

Receptor del humor denigrante

El receptor del humor denigrante en este episodio es la audiencia del programa, tanto en vivo como los espectadores en YouTube. La consecuencia benigna de la broma se manifiesta en las risas y aplausos de la audiencia, que responden positivamente al humor presentado. Las técnicas humorísticas utilizadas para pasar de la premisa a la consecuencia benigna incluyen la exageración y la ridiculización, que logran generar una reacción cómica entre los espectadores. Sin embargo, la normativa moral que se viola es la sensibilidad y el respeto hacia las personas con discapacidades intelectuales, ya que este tipo de humor contribuye a la perpetuación de estereotipos y prejuicios hacia las personas con síndrome de Down.

Efecto del humor denigrante

La reacción emotiva ante este tipo de humor varía significativamente. Por un lado, algunos espectadores pueden experimentar emociones positivas como la diversión y la risa, reforzando así su disfrute del espectáculo.

Sin embargo, para personas con síndrome de Down, sus familias y aquellos sensibilizados con la inclusión y la sensibilidad hacia las personas con discapacidades, este tipo de chistes puede generar sentimientos de repugnancia, indignación y tristeza. El impacto negativo de este tipo de humor subraya la necesidad de educar sobre la importancia del respeto y la inclusión en la comedia y en todos los ámbitos de la vida social.

“Nos hicimos un test de autismo”

Emisor del humor denigrante

En este episodio, los emisores del humor denigrante son Jorge y Ricardo. La premisa inicial de la broma se establece cuando Jorge comenta que ha descubierto que es autista después de realizar un test. Esto se convierte en un recurso humorístico, con ambos comediantes haciendo comentarios y chistes que trivializan la condición del autismo. Por ejemplo, Jorge menciona que su puntuación en el test sugiere un alto nivel de probabilidad de autismo, lo cual provoca risas y aplausos de la audiencia. Ricardo contribuye con chistes sobre la puntuación del test y otros comentarios que minimizan la seriedad del diagnóstico. Esta premisa inicial utiliza el autismo como un objeto de humor, sin considerar las implicaciones serias de la condición. Las técnicas humorísticas utilizadas incluyen la exageración y la trivialización.

Receptor del humor denigrante

El receptor principal del humor denigrante en este episodio es la audiencia del programa, tanto la presente en vivo como los espectadores de YouTube. La consecuencia benigna de la broma es que la audiencia en vivo experimenta emociones positivas como diversión y risa, lo que refuerza su disfrute del espectáculo. Por ejemplo, cuando Jorge menciona su puntuación en el test, la audiencia responde con risas y aplausos, indicando que encuentran el humor entretenido.

Las técnicas humorísticas empleadas para pasar de la premisa a la consecuencia benigna incluyen la ridiculización y la trivialización, que permiten a los emisores construir un contexto en el que las bromas se perciben como entretenidas en lugar de ofensivas. Sin embargo, fuera de este contexto, otros espectadores, especialmente aquellos que tienen autismo o tienen familiares con esta condición, pueden encontrar estos chistes profundamente ofensivos y denigrantes. Esta perspectiva humorística viola normativas morales relacionadas con la sensibilidad, el respeto y la inclusión de

personas con diversidad funcional, ya que trivializa y se burla de las experiencias de las personas con autismo.

Efecto del humor denigrante

La reacción emotiva ante la broma varía entre la audiencia. Por un lado, la audiencia en vivo experimenta emociones positivas como diversión y risa, lo que fortalece su sensación de comunidad y complicidad con los comediantes. Este tipo de humor puede fortalecer la sensación de pertenencia entre los espectadores que comparten el mismo sentido del humor. Por otro lado, para aquellos que encuentran el humor ofensivo, el efecto puede ser negativo, generando sentimientos de repugnancia, indignación o tristeza.

La polarización de las reacciones destaca la naturaleza divisiva del humor denigrante y cómo puede perpetuar estereotipos y marginalizar a ciertos grupos en la sociedad. En este caso, el humor sobre el autismo puede perpetuar la falta de comprensión y la estigmatización de las personas con esta condición, violando normativas morales relacionadas con el respeto y la inclusión de personas con diversidad funcional.

CONCLUSIONES

El presente estudio del canal de YouTube peruano "HH" develó hallazgos significativos desde las perspectivas de la comunicación y la psicología moral, particularmente en lo que respecta a la naturaleza transgresora de su humor y su impacto en grupos vulnerables.

- A partir del análisis de los fragmentos sustraídos de siete videos del canal de YouTube “HH”, se concluye que la composición de la estructura narrativa a lo largo del contenido humorístico elaborado por los comediantes, junto a la performance física y las emociones positivas como la risa, permitieron la comprensión del humor transgresor y la violación benigna de normativas sociales presentes en la estrategia humorística audiovisual del canal de YouTube peruano: “Hablando Huevadas”. Además, el desarrollo del componente audiovisual estuvo presente a modo de complemento y refuerzo de la transgresión, la cual se enunció a través de la oralidad.

El humor de “HH” se evidenció en su mayoría mediante el componente verbal, así, a través de sus contenidos humorísticos se subrayaron los estereotipos que persistían en el *status quo* de la sociedad sobre ciertos grupos vulnerables. Los comediantes hicieron uso de categorías del humor verbal y técnicas humorísticas recurrentes a lo largo de sus diversas presentaciones para desarrollar las temáticas referidas a poblaciones vulnerables.

De acuerdo a los fragmentos analizados, las temáticas partieron de las interacciones que realizaban con algún miembro del público o de la interacción que surgía entre los comediantes, mediante el relato de sus anécdotas. Asimismo, el uso de lisuras y expresiones vulgares fueron recursos verbales que caracterizaron su propuesta humorística,

ya que en ocasiones eran estas expresiones aquellas que provocaban las respuestas afiliativas en la audiencia, tales como risas y aplausos. De acuerdo a Seizer (2011), el recurso de la obscenidad en los espacios de *stand-up comedy*, tales como los shows de “HH”, a través del uso no denotativo de las lisuras, podía contribuir a la creación de una experiencia íntima tanto para audiencia como para los comediantes (p. 212).

A partir de la exposición oral de los contenidos humorísticos, la narrativa no verbal, entendida como las expresiones performativas del rostro y del cuerpo y las características de la voz, complementó la construcción del humor transgresor. Y, cabe mencionar que, en ciertos casos, la narrativa no verbal por sí sola fue capaz de elaborar un constructo humorístico que reforzó expresiones despectivas y generó respuestas afiliativas en el público. Muestra de lo mencionado se ubicó en el video “Mi amigo el loco y cállate estúpida”, donde los comediantes caricaturizaron a una persona autista, mediante gestos y sonidos exagerados que resaltaron síntomas como retraso en las destrezas del lenguaje, movimiento y/o cognitivas. Y, a partir de estos códigos gestuales, se generaron la risa y los aplausos en el público.

En la misma línea, el lenguaje audiovisual participó de modo complementario al discurso narrativo verbal, mediante la propuesta fotográfica y sonora, subrayando las expresiones humorísticas despectivas y evidenciando las respuestas afiliativas del público ante estas. A través de una propuesta visual que contenía a los comediantes y a los miembros del público en planos cerrados, se comunicó en primer término la narrativa verbal humorística y la expresividad de los gestos faciales. Asimismo, los planos abiertos, un patrón visto a lo largo de los videos analizados, funcionaron para evidenciar las respuestas afiliativas del

público. Además, a través del uso de efectos sonoros en vivo, se recalcaron los *punchline* de las construcciones humorísticas de los comediantes.

- Desde el enfoque comunicacional, la estrategia humorística desde el discurso narrativo verbal se caracterizó por el constante uso de las siguientes categorías humorísticas: conversacional, anécdotas y chistes. Las construcciones humorísticas hicieron uso de diversas técnicas humorísticas en simultáneo, siendo las más constantes el sarcasmo, el estereotipo y el ridículo. A esto, se añadió el componente de las lisuras y las expresiones vulgares, la cual estuvo en relación con la técnica humorística de alusión sexual. Así, tanto las lisuras como las expresiones obscenas estuvieron presentes de modo constante en la narrativa verbal de “HH”.

La narrativa no verbal se caracterizó por los gestos faciales, los movimientos corporales y el manejo de la voz, los cuales funcionaron de manera complementaria a lo mencionado verbalmente. En ciertos episodios, el componente referido a la performance actoral de los comediantes generó respuestas afiliativas en el público de manera independiente a lo dicho verbalmente. El lenguaje audiovisual se caracterizó por una propuesta lumínica de tonos vibrantes y componentes sonoros propios del *stand-up comedy*. En referencia a la propuesta visual de los planos, esta funcionó para subrayar los fragmentos humorísticos, resaltar la imagen de los comediantes y evidenciar las respuestas afiliativas del público ante el humor de “HH”.

El discurso narrativo verbal y no verbal comunicaron el humor transgresor a través de expresiones humorísticas que se basaron en los estereotipos de grupos vulnerables en la sociedad. Mediante el desarrollo de la propuesta humorística, los comediantes hicieron uso de los estereotipos para reproducirlos de manera que mantuvieron el *status quo*, es decir,

no se apropiaron de los estereotipos ni buscaron transgredirlos. En sí, el contenido humorístico mantuvo una línea despectiva y agresiva en contra del público objetivo de los chistes y/o anécdotas.

En relación a los fragmentos analizados, los grupos vulnerables pertenecieron a las personas con discapacidad y las personas pertenecientes a la comunidad trans. Así, las temáticas abordadas de discapacidad e identidad trans fueron presentadas mediante la ridiculización de las personas y el reforzamiento de los constructos estereotipados hacia estas personas. De acuerdo a la temática de la discapacidad, los constructos humorísticos se enfocaron en las limitaciones de las condiciones, a partir de estos se elaboraron expresiones despectivas que giraron en torno al ridículo y la burla. De la misma manera, en cuanto a la temática de la identidad trans, el humor verbal posicionó la identidad de género del miembro del público como un motivo de risa, así, la audiencia respondió con risas y aplausos frente a contenidos que poseyeron como víctima a poblaciones vulnerables.

- Desde la perspectiva de la psicología moral, la estrategia humorística se presenta a través del humor transgresor de "HH" sirvió como una válvula de escape para una sociedad peruana que enfrentaba diversas problemáticas, funcionando como un medio para aliviar la tensión social y las frustraciones diarias. Sin embargo, este tipo de humor también planteó cuestiones importantes sobre la ética y la responsabilidad social de los creadores de contenido, especialmente cuando sus bromas pudieron perpetuar la discriminación y los estereotipos negativos.

Los resultados indicaron que, aunque este tipo de humor pudo ser visto como una forma de crítica social, tuvo el potencial de causar daño a las comunidades vulnerables al normalizar la ridiculización. La interacción con la audiencia fue esencial en la construcción

del humor en "HH", permitiendo a los comediantes adaptar su contenido en tiempo real y crear una sensación de comunidad y pertenencia entre los espectadores. Las estrategias audiovisuales empleadas, como la cinematografía, la iluminación y los efectos sonoros, amplificaron el impacto de las bromas y el contenido humorístico.

De acuerdo a los fragmentos analizados, este canal perpetuó una tradición de humor transgresor que ya existía en la televisión peruana, pero lo adaptó a un formato digital donde la falta de regulación permitió una mayor libertad de expresión. Un análisis profundo del discurso narrativo verbal y no verbal en "HH" reveló que los comediantes Ricardo Mendoza y Jorge Luna emplearon estrategias humorísticas que reforzaron estereotipos sobre grupos vulnerables, desafiando normas sociales y generando discusiones, pero también perpetuaron estigmas y prejuicios.

En base a las entrevistas, se observó una perspectiva crítica sobre el humor en el Perú, especialmente en relación con "HH". La primera entrevista reveló que el humor peruano frecuentemente se caracteriza por la humillación y la burla, perpetuando estereotipos negativos y patrones violentos. La segunda entrevista resaltó la larga tradición del humor peruano en abordar temas políticos, sociales y de identidad cultural, adaptándose a nuevas plataformas como las redes sociales y el *stand-up comedy*.

En resumen, "HH" ha significado un fenómeno complejo donde el humor transgresor se adapta a las dinámicas cambiantes de las plataformas digitales, ofreciendo tanto oportunidades como desafíos en términos de comunicación y ética. La investigación subrayó la necesidad de encontrar un equilibrio entre la libertad de expresión y la responsabilidad social, especialmente en un entorno digital que carece de regulaciones

claras. La naturaleza del humor de "HH" ha resultado ser dual: puede ser liberador y problemático al mismo tiempo, dependiendo de cómo se maneje y se perciba.



REFLEXIONES FINALES

A partir de los hallazgos de esta investigación, se sugieren diversas recomendaciones tanto para los creadores de contenido como para los investigadores y reguladores de plataformas digitales. Primero, es crucial que los creadores de contenido, como los comediantes de "HH", desarrollen una mayor conciencia sobre el impacto de sus bromas en diferentes audiencias. Esto incluye la implementación de un autorreflexión constante sobre los temas que abordan y las posibles implicaciones éticas de su humor. Establecer un equilibrio entre el humor transgresor y el respeto hacia los grupos vulnerables puede ayudar a minimizar el daño potencial.

Segundo, se recomienda la creación de directrices más claras y específicas para las plataformas digitales que aborden la naturaleza del contenido humorístico y su impacto. Estas directrices deben ser diseñadas para fomentar la libertad de expresión mientras se protege a las audiencias de contenido potencialmente dañino o discriminatorio. La colaboración entre creadores de contenido, plataformas y organizaciones defensoras de los derechos humanos puede ser fundamental para establecer estándares que promuevan un entorno digital más inclusivo y respetuoso.

Tercero, es importante fomentar una educación mediática más amplia tanto para creadores como para consumidores de contenido. Esta educación debe incluir aspectos sobre la interpretación del humor, la identificación de estereotipos y prejuicios, y la promoción de una cultura de respeto y comprensión. Los programas educativos y talleres pueden ser herramientas efectivas para aumentar la conciencia sobre el impacto del humor y fomentar prácticas responsables en la creación y consumo de contenido digital.

Finalmente, se recomienda continuar con investigaciones que exploren el impacto del humor en plataformas digitales, con un enfoque en cómo este tipo de contenido afecta a diferentes segmentos de la población. Estudios longitudinales pueden proporcionar una comprensión más profunda de los efectos a largo plazo del humor transgresor y ayudar a desarrollar estrategias para mitigar sus aspectos negativos. La investigación continua es esencial para adaptarse a las cambiantes dinámicas del consumo de medios y para asegurar que el contenido digital evolucione de manera que beneficie a la sociedad en su conjunto.



BIBLIOGRAFÍA

- Aliaga, L. (2020). Análisis lingüístico del humor en el medio audiovisual: las estrategias humorísticas en la comedia de situación. *University of Alicante*.
<https://oatd.org/oatd/record?record=handle\%2F112460>
- Andía, B., Merino, A. y Villegas, R. (2018). Lo LGBTI en el Perú. Movimientos sociales, actores y representación política. Serie Perú Hoy. *DESCO*.
<https://www.desco.org.pe/movimientos-sociales-actores-y-representacion-politica-serie-peru-hoy-n%C2%BA-34-diciembre-2018>
- Attardo, S. (2010). *Linguistic theories of humor*. *Linguistic Theories of Humor* (pp. 1–428). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110219029>
- Attardo, S., Pickering, L., Lomotey, F. y Menjo, S. (2013). Multimodality in conversational humor. *Multimodality and Cognitive Linguistics*.
https://www.researchgate.net/publication/263332261_Multimodality_in_Conversational_Humor
- Bedoya, R. y León, I. (2016). Ojos bien abiertos. El lenguaje de las imágenes en movimiento. Fondo Editorial Universidad de Lima.
- Beeman, W. O. (1999). Humor. *Journal of Linguistic Anthropology*, June 1999, Vol. 9, No. ½. pp. 103-106. <https://www.jstor.org/stable/43102438>

- Bennett, R. J., & Robinson, S. L. (2000). Development of a measure of workplace deviance. *Journal of Applied Psychology*, 85(3), 349–360. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.85.3.349>
- Berger, A. A. (2017). *An Anatomy of Humor*. An Anatomy of Humor. Edit. *Routledge*.
<https://doi.org/10.4324/9781315082394>
- Berzosa, I. (2017). “Youtubers y otras especies”, Barcelona - Madrid: *Ariel y Fundación Telefónica*. <https://www.fundaciontelefonica.com/cultura-digital/publicaciones/581/>
- Billig, M. (2005). Laughter and ridicule: Towards a social critique of humour. (pp. 1–217). *SAGE Publications Inc*. <https://doi.org/10.4135/9781446211779>
- Breazu, P. (2022). Ridicule, Humour and Anti-Roma Racism in Romanian Television News: A Multimodal Critical Discourse Analysis. *International Journal of Roma Studies*, 4(1), 38–65. <https://doi.org/10.17583/ijrs.9883>
- Briggs, A., & Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet*. *taurus historia* (p. 425).
- Brown, A., y Green, T. D. (2007). Video Podcasting in Perspective: The History, Technology, Aesthetics, and Instructional Uses of a New Medium. *Journal of Educational Technology Systems*, 36(1), 3–17. <https://doi.org/10.2190/et.36.1.b>

Botella, C. (2017). La traducción del humor intertextual audiovisual. que la fuerza os acompañe. *Monografías de Traducción e Interpretación (MonTI)*, 2017(9), 77–100. <https://doi.org/10.6035/MonTI.2017.9.3>

Buijzen, M., y Valkenburg, P. M. (2004). Developing a typology of humor in audiovisual media. *Media Psychology*, 6(2), 147–167. https://doi.org/10.1207/s1532785xmep0602_2

Cáceres, Á. (2018). Perspectiva de los roles de género y sus representaciones en la televisión peruana. Análisis de casos emblemáticos desde 1980 hasta 2010. *Revista Cambios y Permanencias*. Vol. 9, Núm. 1, pp. 232-263. <https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistacyp/article/view/8416>

Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 11, núm. 63.

Cann, A., Zapata, C. L., & Davis, H. B. (2009). Positive and negative styles of humor in communication: Evidence for the importance of considering both styles. *International Journal of Phytoremediation*, 57(4), 452–468. <https://doi.org/10.1080/01463370903313398>

Cassano, G., Dettleff, J. Oliart, R. & Sertzen, Q. (2010). Introducción a la realización de Ficción. Departamento Académico de Comunicaciones. Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://drive.google.com/file/d/0Bz5hmmAhbeSkcHIIRmQtX21jN0k/view?usp=sharing>

- De Los Heros, S. (2016). Humor étnico y discriminación en La paisana Jacinta. *Pragmática Sociocultural / Sociocultural Pragmatics*, 4(1), 74–107. <https://doi.org/10.1515/soprag-2015-0011>
- Deal, S. (2007). Podcasting: A Teaching with Technology White Paper. *Office of Technology of Education*, 1–15. http://www.cmu.edu/teaching/resources/PublicationsArchives/StudiesWhitepapers/Podcasting_Jun07.pdf
- Dylewski, R. (2021). Dissecting the Word: The Use of the Lexeme Shit in Selected Performances of Comedian Dave Chappelle’s Stand-Up Routine. *Studia Anglica Posnaniensia*, 56(S1), 511–550. <https://doi.org/10.2478/stap-2021-0007>
- Dynel, M. (2009). Beyond a joke: Types of conversational humour. *Linguistics and Language Compass*, 3(5), 1284–1299. <https://doi.org/10.1111/j.1749-818X.2009.00152.x>
- Fernández, F. y Martínez, J. (1999). Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Paidós.
- Ford, T. E., y Ferguson, M. A. (2004). Social Consequences of Disparagement Humor: A Prejudiced Norm Theory. *Personality and Social Psychology Review*. *SAGE Publications Inc.* https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0801_4

- Gama, D. (2018). El humor: Un juego moral [Tesis de maestría, Universidad Autónoma del Estado de Morelos]. Repositorio institucional de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos. <http://riaa.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/20.500.12055/604/GALDNG08T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gamarnik, C. (2009). Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso. *Facultad de Periodismo y Comunicación Social*. Vol. 1, N°. 23. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/33079>
- Garrido, M. (2007). Estereotipos de género en la publicidad. La creatividad en la encrucijada sociológica. *Creatividad y Sociedad*. N° 11. <https://idus.us.es/handle/11441/29053>
- Gordillo, I. (2009). La hipertelevisión: géneros y formato. CIESPAL.
- Grewell, G. (2013). Rhetoric of Ridicule (Tesis de doctorado) Editorial. *The University of Arizona*. <https://repository.arizona.edu/handle/10150/312568>
- Harida, R. (2018). Analysis of Humor Making Techniques in the WIT Comedy Program (Waktu Indonesia Timur). *International Journal of Education, Information Technology, and Others*, 1(2), 78-85. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2527540>
- Henke, R. (2002) Performance and Literature in the Commedia dell Arte. London, Cambridge University Press.

- Hermann-Acosta, A. y Pérez Garcías, A. (2019). Digital narratives, digital stories and transmedia narratives: systematic review of literature in education in education in the iberoamerican context. *Revista ESPACIOS*, Vol. 40, N° 41.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. (6ta ed.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Herrera, G. y Rodríguez, L. (2001) Masculinidad y equidad de género: desafíos para el campo del desarrollo y la salud sexual y reproductiva. Masculinidades en Ecuador. Flacsoandes.
- Holmes, J. (2000). Politeness, Power and Provocation: How Humour Functions in the Workplace. *Discourse Studies*, 2(2), 159–185. <https://doi.org/10.1177/1461445600002002002>
- Holmes, J., & Marra, M. (2002). Over the edge? Subversive humor between colleagues and friends. *Humor*, 15(1), 65–87. <https://doi.org/10.1515/humr.2002.006>
- Kress, G. (2009). Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication. (pp. 1–212). *Routledge Taylor & Francis Group*. <https://doi.org/10.4324/9780203970034>
- Linares, E. (2020). Hacia un análisis del discurso humorístico reivindicativo desde la perspectiva de género. *Language Design: Journal of Theoretical and Experimental Linguistics*, Vol. Extra 1, 2020, págs. 131-151. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7706143>

Lynch, O. H. (2002). Humorous communication: Finding a place for humor in communication research. *Communication Theory*, 12(4), 423–445. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2002.tb00277.x>

Martin, M. (2002). *El lenguaje del cine*. Editorial Gedisa.

Martín, R., & Vega Fuente, A. (2006). Los medios ante la discapacidad: más allá de los estereotipos. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*. Grupo Comunicar. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=262542&info=resumen&idioma=SPA>

Martínez, José (2006). El lenguaje (políticamente) correcto. Lección inaugural del Curso 2006-2007 de la Universidad de Oviedo. <http://www.pensamientocritico.org/josmar1106.html>

McGraw, A. P., & Warren, C. (2010). Benign Violations: Making Immoral Behavior Funny. *Psychological Science*, 21(8), 1141–1149. <https://doi.org/10.1177/0956797610376073>

Medina, M. (2016). Humor político audiovisual en Colombia: de los gloriosos años noventa en televisión a Internet como alternativa. *Humor político audiovisual en Colombia: de los gloriosos años noventa en televisión a Internet como alternativa*. Universidad del Rosario. <https://doi.org/10.12804/op9789587389753>

Meyer, J. C. (2000). Humor as a double-edged sword: Four functions of humor in communication. *Communication Theory*, 10(3), 310–331. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2000.tb00194.x>

Miczo, N., & Welter, R. E. (2006). Aggressive and Affiliative Humor: Relationships to Aspects of Intercultural Communication. *Journal of Intercultural Communication Research*, 35(1), 61–77. <https://doi.org/10.1080/17475740600739305>

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2012). Orientaciones para transversalizar el enfoque de género en las políticas públicas. Biblioteca Nacional del Perú.

Monedero C. (2020). Una propuesta para el análisis de los estereotipos femeninos en los videoclips de reggaeton: Caso práctico de los cuatro vídeos más vistos en 2018 en YouTube. VISUAL REVIEW. *International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual*, 7(1), 13–26. <https://doi.org/10.37467/gka-revvisual.v7.2280>

Morant, R. (2007). El lenguaje políticamente correcto y el humor. *AnMal Electrónica*. 23, pp. 101-115. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2951725>

Norricks, N. (2007). Conversational storytelling. *The Cambridge Companion to Narrative*. <https://www.cambridge.org/core/books/abs/cambridge-companion-to-narrative/conversational-storytelling/C83CB371A6DF426251DD40B602D93026>

- Norrick, N. (2010). Humor in Interaction. *Language and Linguistics Compass*, pp. 232–244.
- Núñez, G., Marquina, O., León, L. y otros (2017). Guía de investigación en Ciencias y Artes de la Comunicación. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Peirano, L. y Sánchez, A. (1984). Risa y cultura en la televisión peruana. Edit. Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo. Lima.
- Pérez, R. (2013). Learning to make racism funny in the “color-blind” era: Stand-up comedy students, performance strategies, and the (re)production of racist jokes in public. *Discourse and Society*, 24(4), 478–503. <https://doi.org/10.1177/0957926513482066>
- Perujo, F. (2002). Discapacidad y medios de comunicación; entre la información y el estereotipo. *ÁMBITOS*. N° 7-8, pp. 249-277. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=304431>
- Ramsey, M. (2016). Communibiology and Humor: An Examination of Personality Predictors and Communicative Functions of Humor. *Imagination, Cognition and Personality*, 36(2), 172–194. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0276236616628458>
- Regueira, U., Alonso-Ferreiro, A., & Da-Vila, S. (2020). La mujer en YouTube: Representación y participación a través de la técnica Web Scraping. *Comunicar*, 28(63), 31–40. <https://doi.org/10.3916/C63-2020-03>

- Rincón, O. (2019). Narrativas del Entretenimiento Expandido. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(141), 149–160. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i141.4075>
- Rodríguez, J. (2004). El relato digital. *Universitas Humanística*, 52(52). <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/univhumanistica/article/view/9785>
- Roig-Vila, R. y Rosales-Statkus, S. (2016). Digital Storytelling. Analysis of its elements and typology. *Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa (RIITE)*, pp. 84-94. <https://revistas.um.es/riite/article/view/257951>
- Ruiz, P. (1999). Una aproximación al concepto de género. En Defensoría del Pueblo, Sobre género, derecho y discriminación (pp. 131 y ss.). Lima: Defensoría del Pueblo y PUCP.
- Ruiz-Gurillo, L., y Linares, E. (2020). Subversive humor in Spanish stand-up comedy. *Humor*, 33(1), 29–54. <https://doi.org/10.1515/humor-2018-0134>
- Rutter, J. (1997). Stand-up as interaction: Performance and audience in comedy venues. *Core*, (September), 400. <https://core.ac.uk/download/pdf/1664527.pdf> <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.123.729&rep=rep1&type=pdf>
- Rutter, J. (2021). Rhetoric in Stand-up Comedy: Exploring Performer-Audience Interaction. *Stylistyka*, X, 307–325. DOAJ (*DOAJ: Directory Of Open Access Journals*).

https://www.researchgate.net/publication/273903766_Rhetoric_in_Stand-up_Comedy_Exploring_Performer-Audience_Interaction

Santagada, M. (2010). ¿Corrección política o humor sarcástico? Facultad de Arte, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.

https://www.academia.edu/29799743/Correcci%C3%B3n_pol%C3%ADtica_o_humor_sarc%C3%A1stico

Sassen, S. (2008). Los espectros de la globalización. Argentina: *Fondo de Cultura Económica*.

https://www.researchgate.net/publication/40944056_Los_Espectros_de_la_globalizacion

Scarpetta, F., y Spagnolli, A. (2009). The Interactional Context of Humor in Stand-Up Comedy.

Research on Language & Social Interaction, 42(3), 210–230.

<https://doi.org/10.1080/08351810903089159>

Seizer, S. (2011). On the uses of obscenity in live stand-up comedy. *Anthropological Quarterly*,

84(1), 209–234. <https://doi.org/10.1353/anq.2011.0001>

Sover, A. (2018). The Languages of Humor : Verbal, Visual, and Physical Humor. *Bloomsbury Academic*.

<https://doi.org/10.5040/9781350062320>

Tamayo, A. y Hendrickx, N. (2016). La dirección de arte en el cine peruano. Universidad de Lima,

Fondo Editorial. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10725>

Tsakona, V., Giakoumelou, M., Papazachariou, D. y Archakis, A. (2010). The Prosodic Framing of Humour in Conversational Narratives: Evidence from Greek Data. *Journal of Greek Linguistics*. https://brill.com/view/journals/jgl/10/2/article-p187_3.xml?language=en

Uribe, María de la luz (1983) La comedia del arte. Madrid, Destino libro.

Van Dijk, Teun, 1997: “Historias y racismo” en Dennis Mumby (comp.): Narrativa y control social. *Perspectivas críticas*. Buenos Aires: Amarrortu Editores, 163-190.

Vich, V. (2001): El discurso de la calle: los cómicos ambulantes y las tensiones de la modernidad en el Perú. Fondo Editorial PUCP. <https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/263>

Vivas, F. (2017). En vivo y en directo: una historia de la televisión peruana. Universidad de Lima, Fondo Editorial. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10736>

ANEXOS

Entrevista 1: ANA LUCÍA MOSQUERA ROSADO

1. El humor en la sociedad peruana ¿Cuáles son las características más relevantes del humor en el Perú? ¿Existe un humor peruano? Y, si es que existe, ¿este se caracteriza por la agresión, la burla, la vulgaridad, el denigrar al otro y el sentido de superioridad?

Bueno, de hecho, sí, o sea, creo que reconozco cosas que mencionas también en el humor, pero está muy relacionado a la humillación de las otras personas o a repetir, digamos, estos patrones violentos que se han construido sobre algunas personas en función a sus características físicas o algunos factores que ya tienen una carga negativa en la sociedad, ¿no? Entonces, lo que vemos regularmente con el humor en el Perú es básicamente que está relacionado a las identidades, está relacionado a estas características negativas y también está muy relacionado a los estereotipos, no tanto positivos en teoría, como estereotipos negativos y basado mucho en temas de humillación o la burla de la otra persona, ¿no? Entonces, creo que es un humor bien poco inteligente en general, pero es un humor que apela bastante a todas las cosas que socialmente son validadas y que la gente también reconoce como tuyas, ¿no? Por eso es por lo que tiene tanto éxito.

2. ¿Los contenidos de las redes sociales son la versión más libre y con menos restricciones de los programas humorísticos contemporáneos peruanos?

O sea, de hecho, creo que el humor ahora no solamente lo encontramos en la televisión, hay un montón de otros espacios donde podemos encontrar que el humor se desarrolla y lo que ha pasado

con las redes sociales es que son estos espacios que ahora permiten una mayor posibilidad de crear contenidos, perspectivas o proponer narrativas nuevas que no sé si necesariamente hubieran tenido cabida en medios masivos. Entonces, te da la posibilidad de construir nuevas cosas, pero al mismo tiempo te da la posibilidad de que las cosas que se han reproducido durante tanto tiempo en medios tradicionales también migren a las redes sociales y tengan un mayor nivel de alcance por la inmediatez que tiene la red social, ¿no? Que es algo que no necesariamente pasa en la televisión, tienes un programa un día o una semana y luego tienes que esperar a la otra semana, ¿no? En las redes sociales tienes la probabilidad de ser mucho más inmediato y en algunos casos tener también más alcance con la gente, ¿no? Lo que hace que todas estas cosas sean mucho más próximas. Por tanto, sí creo que ahora las redes sociales son un espacio en el que también vemos que se coloca o se construye el humor y que también se reproducen estas cosas o inclusive diría yo que hay mucho menos filtro también para ver qué cosas se le dicen, qué cosas se hacen, ¿no? En redes sociales, a diferencia de lo que pasa con los medios masivos, que tienen, no diría un nivel de censura, pero un mayor nivel de planificación, lo que también da espacio a que haya cosas que se regulen mínimamente, que no pasan en redes sociales, que no pasan en este caso con “HH”.

3. ¿Conoce alguna base teórica o conceptual que explique que la exposición constante a este tipo de humor podría influenciar en la adopción de posturas expuestas en el contexto humorístico y ser aplicadas en el contexto social?

Ahora mismo no te puedo mencionar, pero sí es una constante que cuando estudiamos temas de estereotipos y cómo los estereotipos calan, hablamos de un círculo, ¿no? Pero son aceptados porque la sociedad ya asume esos estereotipos como ciertos. Entonces no hablamos necesariamente de cómo los medios transmiten a la sociedad y la sociedad luego los adopta sin

cuestionarlo, sino que lo que regularmente pasa es que los medios apelan a un conocimiento que ya está socialmente validado y por eso este tipo de estereotipos tienen éxito y así se perpetúan.

4. ¿Alguna vez vio/escuchó el programa mencionado?, ¿Qué opinión tiene sobre este tipo de producciones?, ¿Cree que en este tipo de programas se vulneran los marcos establecidos? ¿Crees que en este tipo de contenidos se vulneran algunos marcos sociales, morales?

O sea, yo solo vi ese programa una vez, que creo que vi como una transmisión en vivo, pero sí he visto por varios casos que he revisado y por cosas también que he escrito qué tipo de cosas se dicen o cómo funciona este sistema del programa, ¿no? Y obviamente, como dije, el tema de las redes sociales hace que no haya límites en función de qué dicen, qué está prohibido, qué no está prohibido. Por lo que entiendo, tampoco ellos tienen sus propios límites, sino que básicamente hacen lo que sea que les provoque en ese momento, ¿no? Y además tienen como algunos, no sé si todavía tienen esto, pero en el programa que yo vi, tenían como este botón que presionaban y decían, bueno, es el momento de humor negro, ¿no? Entonces hacían todas las cosas o decían todas las cosas moralmente incorrectas, políticamente incorrectas, eran súper ofensivos, inclusive perpetuaban ideas muy violentas. Y era como, ah, bueno, lo podemos hacer porque estamos en nuestra hora o nuestros minutos de humor negro, ¿no? Entonces a mí se me pareció bien complejo cómo a veces ellos hacen como la aislación de sus ideas, que en verdad para mí no tiene mucho sentido, pero sí me llamó bastante la atención cómo empiezan como a trabajar en un tema y empiezan a básicamente decir lo que se les ocurra, ¿no? Entonces yo personalmente no creo que sea un humor inteligente y creo que ya han tenido varios episodios en los que han utilizado el humor para hablar de cosas bastante graves como agresiones sexuales, como temas de racismo, temas de género, que en realidad sí son temas que si no los dominas no deberías tocarlos e inclusive

cuando estás trabajando con humor deberías saber qué estás diciendo o cómo los dices, ¿no? Entonces sí creo que en general tienen como un accionar bien cuestionable, pero como dije es parte de que la comedia en el Perú no es una comedia inteligente, ¿no? Entonces es como bastante inmediatista, poco pensada y al final es como sin ningún tipo de filtro porque además ellos no creo que tengan una línea ética ni moral como comediantes para hacer buena comedia y para desarrollar lo que sea en sus shows o en sus programas con una ética relacionada al poder que tienen y al alcance que tienen al decir las cosas que dicen.

5. ¿Deberían existir límites para este tipo de humor, catalogado por ambos comediantes de “Hablando Huevadas” como “humor negro”, o no se deberían tocar ciertos temas por la falta de conocimiento o es que el humor, ¿el contexto del humor permite que se puedan tocar todos los temas porque es humor y porque no debería haber censura?

En teoría, o sea, el humor no debería ser una excusa para perpetuar discursos ni de odio, ni discursos violentos, ni la ridiculización de personas, ¿no? Pero desafortunadamente es una práctica bien común que tienen muchas de las personas que trabajan en el mundo del humor que utilizan el humor para justificar muchísimas cosas que son incorrectas. Entonces yo sí creo que el humor no debería ser un, no sé, como este escudo protector para que se pueda hacer y decir lo que a las personas se les antoje simplemente porque si a todo el mundo le da risa debería ser chistoso, ¿no? Y sí creo que debería haber límites en función de qué cosas dicen, cómo dicen algunas cosas. Ya ha habido, como dije, bastantes episodios desagradables de ellos, lo que demuestra que efectivamente no es que tengan un nivel de conciencia sobre qué dicen, de qué se burlan y cómo el hecho de que ellos con la cantidad de alcance que tienen y la cantidad de gente que llegan podrían inclusive empezar a hacer que las demás personas asuman que es válido tener este tipo de

conductas, ¿no? Entonces no se distingue este espacio de, ah, solo es humor, cuando son personas que tienen mucho alcance y que están normalizando que el humor sea un humor que violenta a personas.

6. ¿Considera que el contenido resulta denigrante cuando se posiciona a miembros de poblaciones vulnerables como las víctimas de la risa colectiva?

O sea, es diferente, no sé, hacer una broma a una persona por un motivo X o por una situación en particular que burlarse de una característica que define o es importante para la identidad de esa persona, ¿no? Si yo veo a una mujer y voy a hacer una burla en función a lo que le afecta a ella socialmente como mujer, no solamente me estoy riendo de esa persona, sino que estoy, como dije, normalizando estos discursos que son bien dañinos, ¿no? Lo mismo que es lo que pasa con personas con discapacidad. También creo que se han burlado de algunas personas que tienen discapacidad y las mismas personas con discapacidad están ahí y no necesariamente actúan, ¿no? Sí. Y es como cuando hay personas que forman parte de estos grupos que han sido marginalizados, que tienen, ¿sabes?, estas como diferencias en cuanto a cómo se ubican o cómo se leen en la sociedad, lo que tienes como resultado es que la gente normaliza estos discursos y asume que son aplicables a todas las personas que comparten esas características, ¿no? No solamente a la persona que está ahí sino a las personas que comparten esa característica porque la burla está en función a esa característica, no a la persona, ¿no? Sí.

7. ¿Cómo se puede entender el éxito o la aceptación de programas como Hablando Huevadas? ¿Cómo se explica la aceptación y la fidelidad al programa, a pesar de las críticas por parte de la opinión pública?

Bueno, de hecho, este programa no es el primero que ha utilizado características identitarias para generar humor y los programas que han existido antes de este han sido igual de populares, ¿no? Entonces, yo sí creo que hay una dinámica de poder bien perversa en la posibilidad que tiene una persona de reírse o de esconder bajo el humor la humillación a otra persona, ¿no? Yo sí creo que es una dinámica de poder, porque en tanto yo puedo ver a una persona y no le puedo decir en su cara que, no sé, que X, pero sí me puedo reír cuando otra persona lo dice, lo que estoy haciendo es como reproducir una dinámica en la que yo estoy teniendo este ejercicio de poder sobre otra persona, ¿no? Entonces, creo que el humor lo que hace es que nos permite como sacar nuestro peor lado como seres humanos y ejercer este poder de humillar a una persona, pero no humillarlo directamente porque está mal hacerlo, pero sí está bien como reírme de lo que otra persona dice de ella. Y creo que esa es una de las razones por las cuales funcionan tan bien estos programas en el Perú, bueno, en otros lados también, pero principalmente en el Perú, porque la gente siempre está esperando como un espacio para reírse del otro, ¿no? Y esta risa / humillación de otras personas es una manera de, en una sociedad que es tan desigual, donde la mayoría de personas no necesariamente ejercen poder, es una microcápsula de ejercer un poder sobre otra persona y tener la posibilidad de humillarlo, pero reírme.

8. ¿Compartir la afición por el contenido de “Hablando Huevadas” podría implicar un sentido de pertenencia social?

Sí, claro, porque luego la gente que no se ríe de eso es como los amargados, los resentidos, la gente que no necesariamente entiende el humor, entonces si ya hay algo que está socialmente amplificado, lo suficientemente esparcido para que todo el mundo lo comparta, y si la gente más o menos ha hecho un acuerdo colectivo de que esto sí está permitido y es como un súper display

del humor, entonces hay mucha gente que va a reírse de eso, o va a ver eso, o va a intentar que eso le parezca gracioso, y eso también va a pasar inclusive con las personas que son parte de estos grupos vulnerados, ¿no? Hay personas, como te decía, con discapacidad que van al programa o van a los shows, y todo el mundo se burla de ellos, y ellos están ahí riendo, entonces luego lo que pasa es como, ah, si esta persona que tiene discapacidad se ríe con nosotros, ¿por qué tú, otra persona que tiene discapacidad, crees que está mal? Es una cosa bien compleja, la verdad.

9. Bueno, los mismos comediantes, que es Ricardo y Jorge, básicamente ellos han mencionado explícitamente de que ellos lo que buscan es formar parte de la historia del humor en el Perú, como sea el lugar, ellos quieren formar parte de la historia. Según tus conocimientos, ¿tú por qué consideras que formarían parte de la historia del humor en el Perú? ¿O no solamente de la historia del humor, sino formar parte de la historia contemporánea en las redes sociales?

Yo creo que es también importante verlos como, digamos, la evolución de la mala comedia, ¿no? Porque de hecho no es que ellos hayan nacido de la nada, sino que tienen antecedentes de personas que han trabajado comedia de esa misma manera. Definitivamente creo que nos dice también quiénes somos como sociedad y por qué hemos aprendido a reírnos de la humillación del otro, ¿no? Entonces, yo creo que es como una radiografía realmente de lo que pasa en el Perú, bueno en Lima, porque no sé si es tan bien consumido en otros lugares del Perú, pero es una radiografía bien clara de qué pasa, ¿no? Y como te decía, principios éticos, principios morales y cómo este espacio en teoría, que debería en teoría ser armonioso para la convivencia en la nación, ¿no? Y sí creo que es como, da mucha cuenta de realmente lo que somos o todo lo que nos falta avanzar. Entonces, no estoy segura de que vayan a pasar la historia como los mejores comediantes, porque yo no creo que son buenos comediantes para nada, pero seguramente la gente va a recordar mucho como que

fue un programa que se hizo muy famoso, donde la gente obviamente ganó mucha plata, pero un programa que se hizo muy famoso por decir un montón de cosas sin sentido.

10. ¿Tendrías algún consejo o alguna línea de investigación en la cual te parecería que se debería estudiar “¿Hablando Huevadas, desde las comunicaciones?

O sea, no sé en realidad como desde qué otro espacio se podría ver, o sea, entiendo que ahora estás como viendo los temas discursivos o los temas que tienen que ver con la actividad. La estructura básicamente. Y creo que algo que podría funcionar es también hablar con las personas que ven o que no ven esto para ver cuánto cala, ¿no? Porque luego, creo que siempre nos referimos a que los contenidos de por sí son malos, pero a veces no podemos comprobar si realmente tienen una relación con lo que la gente piensa. Y muchas veces los comediantes dicen que no tienen una implicancia, ¿no? Dicen, bueno, no me importa porque la gente en realidad no está poniendo atención a lo que yo digo y yo no soy el culpable de que la gente tenga prejuicios o yo no soy el culpable de que la gente produzca prejuicios, ¿no? Entonces, no sé si para tu tesis, pero en general para una línea de decisión, yo creo que sí necesitamos empezar a medir el impacto de lo que se dice en medios de comunicación a nivel discursivo, porque creo que eso es algo que falta mucho para poder explorar hasta dónde llegan los medios y si realmente, como decía, los medios influyen a la gente o la gente valida con lo que ya piensa lo que los medios hacen. Y ahí creo que tenemos un vacío que nadie ha llenado todavía.

Entrevista 2: HUGO DAVID AGUIRRE CASTAÑEDA

1. El humor en la sociedad peruana ¿Cuáles son las características más relevantes del humor en el Perú? ¿Existe un humor peruano? Y, si es que existe, ¿este se caracteriza por la agresión, la burla, la vulgaridad, el denigrar al otro y el sentido de superioridad?

Mira, tu planteamiento tiene una serie de aristas interesantes. Una de ellas tiene que ver con la categoría nación, con la categoría país, con la existencia del Perú. Entonces, sí, nosotros tenemos un territorio, tenemos una historia, tenemos unos habitantes, hay quienes dicen que somos un estado y todavía no íbamos a ser una nación, a todo eso se le llama Perú. Desde la época de la República se han registrado medios de comunicación impresos en los que, por ejemplo, se ha hecho caricatura, se ha hecho humor político a través de textos que tienen que ver con crónicas, con textos periodísticos impresos, en los que prevalece un tipo de humor, sobre todo político. Y en el humor político hay una veta interesante, que es la del sarcasmo, la cuestión que parte por la burla de cuestiones políticas coyunturales encarnadas en personajes que, de alguna manera, representan esas acciones, o las han perpetrado, o las han llevado adelante.

Entonces, esa es una constante que todavía permanece hasta ahora. Una parte importante del humor político se da en la caricatura y está en los medios impresos, sobre todo en los medios de circulación nacional más importantes, como La República, El Comercio, las revistas Somos del Comercio, los periódicos más jóvenes, digamos, que circulan y que tienen caricaturistas importantes, que están permanentemente reaccionando frente a la coyuntura política y tomando personajes políticos para elaborar una propuesta irónica, sarcástica, burlona, que hace que tengamos una tradición muy importante de humor político en el país, que se remonta a la historia

desde el Virreinato, a la República, a la actualidad. Entonces, hay importantísimos representantes de este humor que tienen también como una especie de insumo al otro humor, que es el humor que se plantea el audiovisual en el mundo de la televisión. En los medios audiovisuales. Entonces, el humor audiovisual es muy interesante porque tiene varias facetas interesantes. Una de ellas tiene, por ejemplo, que ver con el programa Los Chistosos, que es la radio, que hace humor político, hace imitaciones, hace distintos tipos de géneros humorísticos, digamos, vinculados al gran talento que tienen quienes, de alguna manera, integraron su propuesta. Rossini, Armas, gente que ya no está, y otros que ahora están formando parte de ese equipo. Que, por otro lado, tiene ahora integrada una mujer también. Cosa que me parece maravilloso, ¿no es cierto? Entonces, ese humor radial es heredero de un humor audiovisual que gente como Balos Abelardo Sánchez y Luis Peirano abordaron en el libro “Risa y cultura en la televisión peruana”, que trabajaba fundamentalmente el caso específico de “risas y salsa”. Que, por cerca de tres décadas, fue uno de los programas televisivos de mayor rating y uno de los programas que tenía humor político, humorísticos vinculados a costumbres, a propuestas de personajes que estaban amarrados a la cotidianidad del país. La famosa dualidad del cholo versus el criollo.

Estaban presentes ahí, ¿no? El gay, el homosexual, que también ha sido siempre un personaje al que se le ha sacado mucha punta en la historia del humor peruano, si es que existiera una, y si es que alguien se ha atrevido a llevarla adelante. En el caso específico de risas y salsa, hay antecedentes que tienen que ver con programas que estaban en otros canales en décadas pasadas, como El Tornillo y otros que no recuerdo exactamente, pero que menciona muy bien el libro de Peirano. Y así llegamos a los noventa, cuando esa forma, ese formato empieza a languidecer por temas vinculados a su propia decadencia, a que los personajes desaparecieron, los cómicos envejecieron, y había que hacer una renovación, y aparece gente que estaba en la cantera de risas

y salsa, como Jorge Benavides y Carlos Álvarez, que tienen, pues ahora sostienen el humor contemporáneo televisivo, ¿no es cierto? Eso me parece rescatable, importante, porque ambos tienen un tipo de humor que podría fácilmente estigmatizarse de conflictivo con relación a una serie de estereotipos que antes eran típicos, muy recurrentes para hacer reír, ¿no? Entonces ahora ya no es muy, no se ve bien, no es pertinente, existe una vigilancia que impide hacer humor con los homosexuales, que hace difícil hacer humor racista con los distintos grupos étnicos y pueblos originarios del país.

Entonces eso está entrando en un conflicto, y por eso es que el humor de esos programas está orientando brutalmente hacia lo político, y concentrándose fundamentalmente ahí, para evitar tocar esos estereotipos antiguos, ¿no? Entonces a partir de los noventa también se da un fenómeno interesante con la decadencia de risas y salsa, con el surgimiento de otros formatos humorísticos, con la llegada de las redes sociales, y claro, también con la presencia de series televisivas, de personajes que permiten conectar e internacionalizar el humor peruano, ¿no? Aparece el *stand-up comedy*, aparece también el paréntesis extraordinario de Pataclaun, que es posterior a risas y salsa, convive con JB y con Carlos Álvarez, pero que desarrolla un humor payaso, circense, estridente, muy inteligente, y que toca temas sexuales, toca temas de distintas ídoles, ¿no? Entonces es ese proceso, esa evolución, que termina con los *stand-up comedy*, con los humoristas de monólogos, que dan como resultado a estos patas que tú estás estudiando, que son los de Hablando Huevadas, que empiezan en la radio, que después se desplazan al teatro, que después ganan tanta plata que se compran un teatro, y ahora también están entrando en decadencia, porque aparentemente ha habido unos deslices, unos errores que han determinado que el público que antes los sostenía, ahora les dé la espalda.

2. El tipo de humor transgresor dentro de las producciones humorísticas en el Perú, ¿Tiene algún referente? ¿Es nuevo este tipo de uso? ¿Podríamos hacer un paralelo con lo realizado en la televisión y en las actuaciones de los cómicos ambulantes en las calles?

Es importante que sepas que el primer usuario del sarcasmo y del humor negro, de manera brutal, fue Ferrando, Augusto Ferrando. Augusto Ferrando inauguró un tipo de humor que tuvo una popularidad extraordinaria y que también alimentó como referente al humor de Risas y Salsas y de los subsiguientes cómicos, inclusive de los cómicos ambulantes. Recuerdo los personajes que formaban parte de Trampolín a la Fama, había un negro, había un cholo, había una mujer y había una gringa. Entonces esos personajes fueron objeto de una permanente burla, un humor sarcástico, un humor negro que era muy celebrado por la ciudadanía que veía ese programa de televisión.

Entonces los antecedentes de los cómicos ambulantes, el antecedente de la comicidad de Ferrando, en el que nacieron, además, porque entre comillas descubrió a Barraza, Melcochita, varios, inclusive varios de los cómicos ambulantes surgieron ahí, tiene una continuidad que es una que ha retomado gente como los de Hablando Huevadas. Entonces, por otro lado, yo creo que también hay una sutileza referencial, porque la transmisión la transmisión radial de partidos de fútbol, los comentaristas deportivos también usan mucho ese humor negro y utilizan mucho ese esquema de diálogo polarizado que también caracteriza de alguna manera a Hablando Huevadas. Además, están otros que han convivido con ellos, que es como Galdós, por ejemplo, que son extraordinarios exponentes de un humor bastante más fino que el de Hablando Huevadas, pero que se entronca con el tema de la chacota, con la joda, con el personaje y con la burla, con utilizar la debilidad del otro, el error del otro para reírse.

Ahí hay una pregunta súper importante, eso no puede estar fuera de tu análisis, porque el humor en radio es un humor, digamos, que, de comunicación oral, más que la cuestión gestual, entonces

está fuertemente vinculado al gag, a la lisura, al enganche cacofónico, al uso de onomatopeyas, hay una serie de características que tiene el lenguaje oral que hacen posible hacer humor con él, y ellos eran muy capos utilizando eso.

3. Los personajes principales de “Hablando Huevadas”, Ricardo y Jorge, ¿formarán parte de la historia del humor en el Perú?

Mira, yo no sé si quieren hacer parte de la historia del humor en el Perú, todavía es muy temprano para que eso se dé y ocurra. Acaban de tener, como te acabo de decir, un incidente que aparentemente ha hecho que su popularidad descienda un poco, entonces depende mucho del manejo que ellos mismos hagan de su propia carrera para que eso ocurra. Por otro lado, es un humor que está muy afincado en Lima, está centralizado en la capital, entonces el humor de los cómicos ambulantes era precisamente un humor ambulante porque viajaban por el país y se presentaban en distintas plazas y eso hacía que ese humor sea, entre comillas, reconocido. El humor de Ferrando, el humor de Risas y Salsa, el humor de Carlos Álvarez y de JB es un humor televisivo que circula a través de todo el territorio nacional o de los sitios donde hay cobertura.

Entonces yo no creo que todavía esté ocurriendo eso con estos dos comediantes que están todavía muy jóvenes, por otro lado, como para poder afirmar que van a formar parte de la historia de la comicidad en el Perú. Además, por otro lado, es una historia muy efímera, ya nadie se acuerda quiénes eran los cómicos de la República, del inicio de la República o del Virreinato, para eso hay que investigar. Ahora hay una serie de soportes que hacen posible que podamos decir con cierto nivel de facilidad que en este momento ellos tienen una gran presencia en el humor nacional, pero la historia es otra cosa, es de tiempos muy largos.

4. ¿Cómo se explica la aceptación y la fidelidad al programa, a pesar de las críticas por parte de la opinión pública?

Las quejas oficiales no tienen nada que ver con los contenidos del programa, eso va por un camino paralelo. ¿Quién se queja? Se quejan las asociaciones de gente que ve televisión, los grupos étnicos que se ven afectados, pero la audiencia fanática de “estos patas” no se va a quejar nunca, porque se divierten con eso. Entonces, por otro lado, ese tipo de quejas tiene que ver precisamente con esta mirada moral que no admite determinado tipo de uso de la sexualidad del grupo étnico, de la procedencia de pueblos originarios, de la edad, de la opción sexual, que para un sector importante de la población no debe ser tocado por el humor, porque también pasa una cosa muy importante, y es que el humor hace que sean fácilmente aceptadas cosas que en otra condición no ocurrirían.

Entonces, el humor permite eludir la censura, permite niveles más importantes de tolerancia, hace posible consensos y alianzas que no serían factibles desde una perspectiva dramática o de extrema seriedad, ¿te das cuenta? Entonces, el humor abre puertas, y ese es un elemento clave que hace posible la subsistencia de propuestas humorísticas como las de Hablando Huevadas. Por más quejas que haya, esas quejas son irrelevantes, las quejas no dan risa.

5. ¿Deberían existir límites para este tipo de humor, catalogado por ambos comediantes de “Hablando Huevadas” como “humor negro”?

Yo creo que no existen límites a la libertad. Entonces, esta, digamos, que deja de ser libertad cuando agrede, cuando toca la sensibilidad del otro, ¿no es cierto? Y eso es algo muy subjetivo y relativo. Si yo soy un fanático religioso, pues siempre voy a sentir que hay una serie de agresiones

a través del humor de estas personas, pero también está la opción de no verlo, de ser indiferente frente a eso, y entonces no voy a sentir ninguna agresión, porque no tengo ningún contacto con esas propuestas humorísticas, ¿te das cuenta? Entonces, es una opción. Yo soy fanático religioso, pero no soy militante. Entonces, claro, me quedo en mi culto y se acabó el cuento.

¿Qué me importa a mí de lo que hablan estos sujetos? ¿Qué cosa puede ser importante que estos sujetos se dirijan a un sector importante de la población si yo no lo veo? A mí no me afecta. Pero existe también un grupo de gente que cree que tiene que salvar el mundo, que tiene que evitar que esto ocurra, que tiene que censurar, y la censura es lo peor que puede haber, en cualquier caso. Inclusive, en el Perú y en el mundo existe un consumo indiscriminado y brutal de pornografía, y nadie puede luchar contra eso, ¿no es cierto? Porque hay gente que se siente libre y la consume, ¿no? Aquí en el Perú hay gente moralista que está metida tratando de evitar que circule la paisana Jacinta, y los hijos de esas personas están viendo pornografía en sus propias computadoras todos los días.

6. Humor denigrante en los contenidos audiovisuales, seguidores y fans. ¿conoce alguna base teórica o conceptual que explique que la exposición constante a este tipo de humor podría influenciar en la adopción de posturas expuestas en el contexto humorístico y ser aplicadas en el contexto social?

Es una falacia teórica que existe desde el origen de la teoría de la comunicación, cuando se hablaba de la teoría hipodérmica. Entonces, no, ahora la gente tiene herramientas para contrarrestar la influencia de los medios vacíos de comunicación y de contenido. Esas herramientas son la educación, ¿no? Son el pensamiento filosófico y religioso. Son una serie de cosas, ¿no? Entonces,

tú tienes una formación educativa en el colegio, en la universidad, y esas son tus armas para aceptar o no ese tipo de contenido. Y entonces no hay lío con eso. No se puede hacer, es un riesgo intentar decir que existe teoría que condena moralmente determinados contenidos. ¿Eso es religión o es ideología? Se acabó el cuento. Entonces, no, los pensamientos científicos no tienen que ver con eso. Lo que pasa ahí es que la paisana Jacinta surge antes de la cabeza de la persona que tiene una visión racista. No es que la paisana Jacinta te hace racista. Es un racista el que la produce. Esos contenidos se posicionan sobre matrices culturales históricas.

La gente está siendo presa de ese tipo de sentimientos, de ese tipo de emociones. Sí, claro, exacto. Los más niños, los jóvenes tecnológicos de ahora no, porque la escuela les enseña a no ser racista.

7. ¿Compartir la afición por el contenido de “Hablando Huevadas” podría implicar un sentido de pertenencia social?

No lo sé, mira, lo que pasa es que este tema debieras tú, digamos, tocarlo desde, digamos, la perspectiva de Bordeaux, desde el análisis del gusto, ¿no? Entonces, que me dices, dependiendo de tu educación, de tu asesoramiento social, del sitio donde vives, de la historia que tienes, tienes ese gusto determinado.

Y ese gusto te lleva a tener, pues, empatía con lo que dicen los de Hablando Huevadas. ¿No? Hay gente a la que solo le gusta hablar de esto y lo va a ver. Entonces, tampoco podemos decir que haya una coincidencia masiva alrededor de este producto comunicativo.

Hay gente a la que le gusta. Esos serán los que permiten que tengan un poco más de dinero ahora, formatos particulares que no pasan para la televisión, por alguna razón será, y se mueven en las redes, y es un espectáculo en televisión. Entonces, hay que poner eso en tu justa dirección.

No es un producto masivo. Y el que tú lo veas, no te hace igual que ellos. ¿Cuál es el rodeo de la reflexión que estás poniendo en la escena? Es, el que ve es vulgar, o el que es vulgar se hace el que es.

8. Los personajes principales de “Hablando Huevadas”, Ricardo y Jorge, ¿pueden tener algún referente en la historia de la comicidad?

Tanto Ferrando como los de Hablando Huevadas, usaban el humor negro. Entonces, el humor es un humor cuya estrategia sarcástica tiene que ser una cosa que se va contra la norma. Claro. O sea, las propias personas no lo harían, pero en un contexto humorístico se permite ello.

Se permite la transgresión. Y sobre ello, bueno, como en la televisión, no se puede realizar actualmente. Los tipos de contenido en la televisión ya se han ido blanqueando, censurando un poco más.

En YouTube es donde encuentran, en plataformas de *streaming*, en plataformas digitales, es donde encontrarían ellos este espacio. Y les permitiría mayor libertad para poder desarrollarse. Y eso también tiene, supongo, tiempo corto de sostenibilidad. No son tan sostenibles en el tiempo, ¿no? Pueden hacer una estrategia de salir de la radio a YouTube, de YouTube a el teatro, volver ahí a YouTube, volver a la radio y así, hasta que se muera.