

Lacrifagia y mercancía: Reflexiones sobre *Girls & Boys* (2022) de Alfredo Castro y *Edipo stand up tragedy* (2023) de Teatro La Provincia

Lachryphagy and merchandise: Reflections on *Girls & Boys* (2022) by Alfredo Castro and *Edipo stand up tragedy* (2023) by Teatro La Provincia

Ignacio Barrales¹

UNIVERSIDAD ARTES CIENCIAS Y COMUNICACIÓN, CHILE. ESCUELA DE COMUNICACIÓN DIGITAL DE LA FACULTAD DE COMUNICACIONES

 <https://orcid.org/0009-0002-4422-5415>

Resumen. Ante la problemática de la obra de arte como mera mercancía intrascendente, es decir, devaluada de todo sentido estético e improductivo, nos proponemos pensar el caso de dos obras teatrales recientes del circuito chileno santiaguino –*Girls & boys* (2022) de Alfredo Castro y *Edipo stand up tragedy* (2023) de Teatro La Provincia– con el fin de establecer una mirada diferente desde la obra misma a su irremediable condición de mercancía-producto cultural. Nuestra hipótesis es que estos casos escénicos, al elaborar sus estructuras a partir del soporte *stand-up comedy*, son capaces de generar, sino una ruptura, una conciencia de sí mismas que suspenden las lógicas de producción capital de su soporte para hacer aparecer-levantar no solo su opuesto (la tragedia), sino dar cuenta de la condición desfetichizada de la obra-producto cultural. Para ello, hemos seccionado este artículo en tres secciones: 1) El fetiche de la mercancía, 2) El espectáculo de la(s) mercancía(s), y 3) Lacrifagia de la mercancía. En la primera nos dedicaremos netamente a realizar una aclaración del concepto elaborado por Karl Marx. En la segunda desarrollaremos la teoría de Guy Debord para establecer un alcance con el dispositivo *stand-up comedy*. Finalmente, en la tercera, ejecutaremos el análisis correspondiente a los casos escénicos para dar cuenta, por medio de la metáfora del concepto de “lacrifagia”, de su capacidad autorreflexiva.

Palabras clave. Fetiche de la mercancía, Sociedad del espectáculo, Producto cultural, *Stand-up comedy*, Teatro chileno.

Abstract. Faced with the problem of the work of art as mere inconsequential commodity, that is to say, devalued of all aesthetic and unproductive meaning, we propose to consider the case of two recent theatrical works from the Chilean theatre circuit in Santiago -*Girls & Boys* (2022) by Alfredo Castro and *Edipo stand up tragedy* (2023) by Teatro La Provincia- in order to establish a different view from the work itself in the face of its irremediable condition as a cultural merchandise-

¹ Actor, Licenciado en Arte Escénico de la Universidad de Playa Ancha, 2018. Estudiante Magíster en Artes con mención en Teoría e Historia del Arte de la Universidad de Chile (Financiado por Beca Chile Crea 2022). Director y dramaturgo de la Compañía Teatro Estudio Nos, Valparaíso. Docente en Estudios Teatrales y Teoría del Arte. Investigador escénico independiente. Mail ignacio.barrales@ug.uchile.cl. Contribución CRediT (Contributor Roles Taxonomy) Administración, adquisición, análisis, conceptualización, escritura, redacción.

product. Our hypothesis is that these scenic cases, by elaborating their structures from the Stand-Up Comedy support, can generate, but a rupture, an awareness of themselves that suspends the logical of capital production of their support to make appear-raise not only its opposite (tragedy), but also to give an account of the de-fetishised condition of the cultural work-product. To do this, we have divided this article into three chapters: 1) The fetish of merchandise, 2) The spectacle of the merchandise(s), and 3) Lachryphagy of merchandise. In the first, we will dedicate ourselves purely to clarifying the concept elaborated by Karl Marx. In the second, we will develop Guy Debord's theory in order to establish a scope with the Stand-Up Comedy device. Finally, in the third chapter, we will carry out the analysis corresponding to the stage cases in order to give an account, by means of the metaphor of the concept of "lachryphagy", of their self-reflective capacity.

Keywords. Merchandise fetish, Society of the spectacle, Cultural product, Stand-up comedy, Chilean theater.

Introducción

El devenir del arte en mera mercancía no es nada nuevo². Como sabemos, desde que Duchamp instaló su urinario modelo Berdfordshire en la Galería de Arte 291 en Nueva York, la historia de las cosas bellas tomó un rumbo insoslayable, bajo el cual, pensar hoy la mercancía como obra artística o soporte creativo, solo nos llevaría a una reconfirmación de la impotencia vanguardista (lo que es, propiamente tal, la *posvanguardia*) o bien a una descodificación de las propias fuentes de dicha creatividad puesta en obra. La acumulación o el mero abastecimiento de la maquinaria productiva es la advertencia que se nos presenta en medio de la reflexión de este tipo. A este respecto, Bürger nos hace el siguiente alcance relacionado a la "falsa superación del arte autónomo":

Una literatura que tiende ante todo a imponer al lector una determinada conducta de consumo es práctica de hecho, pero no en el sentido en que lo entiende el vanguardista.

Semejante literatura no es instrumento de emancipación, sino de sumisión. Lo mismo se puede decir de la estética de la mercantilización, que trabaja con los encantos de la forma para estimular la adquisición de mercancías inútiles (110).

Ahora bien, si consideramos que –parafraseando a José Antonio Sánchez– “el teatro no fue considerado arte hasta principios del siglo XX” (4), la cuestión de su estetización mercantil, que arrastró al resto de las artes de su tiempo, manifestaría, en contraste, un cierto retraso o bien

² Acerca de esto, Adorno y Horkheimer nos dicen que a partir de la conformación de la industria cultural “todo tiene valor sólo en la medida en que se puede intercambiar, no por ser lo que es. El valor de uso del arte, su ser, es para ellos un fetiche, y el fetiche, su valoración social, que ellos confunden con la categoría de obra de arte, se convierte en su único valor de uso, en la única cualidad de la que disfrutan” (172).

resistencia. En tal caso, podríamos pensar que lo real en la representación teatral no solo generó un desmantelamiento estético de su convención recientemente “artística”, sino también la consagración de una forma de producción escénica que trajo consigo problemas que desbordan sus fronteras de clasificación. El “giro performativo”, como lo ha denominado Fischer-Lichte, abrió un abanico de posibilidades al margen de lo interdisciplinar, bajo el cual su categoría de “mundo separado” queda más bien sombreado, o en estado “liminal” (Turner). En consecuencia, las hipótesis sobre un inminente fin del arte teatral han proliferado de manera soslayada y sensacionalista, dejando en la ribera transgresiones de espacio y tiempo, como la adaptación virtual en pandemia y su debate en torno a la indispensabilidad de la presencia corporal. Ciertamente, el único *fin* a tientas deducible ha sido el de su carácter hegemónico narrativo, lo que ha proporcionado, sin duda, su devenir escénico o “postdramático” (Lehmann). Ante esta ciénaga propia de nuestros tiempos el arte dramático, ya en la línea de *lo híbrido*, ha hecho uso de diversos recursos del mundo-industria para servirse de su apareamiento. Esto nos lleva a pensar en un riesgo ineludible: la pura repetición de sí misma, a modo de “resultado serial”, de la puesta en escena como obra de arte/mercancía cultural (Adorno y Horkheimer). Nos preguntamos, por tanto, ¿hay salida ante esta condición?

Dicho lo anterior, en el presente artículo analizaremos dos obras teatrales recientes del circuito chileno que, de alguna u otra forma, hacen uso de su propia condición de mercancía/espectáculo para hacer aparecer-levantar “otra cosa”. Estas obras son *Girls & boys* (2022), de Alfredo Castro, y *Edipo stand up tragedy* (2023), de Teatro La Provincia. En consecuencia, nos enfocaremos, en una primera instancia, sobre el concepto de mercancía y su fetichización según la filosofía marxiana, con el fin de entender su condición transversal en nuestra realidad capitalista. De esta manera, como siguiente punto a abordar, veremos cómo la producción emancipada de mercancías es capaz de generar su propia naturaleza a partir de un *espectáculo* que atraviesa a y ha devenido la vida misma (Debord). La tercera parte estará dedicada al estudio de los dos casos escénicos ya mencionados, que hacen uso del recurso de la *stand-up comedy* para erigir un relato trágico. La intersección que se origina a partir del uso formal de la expresividad de “cambio-risa” en su estilo pareciera ser también la única oportunidad para ocasionar la catarsis existencial de/en nuestro tiempo. Ergo, nuestra hipótesis es que, al no existir un “afuera” de la axiomática de la racionalidad económica, siendo todo su paisaje interioridad asimilable, el uso del envoltorio-mercancía (*stand-up comedy*) en la creación artística como estrategia de apareamiento de la vida-bajo-ella, en el mejor de los casos, colaboraría hacia una posible vía de fuga de la misma y, con ello, su aparente superación acumulativa. Esto nos lleva a pensar en una tendencia tácitamente aceleracionista, lo que traza una reflexión sobre la productividad del sistema artístico y su futuro. Ahora, claro está, sin antes hacer derramar –metafóricamente– un par de lágrimas a la cosa devaluada de uso, para luego volver a ser absorbidas por la misma.

El fetiche de la mercancía

La definición de “mercancía” que ofrece Marx en *El capital* remite a la “forma elemental” de una riqueza compuesta por el modo de producción capitalista en cuanto “enorme cúmulo de mercancías” (43). Siguiendo al filósofo alemán, la mercancía es, entonces, un objeto externo que

satisface ciertas necesidades humanas, ya sean corporales o “espirituales”, directas (subsistencia) o indirectas (medio de producción). En tanto cosa útil, la propiedad de la mercancía posee un “valor de uso” (un bien), cuya valoración se hace efectiva en cuanto uso o consumo: estos valores “constituyen el *contenido material de la riqueza*” (Marx 44, la cursiva es del autor), pero también, en una sociedad capitalista, son “portadores materiales del *valor de cambio*” (Marx 45, la cursiva es del autor): su forma natural y su forma de valor. En base a esto, podríamos decir, la mercancía establece una relación cuantitativa en un entorno diferenciado cualitativo de cosas útiles que buscan equipararse. Para ello, no obstante, es necesaria la articulación de “algo común”: la abstracción proporcional de sus valores de uso. He allí su carácter “bifacético”: su cualidad hace referencia al valor de uso, sobre la cual una y otra cosa se diferencian a partir de su utilidad, mientras que su valor de cambio es determinado por su cantidad, que hace de una y otra mercancía igualables a partir de su magnitud de valor.

Si dejamos de lado el valor de uso del “contenido material” (cuerpo) de una mercancía, nos resta únicamente su propiedad de resultado laboral para componer ese “algo común”: ser producto del trabajo. Es aquí cuando Marx aborda el concepto de “trabajo indiferenciado” o “trabajo abstractamente humano”, es decir, aquellas propiedades sensibles productoras que se desvanecen en el proceso de equivalencias entre las mercancías. Lo que nos queda de aquella “sustancia generadora de valor” (trabajo) no es más que “una misma objetividad espectral, una mera gelatina de trabajo humano indiferenciado, esto es, de gasto de fuerza de trabajo humano sin consideración a la forma en que se gastó la misma” (Marx 47). Sabemos que la manera en la cual se mide la magnitud de valores de las cosas producidas es a través de la contabilidad del tiempo empeñado en dicha producción: su duración. Y con esta “demora parcelada” en la confección de un objeto de utilidad se establece, en la medida de su desgaste, un equivalente de fuerza humana de trabajo. En este sentido, la objetividad espectral de las mercancías, que es esencialmente fuerza de trabajo abstraída, funciona como el contenido de las mismas. O, dicho de otra forma, las cosas intercambiables encuentran su magnitud de valores en el tiempo destinado a su producción “socialmente necesario” (Marx 48). De este modo, en definitiva, Marx descubre el valor oculto de las mercancías a partir del análisis de la relación de cambio entre las mismas que, en su comunicación más refinada, se expresa mediante la forma de dinero.

Hasta aquí tenemos una definición de la mercancía que abarca lugares obviados en la época del filósofo alemán, incluso –podríamos decir– hasta el día de hoy. Es por medio de esta sospecha sobre las cosas útiles del mercado industrializado que este plantea una filosofía política (materialismo dialéctico) basada en la división social del trabajo, es decir, en las actividades útiles cualitativamente diferentes que se organizan en una sociedad de productores de mercancías. Sin embargo, a pesar de los niveles de dificultad de las diversas actividades laborales, en un medio industrializado todo se reduce al “trabajo medio simple” como “unidad de medida justa” según los intereses de un proceso social determinado (en el caso crítico marxiano: la sociedad capitalista). En este sentido, si la división social del trabajo se clasifica desde su equitativa fuerza humana necesaria, toda relación productiva entre las diversas especializaciones se homogeneiza en su valor de gasto y, por tanto, desaparecen en la práctica (dichas relaciones: el proceso de alienación). *Ergo*, puesto que cada mercancía representa trabajo humano puro y simple, como si estuvieran llenas de este en su interior, lo que se intercambia en el mercado es “fuerza de trabajo gastada”, o bien tiempo parcelado en la producción de un objeto. Por ello, lo que consumimos al adquirir una mercancía no es otra cosa que “vidas humanas abstraídas” en la misma. Sin embargo, este gasto-contenido en circulación mercantil pareciera desvanecerse junto a sus relaciones de fuerza productiva, como un

truco de magia, ante los ojos de sus consumidores. Esto es, en parte, lo que determinará el carácter fetichista de la mercancía.

Para Marx, la mercancía, al entrar en el circuito mercantil –es decir, al ponerse en escena en cuanto tal–, adquiere un carácter místico que lo transmuta de una cosa ordinaria a una cosa sensorialmente suprasensible. Esta transmutación es posible gracias a una lógica de sustitución (*quid pro quo*) de los productos del trabajo –es decir, de los objetos útiles producidos por los trabajadores– en mercancías. Por ello:

Lo misterioso de la forma mercantil consiste sencillamente, pues, en que la misma refleja ante los hombres el carácter social de su propio trabajo como caracteres objetivos inherentes a los productos del trabajo, como propiedades sociales naturales de dichas cosas, y, por ende, en que también refleja la relación social que media entre los productores y el trabajo global, como una relación social entre los objetos, existente al margen de los productores (Marx 88).

Identificamos dos cuestiones aquí en la fetichización de la mercancía: 1) su aparente autonomía, y 2) la relación reificada de esta. En primer lugar, al considerarse el resultado de la fuerza de trabajo como caracteres objetivos connaturales en ellas, las cosas adquieren vida propia al igual que en la religión las deidades. Esto es lo que podríamos llamar “la sustitución del todo por sus partes” al ser olvidado el origen de los productos y al otorgarles una propiedad que es, en realidad, perceptual. Y, en segundo lugar, es, siendo mercancía, que la misma es capaz de generar una forma fantasmagórica de relaciones entre las cosas como producto endógeno de una relación social determinada entre los hombres: la capitalista. En consecuencia, el trabajo humano subsumido al capital no solo tiene como particularidad generar plusvalor, sino también una especie de “ilusión/engaño” en la comunicación de sus productores. El enorme cúmulo de mercancías es contemplado como un paisaje propio de la naturaleza humana, en constante progreso, y no como lo que es: el resultado de un sistema social basado en la acumulación de capital. En defecto, como parte de este engaño naturalizado, las relaciones sociales se cosifican: se vuelven “*relaciones propias de cosas* entre las personas y *relaciones sociales entre las cosas*” (Marx 89, la cursiva es del autor). De esta manera, se instaura como ley natural reguladora el tiempo de trabajo socialmente necesario de producción de mercancías, ya que es a partir de este “tiempo” que la igualdad de trabajos se puede valorizar en su intercambio. Y, si esa fuerza de trabajo es lo único que poseen los trabajadores como mercancía intercambiable por un salario, entonces dicha relación con los dueños de los medios de producción se cristaliza en un orden de pura expresión de valores. De ahí que, por tanto, sea la forma-dinero la consumación del mundo de las mercancías y la que cumple la función de “velar” el carácter social de los trabajos privados y, con ello, la explotación a la cual se ve comprometido el trabajador. He allí, entonces, su secreto.

En resumen, el devenir enigmático de la mercancía y su absolutización de los caracteres que componen su cuerpo sensorialmente suprasensible son dados, en primer lugar, por su propia condición de mercancía. Esto es desde que una cosa útil comienza a poseer un valor de uso social y, por tanto, una magnitud de valor basada en la fuerza de trabajo abstraída que permite su intercambio. En consecuencia, el desprendimiento del propio valor de la mercancía dineraria de su proceso de producción social descalabra en una mistificación del capital, que la vuelve impersonal y convierte nuestras relaciones sociales una abismal deshumanización. Por ello, el sistema monetarista no ve el dinero como “representantes de una relación social de producción, sino bajo la forma de objetos naturales adornados de insólitos atributos sociales” (Marx 101). Ahora bien, en este sentido, en tanto que acumulación de ilusiones, es decir, como un enorme cúmulo de fantasmagorías que se reproducen incesantemente, valdría preguntarse por el destino de la sociedad que debe soportarla a un grado tal que pareciera ya no existir un “afuera” de su propio engaño: ¿qué cosa resulta de ella después de que ese cúmulo ha llegado a su tope? ¿En qué deviene, por consiguiente, su forma de relación?

El espectáculo de la(s) mercancía(s)

En *La sociedad del espectáculo*, Guy Debord ofrece una respuesta a la interrogante de la sección anterior. Para él, desde una línea marxista de pensamiento, pero también desde una lectura original de Feuerbach, la acumulación de capital rotura la sociedad capitalista, al igual que una represa que colapsa por su presión, haciendo de ella puro espectáculo. Esto no quiere decir que se trata de una forma de organización social que simplemente acumula espectáculos, sino que, más bien, ha hecho del espectáculo la forma dominante de relación social posible en una sociedad donde imperan las condiciones de producción moderna. O, parafraseando a Debord, “el espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes” (9). En este sentido, el vértice de fuga del enorme cúmulo de riquezas ilusorias es la imagen, en la medida que en ella se genera una separación de la vida. Por una parte, la vida que se vive directamente y, por otra, la vida que ha sido distanciada de sí misma a través de su representación. Por ello, el espectáculo como producción de lo separado consolida la mismísima alienación de sus productores, no solo porque el trabajador es una determinada cantidad de dinero utilizable, sino también un producto de sí mismo, como movimiento inexorable de su axiomática. *Ergo*, cada trabajador pasa a ser un agente activo de su propia separación del mundo con la “vida directa”, “concreta”, pues “tanto más su vida es ahora su producto, tanto más se encuentra separado de su vida” (Debord 19).

Frente a lo anterior, allí donde la mercancía comprende una transmutación de una cosa sensible a una sensorialmente suprasensible, su cualidad material en progresiva explotación encuentra en el distanciamiento representacional una prolongación de su espiral. O, en otras palabras, es en la imagen misma donde el proceso de producción mercantil encuentra un lugar capaz de sostener su ambicioso o, mejor dicho, calculador proyecto cuantitativo. Para Debord, la industria, siguiendo a Adorno y Horkheimer, se ha expandido como un hongo sobre la superficie social y ya nada está fuera de su alcance, puesto que es ella, ahora, la sociedad misma: *malsaine, bruyente, laide et sale*³. En este sentido, la representación masiva cumple la función de fabricar una pluralidad alienante que, sin embargo, constituye su propia unidad como “instrumento de

³ “insalubre, ruidosa, fea y sucia” (la traducción es nuestra). La referencia es de la película de nombre homónimo *La société du spectacle* dirigida por Guy Debord en 1973 y recogida de YouTube en el siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=xGN5N3vrbLE>

unificación” (Debord 8). La paradoja del espectáculo consiste en que, siendo un medio de separación, genera una unidad respaldada por el lenguaje oficial de la economía política. Lo que resulta de esta contradicción es una especie de cosmovisión hecha materialidad: “una visión del mundo que se ha objetivado” (Debord 8). Y el reflejo de aquella objetividad da cuenta del nivel histórico del desarrollo de los productores, ahora convertido en pura realidad invertida, es decir, allí donde “lo verdadero es un momento de lo falso” (Debord 10). Es, por así decirlo, una percepción oscuramente diáfana de la vida, en donde la primera fase ontológica del “ser” (*être*) ha sido desplazada por el “tener” (*avoir*) del capitalismo a una segunda fase: la del “parecer” (*paraître*).

Al ser la imagen encubridora de la realidad, crea un espacio de ilusión sacralizado. Debilita las cosas concretas ante la posibilidad de su acceso, reemplazando a la mismísima existencia por su apariencia. En desmedro, el proceso de alienación de los trabajadores es radical puesto que cada realidad, ahora, se ha individualizado. La masa, comprendida como ese grumoso conjunto de personas atomizadas, accede al mundo únicamente por medio de las imágenes producidas por la industria: ella es, pues, quien la organiza. El espectáculo, por tanto, deviene mediador y objeto de la realidad. Y las personas, en su distanciamiento de las cosas, cristalizan su apareamiento mediante el consumo de imágenes externas, que desean. Aquella es la lógica del régimen espectacular que impide, por sobre todas las cosas, la “conciencia de la clase obrera” y, por tanto, toda oportunidad de transformación social. En palabras del autor:

El espectáculo somete a los hombres en la medida en que la economía los ha totalmente sometido. El espectáculo no es más que la economía desarrollándose para sí misma. Es el reflejo fiel de la producción de las cosas, y la objetivación infiel de los productores (Debord 12).

Es el sometimiento total de los trabajadores el que hace de su actividad, alguna vez determinante en el mundo, pura contemplación suprasensible. La actividad contemplativa del trabajador es, en este sentido, la confirmación del principio del fetichismo de la mercancía en una sociedad mediada por imágenes: la conquista de todo “lo vivido”. Es por medio de ellas que el mundo concreto es dominado y lo sensible reemplazado por otra sensibilidad elaborada en su proyección, tanto presente como ausente (Debord 21). La mercancía espectacularizada concierne, por ello, a la materialización de la alienación de los hombres convertidos en mercancías de sí mismos. Incluso hoy, el ejemplo de humanos “pegados” a una pantalla, no ya solo del cine o del televisor en el living de su casa, sino en la micro, mientras esperan ser atendidos en el consultorio, en la fila del banco o en el patio de comidas de algún *mall* colapsado, gracias al desarrollo del teléfono-celular, da cuenta de una continuidad productiva de la imagen de fondos inimaginables e indiscriminados. No solo “adormece” a una clase social específica en la medida que le quita su carácter de relación directa con las cosas, sino que, en ese “adormecimiento,” también se dilata una separación de la experiencia sensorial de cada individuo-persona. La calle, vía pública, alguna vez

el lugar de encuentro social por excelencia, ha devenido el sillón privado de cada hombre y mujer cansada de la realidad social del trabajo, haciendo de su desborde contemplativo una interioridad radicalmente externa. Tanto el tiempo como el espacio, condiciones *a priori* de la subjetividad kantiana, se ven alterados por la expansión representativa de la igualdad cuantitativa. Por ello, en la fábrica espectacular, espacio y tiempo se hacen semejantes a sí mismos al punto de decirse que crean, en conjunto, otro espacio y otro tiempo que llevan a sus consumidores a experimentar una segunda naturaleza. Lo interesante aquí, en todo caso, es que “el espectáculo no es ese producto necesario del desarrollo técnico mirado como un desarrollo *natural*. La sociedad del espectáculo es por el contrario la forma que elige su propio contenido técnico” (Debord 15, el énfasis es del autor).

Aquella forma se ve expresada esencialmente por medio de la imagen que, como hemos dicho, es la mediadora de las relaciones sociales en la lógica de la economía política, ahora espectaculares. Por ello, el “contenido técnico” de su formalidad no remite solamente al discurso conceptual o simbólico que llena los bordes, sino al marco mismo o superficie sobre el cual se inscribe dicho discurso. En tal caso, aquel marco o superficie adquiere una connotación de “selección natural” cuando, en realidad, es fríamente elegida según intereses del orden dominante. Debord nos da el ejemplo de los *mass media*, como espectáculo en su sentido restringido, para dar cuenta de la objetividad que aparentan siendo, medularmente, parciales en su florilegio informativo, cuya selección, por lo demás, corresponde a “la instrumentación exacta que conviene a su automovimiento total” (Debord 15). Esto quiere decir que el contenido técnico del espectáculo, generador de una segunda naturaleza, crea las condiciones propicias para una comunicación instantánea particularmente unilateral. El fin de velar por una administración que, a su vez, resguarda la ganancia de unas pocas manos escurridizas, es la esencia de este “automovimiento total”.

Parafraseando a Debord, si “el espectáculo es el discurso ininterrumpido que el orden presente hace sobre sí mismo” (15), entonces nos parece que, en tanto dinamizador de un lenguaje autónomo, el espectáculo cumple la función de un dispositivo en el sentido foucaultiano. Es decir, el espectáculo conforma “un conjunto de estrategias de relaciones de fuerza que condicionan ciertos tipos de saber y son condicionados por ella” (Foucault, cit. en Agamben 8). El dispositivo es, por tanto, una red compuesta estratégicamente por diversos saberes, leyes, medidas, enunciados, en fin, dichos y no-dichos, que operan en la sociedad de manera tal que organizan su disposición con el poder de forma cuasi-orgánica. Y, en la medida que entendemos este agenciamiento de los juegos de poder como un campo determinado por su superficie visual, hallamos en las imágenes un mecanismo de subjetivación que atraviesa todos los ámbitos de la vida. En consecuencia, la forma de las relaciones sociales, en su punto culmine fetichista según Debord, deviene en relaciones espectaculares capaces solo de producir más distanciamiento entre las personas internalizadas en su segunda naturaleza.

Esta “sobrevida aumentada”, irremediamente, se ve en la obligación de encontrar un sentido social en su desquiciado proyecto cuantitativo. El mecanismo actual para su desarrollo pleno se basa no en los totalitarismos fascistas, sino en las políticas democráticas liberales en tanto estas respaldan y garantizan el funcionamiento de la acumulación capitalista. Esto es lo que Foucault ha denominado como la “gubernamentalidad” del sistema neoliberal, a raíz de la deducción marxista de que “no existe un mercado independiente del Estado y que toda economía es siempre una economía política” (Ramírez 93), como infraestructura legal que beneficia, ahora, a los ideales de competencia, libertad individual y modelo de empresa de uno mismo amplificados

a todas las esferas de la vida. En otras palabras, lo que plantea Foucault es la consagración de la economía como un “análisis de la programación estratégica de la actividad de los individuos” (261). Y es esta economía puesta en acción, racionalizada, la que anuncia el retorno del “Homo œconomicus”: la conversión activa del trabajador como sujeto libre, ya no más objeto cuantitativo.

Ahora bien, nos aventuramos en decir que es esta sensación de libertad individual, atomizada, la que propicia, entre los tantos mecanismos neoliberales, el sistema del espectáculo debordiano en su unificación generalizada. Por ello, citando a Debord, “el crecimiento económico libera a las sociedades de la presión natural que implicaba su lucha inmediata por la sobrevivencia; pero es entonces de su liberador que ellas no se han liberado” (23). Sin embargo, esta liberación estancada es propiciada, no por sus liberadores, sino por aquellos mismos sometidos de forma voluntaria. La espectacularización de uno mismo que podemos observar en redes sociales, como acción de esa libertad, es tanto más determinante en dos sentidos: 1) la percepción que podamos generar en la “vida misma” en tanto consumo, y 2) la limitación material-técnica del aparato que permite su aparecer. Es el apareamiento a través de su medio el que nos da cabida existencial en un sistema que tiende hacia la opresión por aglutinamiento suprasensible del mismo. En este sentido, su utilización e inversión se vuelven indispensables si se busca producir ganancia en una empresa-individuo. Ello torna los principios de innovación en una ley en la medida que su aparecer en el mundo-espectáculo es limitado por las capacidades tecnológicas del aparato que lo hace posible. Por lo tanto, si pensamos esta espectacularización como un “diseño de sí mismo”, podemos decir que su aplicación “ha transformado la totalidad del espacio social en un espacio de exhibición para un visitante divino ausente, en el que los individuos aparecen como artistas y como obras de arte autoproducidas” (Groys 33). Sin embargo, independiente de aquello, los emprendimientos que con su lógica han surgido son múltiples e indiscutiblemente eficaces, en muchas ocasiones, incluso, subversivos. Entre ellos nos parece destacable el caso del *stand-up comedy* y el de sus productores, intrínsecamente solapados por una mistificación social, la de ser “el alma de la fiesta”: los *standapers*.

Lacrifagia de la mercancía

Limitaremos nuestra discusión al caso específico del *stand-up comedy*, puesto que es este formato de comedia, hoy globalmente popularizado en el mundo occidental, el que utilizan las puestas en escena que analizaremos (*Girls & boys* y *Edipo stand up tragedy*) con el objeto de desentrañar su “secreto”. El *stand-up* data su origen en la década de 1880 en Estados Unidos, como heredero de la tradición *burlesque* y *vodevil*, donde un tal Charley Case, de ascendencia afroamericana, interpretó un monólogo cómico con el mínimo de recursos escénicos. No obstante, el formato se reveló ante las masas a partir de la década de 1960 con variadas figuras, entre ellas la más reconocida, Lenny Bruce, recordado por sus monólogos incendiarios y detenciones policiales en pleno espectáculo⁴. Ciertamente, para la época en que este tipo de humor aparece, de contenido y

⁴ Sobre Lenny Bruce se han realizado diversas obras, quizá las más memorables sean la película *Lenny*, del director Bob Fosse, estrenada en 1974 y protagonizada por Dustin Hoffman, y la canción *Lenny Bruce* de Bob Dylan, que se puede escuchar en el siguiente link <https://www.youtube.com/watch?v=bWt9DoShxIk>

forma punzantemente cotidiano, generó gran revuelo en una sociedad norteamericana de hábitos más bien puritanos, racistas y represivos. En este sentido, la libertad de expresión que ganaba en el terreno del espectáculo el *stand-up comedy* corresponde a una verdadera manifestación de empoderamiento social moderno. Sin embargo, la puesta en escena de situaciones cotidianas en un margen de ensayo y error, es decir, de hilarante irreverencia, propiciaron la atmósfera de una flexibilidad que prontamente sería capturada por los mecanismos del capital.

En su libro *La era del vacío*, Lipovetsky realiza una fuerte crítica a la condición individualista contemporánea de la sociedad capitalista a partir de ciertos conceptos clave, como el “neonarcisismo colectivo”, “la indiferencia pura” y “la seducción continua”, en fin, nociones todas que constituyen una “estrategia del vacío” en nuestra existencia posmoderna (15). En el caso puntual que nos convoca, nos concentraremos en su fijación por lo que denomina un “desarrollo generalizado del código humorístico” en los diversos ámbitos sociales. Para el sociólogo francés, vivimos en una era en donde lo serio se ha devaluado a causa de un vaciamiento de contenido de las formas de organización social y, en su reemplazo mercantil, ha sido sustituido por un tipo de humor dinámico, seductor e interesado. La sociedad que se erige en tal caso es una sociedad humorística impulsada por valores neoliberales que tienden a disolver las oposiciones en busca de un “sentido común” que vele por el progreso, la privatización y la acumulación del capital. Por ello, este humor adquiere un carácter disciplinario, no es fin sino medio, tal como lo auguraba Bergson⁵, en la medida que “debe comprenderse el desarrollo moderno de la risa que son el humor, la ironía, el sarcasmo, como un tipo de control tenue e infinitesimal ejercido sobre las manifestaciones del cuerpo, análogo al adiestramiento disciplinario que analizó Foucault” (Lipovetsky 139).

Vale decir que, con lo anterior, no se pretende radicalizar el humor como un medio exclusivo de conservación por atributos inherentes a este, sino como recurso instrumentalizado por los mecanismos neoliberales que buscan tanto el control como la ganancia masiva. En este sentido, también podemos inferir que se ha producido una fetichización de lo cómico, correspondiente al desarrollo generalizado de una sociedad posindustrial que consagra como valor cardinal el individualismo, erigido sobre las lógicas de seducción, otrora disciplinarias. Es por ello que “los carnavales y fiestas solo tienen ahora una existencia folklórica, el principio de alteridad social que encarnaban ha sido pulverizado y curiosamente se nos presenta hoy bajo un aspecto humorístico” (Lipovetsky 137). Este aspecto humorístico es la fetichización de lo cómico actuando sobre el otrora bufón, hoy vulnerado por una lógica de mercado, en donde la fiesta popular es producto del espectáculo dominante, con lo que desplaza al acontecimiento catastrófico de la ambivalencia carnavalesca bajtiniana al mero evento capital. Es decir, uno donde don Carnaval no es sacrificado sino, más bien, idolatrado como un espécimen *cool*, producto de un *star system* propio de las masas, capaz de compensar nuestro aburrimiento existencial, tanto presente como ausente, por medio de la fácil carcajada.

Ciertamente, ha existido un cambio radical en torno a la productividad de lo cómico, ya no solo mercantilizado en su objeto mismo (obra, espectáculo, show), sino utilizado como mediador o filtro publicitario de aquellos emprendimientos del individuo espectacularizado. Ese pareciera ser el fin del “código humorístico” en una sociedad que, en primer orden, satisface su placer: la

⁵ Para el filósofo francés, la risa siempre es burla de algo que está fuera y, por tanto, demuestra un defecto en la norma a corregirse –esto que “demuestra” es, precisamente, lo cómico: lo risiblemente formal–. En consecuencia, la risa sería un medio de corrección de cualidades flexibles, pues es capaz de llegar allí donde la norma mecanizada no (Bergson 154).

circulación de lo cómico, podríamos decir en términos perniolanianos, como “moneda viviente” en tanto “garantiza el intercambio de las figuras de lo ya sentido” (Perniola 53). Por ejemplo, en el contexto nacional, el *stand-up* ha ganado cada vez más popularidad –quizá no haya adolescente que no quiera dedicarse al humorismo en un futuro, en vez de optar por un trabajo “aburrido” de oficina–. La gente asiste a sus *shows* sabiendo que reirá y hará reír en la medida que el “alma de la fiesta”, es decir, el *standapero*, lo considere en su rutina. Al mismo tiempo sabe que no pasará más allá de eso: todo es un gesto de pura contemplación regocijada en el cuerpo “riente”.

Podríamos decir que, a partir de la crítica de Lipovetsky, la lógica de rentabilidad del *standaperoes* ofertada a partir de la sensación de relajamiento posmoderno, y se amplifica no solo en el campo del *stand-up*, sino a las diversas posibilidades que la visibilidad tecnológica puede ofrecer. La razón, incluso, sobre la cual se define la calidad del *standapero* y por la cual es recomendado no pareciera remitir exclusivamente a su rendimiento sobre el escenario y eficacia cómica inmediata, sino a la cantidad de *like's* que pueda acumular en una publicación, o el porcentaje de seguidores de su página, lo que devalúa, de alguna forma, no solo el encuentro, sino también la cualidad transgresora, disruptiva, de la risa. En definitiva, el *stand-up* es, por una parte, altamente reproducible (sabemos muy bien qué consumiremos al asistir al *show*, como si en la espalda del *standapero* se enunciaran los ingredientes), y, por la otra, pareciera ser algo que se sustenta mediante la sola idea de un crecimiento espectacular infinito basado en el “buen sentido del humor”. Al respecto, nos dice Bourdieu que:

La posesión del título de alma de la fiesta, capaz de encarnar, al precio de un trabajo consciente y constante de búsqueda y acumulación, el ideal del “tipo divertido” que lleva a su realización última una forma aprobada de sociabilidad, es una forma muy valiosa de capital (35).

Por ello, nos parece que el formato cómico del *stand-up* ha pasado a ser un medio para lograr fines personales de productividad social común: una forma de capital muy valiosa en tanto su eficacia remite a “producir un clima” particular de efervescencia colectiva: una sensación de libertad e identificación a precio accesible en el mercado. Por ello, si consideramos al *stand-up* como un instrumento escénico que “pone en pie” las mercancías espectacularizadas en un paisaje alienado, haciéndolas circular en este desierto de distención simpáticamente igualitaria, sus diversos recursos hacen de su eficacia una corroboración del modelo social imperante: la sociedad de consumo neoliberal. La formulación en negativo del valor vivido en tanto risa constituye un cosmos del espectáculo que gira alrededor de la aprobación social unificadora, despojándonos de toda interrupción directa por compensación/mediación del “alma de la fiesta”, portador de un “decir-veraz” (Foucault) neutralizado por los flujos económicos individuales. En este sentido, nos parece certera la cita a Debord en la medida que “al mismo tiempo, la realidad vivida se encuentra materialmente invadida por la contemplación del espectáculo, y retoma en sí misma el orden espectacular dándole una adhesión positiva” (10).

Ante este panorama, las obras *Girls & boys*, de Alfredo Castro, y *Edipo stand up tragedy*, de Teatro La Provincia, se nos presentan como casos que descomponen las estrategias mercantiles del formato *stand-up comedy* provocando, con ello, una doble interrupción del mismo, tanto en su recepción como en su conformación abstracta. Si bien podríamos realizar un estudio descriptivo fenomenológico de cada puesta en escena, desarticulando su funcionamiento en tanto segmentación de cuadros/chistes, nos remitiremos a hacer un análisis en correspondencia con el objeto que hemos estado intentando comprender: la mercancía y, en esta sección en particular, el *stand-up* como un formato de circulación mercantil que es, al mismo tiempo, valor de cambio/risa. La particularidad que comparten ambas obras es que utilizan este formato para hacer aparecer la(s) tragedia(s) de nuestro tiempo: en el primer caso, la violencia masculina naturalizada, y en el segundo, la crisis de la productividad teatral nacional. Veremos, entonces, cómo es que esto se efectúa.

1) La obra *Girls & boys* (2022) es un monólogo del dramaturgo inglés Dennis Kelly adaptado a un contexto chileno, dirigido por Alfredo Castro e interpretado por la actriz Antonia Zegers. Trata sobre una mujer que realiza un *stand-up comedy* con el fin de dar a conocer su vertiginosa vida amorosa y, con ello, purgarla. Todo comienza con el término de su pareja de “toda la vida” para emprender un viaje heroico a Europa hasta, finalmente, narrar su inserción en un mundo laboral dominado por las lógicas patriarcales. Siendo astuta y leyendo uno que otro libro de autoayuda de Carmen Castillo, como “ratón en el Mc Donald buscando una oportunidad”, decide probar suerte en la industria cinematográfica al tiempo que conoce al futuro padre de sus hijos. De esta manera, el relato se urde entre los contrastes del amor, la competitividad laboral, el mercado del arte, la envidia del éxito ajeno, la violencia masculina, el cuidado de los hijos, etc. Despierta entre los umbrales del más allá y del más acá, la protagonista transita en una duplicidad de espacios: el externo (el *show*) y el interno (el *behind the scenes*). Dicho en breve, el clímax de la obra radica en el asesinato de los hijos por parte de su padre y expareja de la *standupera*, y el posterior intento malogrado de suicidio del mismo.

Transgrediendo una supuesta estructura dialéctica en donde tesis y antítesis desembocarían en una especie de resignado humor, lo que obtenemos es un apabullante develamiento, un pasmoso oleaje del eclipsado panorama que esta mujer adosa a su irrisorio testimonio. Como pegado a este, entendemos que la tragedia siempre estuvo allí, precisamente donde más lo disfrutábamos. De alguna forma, las risas se nos devuelven como un reflujo ácido que sube por nuestro esófago y nos susurra al oído: “ahora tú también eres cómplice”. Entonces comprendemos la naturaleza del espectáculo: no era más que la ablución de un cuerpo no destruido sino destrozado, que intenta asirse a sus miembros por medio del relato cómico. La violencia con que se nos devela el secreto sobre el cual gira ese “vacío de lo que no está dicho” es consentida precisamente porque está a la altura de la misma violencia: nos hace creernos merecedores de ella (nos quedamos sin palabras, en un hilo de respiración incómodo, que pronto se corta).

Dejaremos de lado las lecturas discursivas del “contenido crítico feminista” para remitirnos a su formato de apareamiento, a saber: el *stand-up*. Primero debemos considerar que la obra es el relato de una mujer destrozada, pero también el montaje del “espectáculo” lo es. Es decir, independiente de la diferencia académica entre “texto dramático” y “texto espectacular”, aquí lo que aparece es un problema viejo: el del engaño. El teatro considerado como engaño es una condición que data desde Platón hasta el cristianismo e, incluso, se extiende a nuestros días, manifiesta en la típica exigencia popular del “a ver llora” para identificar la calidad de

“engañadores” (camaleones) del actor/actriz⁶. Sin embargo, el montaje es, en cierto modo, engaño. Un engaño que consumidor y productor aceptan como un contrato intrínseco entre las partes en la medida de su funcionamiento. Entendámoslo –el engaño–, entonces, vaciado de su contenido moral. Accedemos a un teatro para ver una “obra de teatro”, pero somos interpelados por un “espectáculo de comedia” que es, en realidad, el drama de una mujer que busca una salida en una “puesta en escena”.

A lo que asistimos es a un trabajo de capas, minuciosamente superpuestas, una sobre otra. La representación que se hace pasar por presentación, luego la presentación que vuelve a la representación y, finalmente, el divorcio de la representación por despojo de la actriz de su vestuario (su materialidad engañosa). En este sentido, el montaje mismo acontece en la medida de su propio develamiento, al igual que el relato de la protagonista, hasta llegar a los huesos. En tal caso, el *stand-up* es utilizado como medio por alguien (en palabras de su director en radio Beethoven) “que requiere de la teatralidad, de la comedia, para sobrevivir a una afectividad muy dolorosa”⁷. Dicho de otra manera, el formato *standupero* pasa a ser un soporte en función de las pulsaciones de un personaje que no encuentra salida en un “afuera” demasiado estrecho, asfixiante, colapsado. La salida, por tanto, es la adaptación, el comportamiento, la performance de sí misma en un mundo que ha hecho del cinismo y la ironía un paliativo de sobrevivencia. Y, si consideramos que aquella teatralidad está al servicio del *stand-up*, lo que requiere el personaje para su liberación no es la teatralidad en sí, sino el espectáculo que se hace con esa teatralidad, a saber: su risa-mercancía.

2) La obra *Edipo stand up tragedy* (2023) es una adaptación libre del clásico de Sófocles realizada por la dramaturga chilena Leyla Selman y dirigida por Rodrigo Pérez. Es también la puesta en escena con la que inicia la *Trilogía Final* del Teatro La Provincia en conmemoración de sus treinta años de existencia. Protagonizada por Cristian Carvajal, la primera obra de este ciclo de “fracasos” (como lo denomina la compañía) más que ser una puesta que intente levantar un clásico universal, es una invitación a enfrentarnos a la universalidad misma contenida en sus ruinas. Un Edipo ya viejo y ciego, guiado por su hija disidente (no se sabe si es hombre o mujer), Antígona, ingresa a la ciudad de Colono. Viste zapatillas Adidas, una especie de faldón cuadriculado y lentes oscuros: a simple vista es alguien que podría ser considerado como *cool*. Se trata, en rigor, de la segunda parte de la trilogía de Sófocles, *Edipo en Colono*, aunque su argumento es solo una excusa para exponernos el exilio, no solo de Edipo, sino también de un actor imposibilitado de todo torcimiento al destino de su rol. Sobre un espacio vacío, donde las cosas pasan, la puesta en escena invierte la tragedia y “pone en pie” la reflexión acerca de la persistencia del teatro en nuestro tiempo. Entonces

⁶ Rememorando a Platón, “el arte imitativo está muy lejos de lo verdadero y, como es natural, puede hacerlo todo porque toma muy poco de cada cosa y aun ese poco que toma no es más que una simple apariencia” (505). En este sentido, la principal crítica de Platón a la poesía trágica es por razones prácticas de moral y educación, sin negar por ello el valor artístico de la misma. Al mismo tiempo, estas obras eran solo capaces de corromper “el pensamiento de cuantos la escuchasen, a menos que estos posean el antídoto, es decir, el conocimiento de cuál es su verdadera naturaleza” (Platón 499).

⁷ La nota de prensa se puede leer en el siguiente enlace <https://www.beethovenfm.cl/evento/teatro-uc-girls-boys/>

la pregunta ronda como un fantasma que nos interpela con su micrófono por medio del actor: “¿de qué sirve hoy el teatro?”

El texto de Selman nos propone que este –el teatro– ha sido ante todo un oráculo –una guía– en los juicios de la humanidad. Al igual que Edipo, los espectadores asistimos al teatro para consultar nuestra fortuna: el lugar por excelencia de conocimiento (*epimeleia*) y confrontación (*agon*) de la comunidad. Sin embargo, allí donde todos quieren ser actores, pareciera mejor abstenerse de la acción, pues “hoy cualquiera actúa y pocos están dispuestos a escuchar”, nos hace saber el actor. Mediante una serie de chistes rápidos ingresamos a un terreno pantanoso del ámbito teatral, en donde recordamos los tiempos pandémicos y las lógicas estatales de subvención: saber “cuál era el más hambriento de todos los colegas”. Los diversos elementos que rodean el escenario materializan un lugar, alguna vez festivo, en ruinas: una bola disco, un telón viejo, un poster gigante de playa tipo Miami, algunas sillas, una mesa de sonido, bebidas alcohólicas vacías y algunos soportes técnicos arrojados en el piso negro.

Respecto a su condición de “oráculo”, podemos inferir una crítica, tanto al lugar de la representación como al sistema de producción dominante en la actualidad. Es decir, la edificación de un espacio en donde acontece lo sagrado hoy profanado y, en torno al modelo productivo, la caída del arte crítico en el mero abastecimiento capital⁸. Por ello, el actor/Edipo nos increpa y nos dice: “¡la verdad no está acá, está allá, afuera [del teatro]!”. No obstante, la insistencia por la verdad de la representación se desmorona ante el desengaño mismo de su aparecer: no vivimos en la República platónica y seguramente el remedio trágico considerado por Aristóteles poco y nada surta efecto sobre nosotros. El actor, una vez más, choca contra su propia invención: “el teatro me explotó en la cara”, nos dice, y literalmente sangra (otro motivo de risa, otro gag, para el *show*).

Desde el formato *stand-up*, si bien distorsionado por efectos abrumadores de la técnica (modificación de la voz proyectada, generación de atmósferas luminarias, simulación de sangre, entre otros), pareciera ser que solo es posible hoy comprender la historia de Edipo mediante su burla. Si consideramos el objeto de la comedia como una especie de “catarsis invertida”, entonces la respuesta ante la pregunta de la utilidad del teatro en nuestro tiempo comienza a tomar forma. En este sentido, el formato *stand-up* pareciera ser transgredido por la misma necesidad de un teatro que no halla su objeto. Ciertamente, la universalidad del mito griego se torna en una gran carcajada frente a la más insignificante esperanza de vida de nuestra sociedad. Es decir, ante la evidencia de lo inevitable, nadie se esforzaría por solicitar consejo al oráculo. Frente a esto, entonces, la situación patética “del de los pies hinchados” es equivalente a la del mismo teatro que lo sostiene en tanto este insiste en buscar su sentido sagrado, allí donde todo ha devenido profano. “El teatro ha muerto”, se escucha decir en reiteradas ocasiones mientras un eclipse de luz mancha el fondo negro. Finalmente, la obra concluye con un Edipo que se pone a sí mismo una corona hecha de amarras de plástico, las mismas utilizadas para sostener los focos lumínicos, haciendo aparecer el soporte técnico (medio de producción) que da lugar a su presencia escénica a través de un uso desnaturalizado del mismo.

Volviendo a nuestro análisis, en ambos casos observamos que la productividad cómica de estas obras se manifiesta como un vector de fuga, independiente de las críticas a las lógicas

⁸ Pensamos este abastecimiento de la crítica artística según lo plantea Rancière en *El reparto de lo sensible* en tanto que “la interminable crítica del sistema se identifica a fin de cuentas con la demostración de las razones por las cuales esa crítica está privada de todo efecto” (44). Es decir, cuando los discursos críticos se tornan reproducción de una impotencia melancólica, pero también de una capitalización de la incapacidad por parte del cuerpo social de desentrañar los mensajes engañosos de toda imagen.

dominantes machistas o a las paradojas de la industria cultural en las artes escénicas, a través de la confusión entre el llanto y la risa que componen su tratamiento creativo en torno a la forma: desprograman su recepción. A pesar de haberlo hecho todo asimilable, incluso los destinos humanos, las batallas más íntimas, los individuos en el sistema espectacular parecieran aferrarse a un resto de humanidad aún vigente en la realidad separada del espectáculo. Tanto en *Girls & boys* como en *Edipo stand up tragedy* se levanta ante nuestros ojos una representación que no tiene escrúpulos en adelantar pequeños atisbos de la catástrofe, puesto que su finalidad no es ni hacer llorar ni hacer reír, sino revelar la imposibilidad de su propia condición mercantil. En ambos casos el “alma de la fiesta” se desmantela en tanto deja entrever su verdadera naturaleza, la no-vida del mundo engañoso del espectáculo. Esto no quiere decir, sin embargo, que el *stand-up* oculte algo en sí mismo que tengamos la obligación, como espectadores “conscientes”, de desentrañar, sino que manifiesta, como fragmento de la maquinaria capitalista, “la existencia de la actividad social y de la riqueza social como realidad separada” (Rancière, *El espectador* 47). Por ello, al igual que el espectáculo, no se trata de distinguir entre imagen y realidad, sino más bien de “conocer la manera en que éste [el espectáculo] reproduce indefinidamente la falsificación que es idéntica a su realidad” (Rancière, *El espectador* 48). O, dicho de otra forma, su funcionamiento/operatividad en la máquina social.

Lo que apreciamos en ambas obras, en el fondo, es la tendencia a un procedimiento creativo inserto en las lógicas del mercado que, internamente, desarticula los componentes abstractivos de su aspecto-mercancía. En el caso puntal, se trata del *stand-up comedy*, formato que hace del comediante, del que “se pone de pie”, mercancía singularizada por excelencia. Precisamente porque sobresale de la masa, su rostro, sus cejas, su voz proyectada en un micrófono (en fin, su material cómico en su totalidad), deviene objeto de culto. En este sentido, como diría Benjamin, no dista del “brillo dudoso de las estrellas de cine, aún encadenadas a la explotación capitalista” (74), por más crítico que sea su contenido. Sin embargo, tanto en la puesta de *Girls & boys* como de *Edipo stand up tragedy*, vemos lo contrario, acontece su inversión. El molde de reproducción del *stand-up*, vaciado de experiencia ritual, se llena de aura, por así decirlo, de presupuesto “único e irrepetible” en tanto catástrofe: redefine las molduras de producción espectacular del cotidiano, lo revitaliza, le entrega posibilidades de “salida”.

En definitiva, no es que sea que solo a través de la comedia que hoy pueda aparecer la tragedia, sino también que esta se manifiesta en su devenir trágico en la medida que es conformadora de un nuevo consenso: un sentido de humor común. En este sentido, la risa, otrora gesto de transgresión histórico (concepción bajtiniana), se ve empobrecida bajo los márgenes del *stand-up comedy*: pierde toda relación directa con su sentido liberador corporal. O, dicho de otra forma, disciplina un cuerpo en su flexibilidad productiva. Por ello, ante la pregunta por la utilidad del teatro decimos: no sirve para nada. Y al igual que en el arte, esa inutilidad es la que le proporciona, paradójicamente, su sentido de permanencia. Por tanto, más que el consenso esperado por la purgación aristotélica de las pasiones en la escena trágica⁹, lo que se produce es un opaco

⁹ Según nos menciona Rancière en *El reparto de lo sensible*, para Platón la escena trágica era “portadora del síndrome democrático y al mismo tiempo de la fuerza de la ilusión. Al aislar la *mimesis* en su espacio propio, y al circunscribir la tragedia en una lógica de los géneros” (17). Así, nos dice también, Aristóteles “redefine, incluso si no es su propósito, su politicidad. Y, en el sistema clásico de la representación, la escena trágica será la escena de visibilidad de un mundo

disenso de las comunidades en una escena tragicómica. En este sentido, que el teatro muera no significa que no se haga más teatro, tampoco que la humanidad carecerá de enfrentamiento consigo misma –rememorando a Arthur Miller–, sino que ese teatro que conocemos pareciera exigir su propia superación.

Al hacer visible el envoltorio de la *stand-up comedy* se pone en escena la fragmentariedad de una sociedad atomizada por un sistema espectacular en tanto dispositivo de subjetivación de representaciones productivas y solitarias. Y, al ser utilizado el envoltorio de objetividad mercantil como soporte de la “obra de arte”, esta aparece como el contenido crítico del objeto-mercancía formal en el cual se hace posible su apareamiento. Allí, su expresión de igualdad en cuanto valor de uso abstraído se desfigura al reconocerse a sí misma como mercancía, acelerando sus tendencias abstractivas de forma introspectiva y haciendo aparecer ese “resto de humanidad opaco”, es decir, de fuerza de trabajo gastada. En otras palabras, es por medio de su singularidad que sale a flote la cualidad de la mercancía como cosa ordinaria, desfeticizada, a partir de su tratamiento creativo. Como si fuese capaz de llorar, son los espectadores los que beben de las lágrimas de una “cosa” que se descubre a sí misma como cosa, en un intento de escapatoria desesperada por salirse/desprenderse de sí misma. O, en otras palabras, se trataría de un acto de lacrifagia por parte de los receptores, quienes se posan, al igual que mariposas o moscas, sobre los ojos de la puesta en escena –su verdad envolvente–, posibilitando el re-encuentro momentáneo de las fuerzas productivas separadas por el sistema espectacular.

Conclusiones

Resumiendo. Se ha intentado realizar un análisis breve del concepto de “mercancía” desde la filosofía materialista dialéctica, lo cual nos lleva a comprender su grado de significación operativa en una sociedad capitalista como la nuestra. Es tanto la abstracción de la fuerza de trabajo como su ocultamiento en el circuito de objetos de valor lo que conforma el carácter fetichista de la mercancía, lo que desemboca en relaciones sociales cosificadas, como si de un lenguaje y una razón de entre-cosas se tratase. Por su parte, el acumulamiento desproporcionado de la productividad de la economía política no ve otra salida sino por medio de la separación espectacular, es decir, en la alienación misma de los productores que ya no pretenden *ser ni tener*, sino simplemente *parecer*. Es en la sociedad del espectáculo donde la masa de mercancías se asoma a los bordes de un abismo sin retorno posible: el hacer de la “sobrevida” el único lugar habitable. De este modo, consideramos la dinámica del espectáculo como un dispositivo capaz de generar su propia red de saberes, prácticas y leyes dominantes y excluyentes en un medio que hace de todo lo que toca un factor de ganancia, sea material o inmaterial. En ese movimiento de rey Midas del capital, ampliándose y despuntando en todas las esferas de la vida, el individuo deviene productor y guardián del mismo espectáculo. En este sentido, hemos analizado el *stand-up comedy* en los casos escénicos de *Girls & boys* (2022), de Alfredo Castro, y *Edipo stand up tragedy* (2023), de Teatro La Provincia, no para realizar una sentencia maniquea, sino para indagar en una posible desarticulación de aquellos mecanismos y hacer un uso crítico de ellos en tanto dan cuenta de su naturaleza cuantitativa.

Ciertamente, hablar de revolución hoy, tal como lo planteaba Marx e incluso Debord, pareciera ser algo atemporal o de lleno obsoleto. No podemos negar que la emancipación por manos

en orden, gobernado por la jerarquía de sujetos y la adaptación de situaciones y maneras de hablar de esta jerarquía” (Rancière, *El reparto* 17-8). En otras palabras, lo que hace la escena trágica en el régimen poético es moderar una repartición del recorte sensible de lo común en una comunidad específica.

del proletariado ya no solo se nos presenta como un imposible enmohecido, sino también como una ingenuidad brutal. El sistema capitalista ha demostrado servirse muy bien de sus debilidades, haciendo de todo aquello que alguna vez fue amenaza, riqueza asimilable a sus fines “endemoniados e infernales”. Ya lo decían Deleuze y Guattari en su *Anti Edipo* al referirse a una posible revolución frente a una máquina que ha aprendido a nutrirse de sus propias contradicciones: “No retirarse del proceso, sino ir más lejos, ‘acelerar el proceso’” (247). Desde aquel momento quedaron abiertas las puertas para todo tipo de hipótesis, entre ellas las de una vía aceleracionista de los procesos alienantes y abstractivos del sistema para lograr su ruptura definitiva. A pesar de todas sus controversias, vemos que en casos como los que acabamos de analizar las producciones estético-escénicas no quedan fuera de dicha posibilidad disruptiva, independiente de su condición mercantil –de hecho, es esta la que se lo otorga– al provocar, desde su trinchera sensible, un singular colapso. Aunque, prontamente, este se vea apaciguado por los aplausos.

Bibliografía

- Adorno, Theodor, y Horkheimer, Max. *Dialéctica de la ilustración*. Trad. Joaquín Chamorro Mielke. Madrid: Akal. 2021. Impreso.
- Agamben, Giorgio. *Qué es un dispositivo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo. 2016. Impreso.
- Benjamin, Walter. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Trad. Andrés E. Weikert. México: Itaca. 2003. Impreso.
- Bergson, Henri. *La risa: Ensayos sobre la significación de lo cómico*. Trad. Jorge Leonardo Márquez San Martín. Santiago de Chile: LOM. 2016. Impreso.
- Bourdieu, Pierre. “¿Dijo usted ‘popular’?”. *¿Qué es un pueblo?* Alain Badiou et al. Trad. Cecilia González y Fermín Rodríguez. Santiago de Chile: LOM. 2018, 19-40. Impreso.
- Bürger, Peter. *Teoría de la vanguardia*. Trad. José García. Barcelona: Península. 2000. Impreso.
- Debord, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Trad. Rodrigo Vicuña Navarro. Santiago de Chile: Naufragio. 1995. Impreso.
- Deleuze, Gilles y Guattari, Félix. *El Anti Edipo: Capitalismo y esquizofrenia*. Trad. Francisco Monge. Barcelona: Paidós Ibérica. 1985. Impreso.
- Fischer-Lichte, Erika. *Estéticas de lo performativo*. Madrid: Abada. 2011. Impreso.
- Foucault, Michel. *El coraje de la verdad: El gobierno de sí y de los otros: II. Curso en el Collège de France (1983-1984)*. Trad. Horacio Pons. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. 2010. Impreso.
- Foucault, Michel. *Nacimiento de la biopolítica: Curso en el Collège de France: 1978-1979*. Trad. Horacio Pons. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. 2007. Impreso.
- Groys, Boris. *Volverse público: Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*. Trad. Paola Cortés Rocca. Buenos Aires: Caja Negra. 2015. Impreso.
- Lehmann, Hans-Thies. *El teatro posdramático*. Murcia: Centro de Documentación y Estudios Avanzados de Arte Contemporáneo, Paso de Gato. 2013. Impreso.
- Lipovetsky, Gilles. *La era del vacío*. Trad. Joan Vinyoli y Michéle Pendanx. México: Anagrama. 2017. Impreso.

- Marx, Karl. *El capital: Crítica de la economía política: I. El proceso de producción de capital*. Trad. Pedro Scaron. México: Siglo XXI. 2008. Impreso.
- Perniola, Mario. *Del sentir*. Trad. César Palma. Valencia: Pre-Textos. 2008. Impreso.
- Platón. *La República*. Trad. Antonio Camarero. Santiago de Chile: RIL. 2017. Impreso.
- Ramírez, Simón. *El gran ensayo: Génesis social, consolidación y crisis del neoliberalismo en Chile*. Santiago de Chile: Tiempo Robado. 2022. Impreso.
- Rancière, Jacques. *El reparto de lo sensible: Estética y política*. Trad. Cristóbal Durán et al. Santiago de Chile: LOM. 2009. Impreso.
- . *El espectador emancipado*. Trad. Ariel Dillon. Buenos Aires: Manantial. 2013. Impreso.
- Sánchez, José Antonio. *El teatro en el campo expandido*. Barcelona: Quaderns Portàtils. 2008. Impreso.
- Turner, Victor. *Al margen del margen: El periodo liminal en los rituales de pasaje*. Lima: Pontificia Universidad Católica de Lima, 1973. Impreso.

Recibido: 10 de octubre de 2023
Aceptado: 13 de diciembre de 2023