

Fecha: 22-02-2026

Medio: Diario Financiero

Supl.: Diario Financiero - DF Mas

Tipo: Noticia general

Título: FABRIZIO COPANO Y HUMBERTO SICHEL CREAN UN NUEVO MEDIO FABULOSO

Pág.: 20

Cm2: 649,0

Tiraje:

16.150

Lectoría:

48.450

Favorabilidad:
☐ No Definida

Fabrizio y Humberto se conocen hace unos 20 años, calculan. Copano tenía 16 y Sichel 23 cuando les tocó trabajar juntos en la radio FM Hit. El programa se llamaba *Marea Hit* y lo conducía también Alejandro D'Apemont, conocido como Chico Jano. "Yo era como el chistoso del asunto. Me llamaron porque hacia *Canal Copano*, pero odiaba estar ahí", recuerda. Humberto -todos le dicen Toti- sigue con la historia: "Un día Fab me dice que no piensa ir más al programa. Yo le pregunté si le había avisado a alguien, pero no, simplemente dejó de ir". Uno de los placeres más grandes de la vida fue apagar el celular, reconoce Fabrizio.

En adelante se siguieron encontrando, se hicieron amigos y muchas veces hablaban de hacer algo juntos. Pensaron en organizar un festival de comedia que también involucrara música y comida. Pasaron por distintas ideas hasta que Fabrizio propuso crear un canal de streaming que transmitiera programas en vivo, observando la consolidación de este tipo de contenido en Argentina, Perú y México.

También tuvo que ver *El Antídoto*, estelar de humor que condujo Copano en Mega a principios de 2024, cuentan. "Esa experiencia televisiva fue como chocar con una pared. Los medios tradicionales tienen una estructura de barco grande donde todo se mueve lento y donde el humor que a mí me gusta quizás no tiene lugar. Pero al mismo tiempo, mi canal de YouTube crecía y sentí que estaba poniendo la energía en el lugar equivocado. Yo me había imaginado que la tele, por la crisis que atraviesa, era más liviana y tenía posibilidad de arriesgar. Pero es todo lo contrario", dice.

En *El Antídoto* trabajó con Martín Grass, productor ejecutivo con larga trayectoria en programas como *Morandé con Compañía*. Lo invitaron a participar como pieza clave para echar a andar un canal online con una lógica de humor masivo. "La tele tiene estructuras muy pesadas, nosotros en cambio somos un barquito chico, nos podemos mover más rápido y cambiar de dirección. Me siento mucho más cómodo así", afirma Copano. Sichel agrega: "Lo interesante es que la audiencia en Internet permite dar esos giros, hay una comunidad que se embarca contigo y se crea una especie de metalenguaje en el cual los seguidores participan, inventando sobrenombres, haciendo chistes. Nosotros no renegamos de la televisión, nosotros amamos la tele. Y queremos hacer algo inspirado en ella, a modo casi de homenaje de los matinales de los '90, pero en un lenguaje nuevo que da Internet".

El verano fabuloso

Sichel se conecta a la entrevista en un alto de sus vacaciones y Fabrizio desde Nueva York, donde reside. Mientras tanto el estudio de Fabuloso, ubicado en el piso siete del edificio Pits Núcleo en Bellavista, está operativo en esta marcha blanca que bautizaron como *Un verano fabuloso*.

Se demoraron cerca de un año desde la idea hasta salir al aire. En el camino sumaron a quienes mencionan como socios estratégicos, además de Grass: Pedro Ruminot, Alfredo Alonso y Daniel Merino de la productora Bizarro Live Entertainment.

El 10 de diciembre activaron el canal de YouTube y la cuenta de Instagram @Somos-

FABRIZIO COPANO Y HUMBERTO SICHEL CREAN UN NUEVO MEDIO FABULOSO



Fabrizio Copano, Pedro Ruminot, Alison Mandel, Paloma Salas, Lucho Miranda, Pedro Piedra y Toti Sichel son Fabuloso. Una constelación cómica que desde diciembre habita este nuevo canal de streaming con una exitosa marcha blanca. Copano y Sichel, creadores del proyecto, nos cuentan más de la programación que arranca en marzo, el equipo que hay detrás, el modelo de negocio y los socios estratégicos que se han sumado a la aventura: Bizarro y Fintual.

Fabuloso. Ese día presentaron a los rostros que forman parte de la programación: Pedro Ruminot, Alison Mandel, Paloma Salas, Lucho Miranda y Pedro Piedra.

Desde que comenzaron a transmitir el éxito ha sido explosivo. En YouTube tienen más de 130 mil suscriptores (aunque admiten que hay algo de trampa porque se trata del canal Fabrizio Copano que cambió de nombre) y van por la misma cantidad de suscriptores en Instagram. Esas cifras, dice Copano, las esperaban para mayo o incluso junio de este año.

El 6 de marzo Fabrizio celebrará su cumpleaños con una función en el Teatro Nescafé de las Artes que también será el primer evento de Fabuloso. Y el lunes 9 de marzo arranca la programación oficial con un espacio tipo matinal de 10 a 11:30 conducido por Toti y luego de 14 a 15 un programa en vivo. Los lunes estarán Juan Pablo López y Sergio Freire; el *Martes de pololeo* lo conduce Pedro Ruminot junto a Alison Mandel; los miércoles es el turno de *Con pagamento* a cargo de Paloma

Salas y el músico Pedro Piedra; el jueves Ruminot se repite el plato ahora con Lucho Miranda en un programa que se llama *No hacemos uno*; y el viernes va a estar Fabrizio Copano conectado desde Estados Unidos, o en el estudio si está en Chile, conversando con distintos invitados.

Durante estos dos meses ya se anotan los primeros hits, uno de ellos es el programa de Ruminot con Mandel donde hablan asuntos de pareja y reciben llamados telefónicos a modo de consulta sentimental. El 2 de febrero, Larry Moe les dedicó una elogiosa crítica en LUN, aplaudiéndolos como el videopodcast del verano y describiéndolos como una "deslenguada horda de revoltosos".

"Queremos expandirnos más allá del universo de comedia. Ese público lo conocemos, lo queremos y ellos nos quieren. Es una súper partida, pero tiene un techo y buscamos ser más transversales", explica Copano. El matinal conducido por Sichel tendrá la misión de ofrecer un espacio de compañía, información

y conversación distendida que no necesariamente busque el chiste constante.

Emprendedores del entretenimiento

Los socios comentan que además de ser un grupo de amigos comediantes, Fabuloso tiene que funcionar como empresa. "Ya hemos emprendido y hemos fracasado antes", dice el conductor de CHV, riendo. Se lo están tomando en serio, por eso el rol de Grass es fundamental, insisten. "El está viendo el Excel", dicen. Pero también se ha convertido en un personaje en off muy popular para el público: apodado como "Viejo cola", el productor ejecutivo ha aparecido frente a las cámaras e incluso ya le piden fotos en la calle.

El editor jefe es Ignacio Lira, periodista con vasto carrete radial en Rock&Pop, Universo y Pauta. "Nacho es como nuestro Pepe Grillo, nos ayuda con los contenidos y a encontrar un orden. Tiene mucho oficio", describe Sichel. Y además hay un equipo técnico que reúne a quienes han trabajado con Copano y Ruminot en distintos espacios. Juan Francisco Vera está a cargo de la parte audiovisual y Consuelo Novoa en producción.

"Estamos armando un medio y tenemos muchas preguntas, tanteamos, nos asesoramos. Nos vamos a equivocar y quizás vamos a tener que retroceder, pero es interesante porque todo es desafiante, desde comprar servilletas para la oficina hasta hacer contratos", apunta Sichel.

Tuvieron que invertir y comprar equipos, que están pagando en cómodas cuotas, dicen.

Les importaba que la parte técnica fuera de calidad, que la imagen se vea y se escuche bien y no escatimaron en los gastos que eso implica. Mencionan a Fintual como inversionista de Fabuloso. Pedro Pineda, CEO de la Fintech, es amigo de Copano y seguidor de su trabajo. "Necesitábamos un empujón financiero para partir. Pedro a mí parecer es un tipo brillante, con una visión distinta de las cosas, y me tincó que él se podía interesar", cuenta Fabrizio. Lo invitaron a comer y Pineda llegó con una valoración del proyecto. "Menos mal porque nos hubiéramos visto patéticos tratando de hablarle de lucas a Pedro Pineda, imagínate. Él ya tenía el ejercicio hecho y se entusiasmó", dice Sichel. Fintual invirtió en el medio como startup y además los asesoran en materias financieras, lo cual es un gran aporte, señalan.

El modelo de negocio de Fabuloso tiene distintas entradas. Uno es el aviso tradicional, para lo cual trabajan con la agencia Jump. Ya tienen como avisadores a Blue Express de Copec, entre otros.

Otros ingresos vendrán de los eventos en vivo y la venta de tickets. Como socios estratégicos de Bizarro la idea es que algunos de los artistas cuyos conciertos realice la productora sean invitados a los programas de Fabuloso, además de organizar eventos en Santiago y en regiones. Ya están promocionando *Mejor imposible*, un show de standup comedy de larga duración que se viene el 3 de abril en la Quinta Vergara.

También existe la monetización a través de YouTube, pero explican que eso es más complejo. Por una parte, la monetización es más baja en Chile y por otra tomaron la decisión de utilizar música durante las transmisiones, lo cual impide monetizar por concepto de derechos de autor. "Si queremos usar una canción

Fecha: 22-02-2026
 Medio: Diario Financiero
 Supl.: Diario Financiero - DF Mas
 Tipo: Noticia general
 Título: **FABRIZIO COPANO Y HUMBERTO SICHEL CREAN UN NUEVO MEDIO FABULOSO**

Pág.: 21
 Cm2: 443,7

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: ☐ No Definida



de Chayanne o de Salvatore Adamo para los *Martes de potoleo*, lo vamos a hacer. Queremos que el contenido en vivo sea premium y si eso implica renunciar a la monetización de YouTube, lo haremos", señala Copano.

"Nuestra estructura es liviana, pero consistente. La programación existe y el contenido está disponible todos los días a la hora que nosotros tengamos acordada, pero podemos hacer cambios sin tener que pasar por un comité editorial. Tenemos la libertad de extendernos si un programa está entretenido. El contenido manda, si lo estamos pasando bien, seguimos. Son las cosas que podemos hacer y la tv no", añade el comediante.

"Sin duda el futuro va a estar acá"

Tienen presente a los referentes argentinos como Olga o Luzu, pero Fabrizio y Humberto afirman que éstos son más que nada un ejemplo que utilizan para explicarle a potenciales avisadores de qué se trata lo que están haciendo. "Si bien uno admira el trabajo que han hecho y es impresionante cómo han logrado competir con los medios tradicionales, desde un principio acordamos con Fabrizio que no íbamos a hacer el Olga chileno. Aquí tenemos otra idiosincrasia, nos reímos de otras cosas, somos distintos", apunta Sichel.

Nicolás Copano, hermano de Fabrizio, es uno de los socios de Turno, canal online de corte más noticioso que también se abre camino. "Se está armando un ecosistema de medios por streaming que sería bonito avanzara juntos. Está El sentido del humor producciones (Luis Slimming), Neverland (Edo Caroe), y otros actores que emiten contenido online de manera constante. Se puede armar

una suerte de organización como la Archi", proyecta Fabrizio. Como se trata de un nuevo medio, cuesta estandarizar la medición de audiencia, dicen, pero uno de los referentes que tienen es el ranking semanal que genera @podscope.co promediando visualizaciones y comentarios en YouTube. Según esta medición, la semana del 26 de enero al 1 de febrero lo más visto fue *Un verano fabuloso* con 4,9K.

"Es muy emocionante porque es una nueva forma de comunicar que se va instalando, y nosotros tenemos muchas ambiciones. No nos cerramos en el futuro a transmitir un festival, tener un área dramática, hacer series verticales con nuestros rostros y transformar Fabuloso en un medio establecido que compita en el mercado", dice Fabrizio. Humberto continúa: "Quizás más adelante armar canales que apunten a otros públicos. Soñar es gratis, pero sin duda el futuro va a estar acá. Uno lee los artículos relacionados a las plataformas y entiende que la guerra de YouTube con Netflix es una realidad. Se van a pelear el contenido, el tiempo de los usuarios y las transmisiones en vivo van a tener un rol súper protagonista".

Cuentan que tienen varios chats para distintos objetivos. Fabrizio y Humberto hablan constantemente, pero también hay un WhatsApp consolidado y muy activo donde están Grass, Ruminot y los socios de Bizarro. "Ahí vamos tirando ideas", dicen. Ambos coinciden en que la voz de Pedro Ruminot ha sido fundamental. "Con Pedro nos conocemos hace muchos años, tenemos una conexión de amistad grande y él tiene una visión de medios muy útil. Se da cuenta de cosas a las que quizás nosotros no estamos tan atentos. Tiene muy buenas ideas", dice Copano. Sichel agrega: "Pedro es muy transversal, cruzó una

técnico se apronta para una nueva transmisión de *No hacemos uno*. La oficina estudio está rodeada de ventanales que miran hacia el Río Mapocho y el Parque Forestal. Hay varias cámaras y una mesa llena de equipos y el switch que maneja "Juanfri" Vera.

Ignacio Lira muestra el lugar. En una de las pantallas los conductores pueden leer los comentarios que dejan los seguidores en el chat de YouTube: intervenciones, chistes, "mándenme un saludo", "¿cómo se llama la canción de fondo?". "Hay mucho de la radio en vivo que el streaming encarna bien. Tienen un lenguaje en común", apunta el editor, que además interviene en los programas como voz en off y como conductor.

Lira destaca la experiencia en vivo que los distingue de otros programas de podcast grabados. "El vivo siempre tiene como extra la posibilidad de que suceda algo. Desde aquí vemos lo que pasa abajo en la calle y a veces interactuamos con eso, algunos conductores han bajado a transmitir desde la calle, hemos visto accidentes, etc. Integrarnos lo que nos rodea a los contenidos", dice.

A partir de este domingo emitirán un programa especial: *Hablemos de Viña*, una especie de spin off de *Hablemos de Comedia* donde comentarán la rutina de humor de cada velada del Festival de Viña que este año tendrá en su parrilla a Stefan Kramer, Rodrigo Villegas, Esteban Düch, Asskha Sumatra, Piare con P y Pastor Rocha. Calculan que, a medianoche, apenas se acabe la presentación de cada uno de ellos, comenzará el streaming donde Copano, Ruminot, Freire e invitados, analizarán en vivo el show. "Queríamos probar el formato y además son oportunidades comerciales", afirma Lira. Él considera que fue una buena idea usar el verano como marcha blanca. "Llegamos a marzo a negociar con las marcas no sólo con una idea, ya instalamos la marca, tenemos métricas y una comunidad fiel. Se ve bien aspectado", comenta.

En Fabuloso trabajan unas 10 personas de planta, además de una decena de rostros que entran y salen. "Generacionalmente la mayoría crecimos en un mundo análogo, por lo que hay mucho guiño a la televisión de entonces. Salir en vivo todos los días es un ejercicio que te da rigor. Veo muchas apuestas digitales que reniegan del mainstream y nosotros en cambio rescatamos mucho de eso", concluye +



barrera y todo el mundo lo quiere. Es alguien que sabe bajar la pelota". El espíritu de amistad de *El club de la comedia*, programa donde empezaron varios de los actuales Fabuloso, se mantiene vivo. Muchas de las historias y de la confianza vienen de ahí. "La capacidad de poder molestarse sin culpa y decirse pachotadas que resiste la amistad", resume Fabrizio.

Guiños televisivos

Son las 11 am de un jueves de febrero y Lucho Miranda viene llegando al edificio en Bellavista 77 donde funciona Fabuloso. El portero lo espera atento para saludarlo y pedirle un saludo. En el séptimo piso parte del equipo