

IMITACIONES POLÍTICAS EN *SATURDAY NIGHT LIVE* DURANTE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE ESTADOS UNIDOS DE 2016

Outi J. Hakola*

El 15 de octubre de 2016, *Saturday Night Live* (SNL), un programa cómico de televisión nocturno (NBC 1975-), transmitió una recreación del segundo debate presidencial en el que se presentó al candidato Donald Trump (imitado por Alec Baldwin) acosando a Hillary Clinton (Kate McKinnon), mientras, como fondo, se escuchaba la amenazadora banda sonora de la película *Jaws* (1975) (SNL, 2016a). Al personificar el acoso y la agresividad, uno se imaginó a Trump como un depredador que amenazaba a su víctima desprevenida.



Sketch de SNL del segundo debate presidencial.

* University of Helsinki, <outi.j.hakola@helsinki.fi>. Este artículo se publicó por primera vez en Hakola (2017). Agradezco a la autora y a la revista el permiso para traducirlo y publicarlo (n. de Nattie Golubov). La traducción es de Antonio Puente Méndez.

Al día siguiente, Donald Trump acusó a *Saturday Night Live* de “delito político”.¹ Su reacción da pie a varias preguntas interesantes. En primer lugar, debido a su constante desacuerdo con las imitaciones que el programa hizo de él —a las que llamó sesgadas e imprecisas² (Calloway, 2016)—, rompió una relación consolidada entre el cargo del presidente y los principales programas cómicos de televisión nocturna estadounidenses. En las décadas anteriores, aceptar la parodia y las imitaciones políticas se volvió una forma de obtener éxito político, mientras que la voluntad y la habilidad de reconocer y aguantarlas se entendió como un reflejo de las capacidades presidenciales de estar en el centro de la atención tanto del apoyo como de la crítica (Compton, 2016: 65; Voth, 2008: 238). Donald Trump no acepta que la comedia pueda jugar este papel en la discusión política, en cambio, incluyó a los programas de comedia entre los blancos de sus quejas sobre un presunto sesgo mediático (liberal) en su contra. Con el uso repetido de la palabra “sesgado”, Trump construyó la idea de “nosotros” —sus partidarios— y “ellos”, los medios liberales y los elitistas (de la cultura).

En segundo lugar, su reacción al programa de televisión pone sobre la mesa preguntas acerca de la inclusión y la exclusión que se encuentran en el centro de las discusiones sobre el poder político del humor. Quienes entienden la broma pueden sentirse incluidos en el público, mientras que aquellos cuyos valores son atacados pueden asumirse excluidos. Al expresar una crítica sobre los comediantes y su público, Trump logró unir los segmentos potencialmente excluidos y crearles una sensación de inclusión. En tercer lugar, es importante revisar si *SNL* en verdad atacó a los candidatos presidenciales durante el periodo electoral de 2016 y si las acusaciones de Trump retratan de forma precisa cómo se realizaron las imitaciones en ese programa de televisión.

Estos tres elementos —el papel de las imitaciones políticas en las elecciones presidenciales de 2016, la creación de una experiencia de “grupo excluyente” entre los diferentes espectadores durante la campaña y el trato que *SNL* les dio a los políticos imitados— son el foco de este artículo. Específicamente, examina las imitaciones cómicas de los dos candidatos con más

¹ “Watched *Saturday Night Live* hit job on me. Time to retire the boring and unfunny show. Alec Baldwin portrayal stinks. Media rigging election!” (Trump, 2016a).

² “Just tried watching *Saturday Night Live*-unwatchable! Totally biased, not funny and the Baldwin impersonation just can’t get any worse. Sad” (Trump, 2016c).

cobertura, Donald Trump y Hillary Clinton, en *SNL* durante las temporadas 41 (del 3 de octubre de 2015 al 21 de mayo de 2016) y 42 (desde el 1° de octubre de 2016), en particular las imitaciones que realizaron Darrell Hammond y Alec Baldwin de Trump en la temporada 41, y Kate McKinnon de Clinton en las temporadas 41 y 42. Las teorías del humor servirán como contexto para analizar las imitaciones presidenciales de *SNL* y para comentar las funciones políticas y sociales de este trabajo actoral, así como la forma en que evolucionaron durante las elecciones de 2016.

Comedia política, imitaciones y las elecciones presidenciales de Estados Unidos

La comedia política entretiene al burlarse de las figuras y cuestiones importantes. En Estados Unidos, sus formas típicas modernas son el *stand-up*, los programas de televisión nocturnos y las imitaciones políticas. Los programas nocturnos abarcan los especiales de comedia *stand-up*, los de entrevistas como *The Tonight Show* (1954-) y los de sátira de noticias, como *The Daily Show* (1996-). Estos formatos incluyen comentarios políticos, entrevistas y *sketches* satíricos. Las imitaciones en las que algunos actores interpretan a figuras reconocidas (en particular a presidentes) son otra piedra angular de la comedia política estadounidense. *Saturday Night Live* estableció la tradición en 1975.³ Los *sketches* del programa de variedad hacían comentarios sobre la vida pública, pero también reimaginaban y representaban a los políticos a través de las imitaciones. El 8 de noviembre de 1975, Chevy Chase hizo su primera parodia del presidente Gerald Ford mostrándolo como si fuera torpe, incompetente y estuviera confundido (Compton, 2016). Desde entonces, el programa se ha mantenido como una fuente muy conocida de *sketches* de corte político.

Los *sketches* son estructuras cortas, generalmente de una sola escena, que presentan una situación, relación, conversación, discurso o tipo de comportamiento como su principio de organización (Neale, 2001). En aquellos de imitaciones, la figura política funciona como el elemento cómico princi-

³ El programa se llamó *NBC's Saturday Night* hasta el 26 de marzo de 1997, fecha tras la cual cambió su nombre a *Saturday Night Live*.

pal. El trabajo de cada actor es diferente y, generalmente, los personajes creados pasan a ser íconos en la sátira política. El estilo elegido también crea una continuidad sobre los momentos cambiantes y contextualizados de los ciclos políticos, como unas elecciones. Las imitaciones funcionan a partir de un parecido reconocible entre el actor y el sujeto elegido (es decir, un candidato presidencial). Las representaciones son caricaturas y dependen del reconocimiento y la categorización rápidos. También se hace énfasis en los temas, ya que los candidatos se presentan en situaciones variadas, las cuales pueden ser familiares para los espectadores debido a sucesos o discusiones mediáticas anteriores, como las elecciones primarias o los debates televisivos. Este estilo de comedia puede entenderse en términos de la teoría del alivio (*relief*), la cual afirma que la risa se usa para reconocer, admitir e incluso trivializar conflictos y tensiones existentes. De este modo, la comedia sirve como una válvula de escape para el público espectador.⁴

Una revisión de estos *sketches* permite distinguir en aquellas imitaciones una función cómica y una política. Primero se recurre a la caricaturización y se espera que los espectadores compartan creencias sobre los candidatos. Se supone que estas caricaturas deben provocar la risa y cuestionar las impresiones que estas personas tienen de las figuras públicas (Gring-Pemble y Watson, 2003). Este tipo de revisión reconoce una función política única a las imitaciones, las cuales se convierten en una forma de replantear la vida pública y los momentos memorables en el ciclo de las elecciones de una manera cómica. Todavía más importante, los *sketches* replantean y reorganizan la atención de los espectadores (Voth, 2008). Lorne Michaels, el creador de *SNL*, admite la función política del programa y sostiene que el propósito del comentario es “dar una perspectiva sobre lo que está pasando”; sin embargo, también ha argumentado que la prioridad es la función cómica, no la política partidista (Fancher, 2016).

La función política hace énfasis en el concepto de encuadre. Éste se relaciona con la teoría del establecimiento de agendas, que estudia qué temas se vuelven parte de la agenda pública. En consecuencia, la teoría del encuadre se interesa en cómo se presentan los temas, cómo influyen en el procesamiento de información de los espectadores y qué piensan las personas sobre el tema. Al observar las maneras en que los medios de comunicación

⁴ Para leer sobre la teoría del alivio en los estudios de humor, véase, por ejemplo, Morreall (2009).

narran las historias, usan la retórica y transmiten juicios o reacciones emocionales, la teoría del encuadre examina los significados implícitos en el debate público (Fairhurst y Sarr, 1996). Las imitaciones políticas en *SNL* son parte de la agenda pública, pero la manera en que construyen significados difiere del periodismo; al pertenecer a un programa cómico, sus creadores no están obligados a ceñirse a ideales periodísticos como la imparcialidad, la integridad, la objetividad o el equilibrio. Mientras que las imitaciones toman su material de la agenda pública de actualidad, replantean la discusión de los medios de comunicación a través de la comedia, la ironía y la sátira. En otras palabras, proporcionan interpretaciones que funcionan en forma de respuestas afectivas y cómicas.

Anteriormente, *SNL* ha sido criticado por su manera tradicional y acrítica de abordar el desempeño de los presidentes, como en las actuaciones de Chevy Chase interpretando al presidente Gerald Ford o en la imitación que Dan Aykroyd hizo de Jimmy Carter. Esos trabajos generalmente se han enfocado a crear caricaturas reconocibles y citas memorables en vez de incluir una crítica directa y áspera (Compton, 2016; Wilson, 1979). Por lo tanto, los *sketches* han enfatizado las funciones cómicas sobre las políticas. En el siglo XXI, este estilo suave empezó a modificarse hasta hacer campañas políticas. Esto sigue a una tendencia en la comedia política, donde una modalidad abiertamente personalizada y emotiva ha aumentado en popularidad nuevamente. En el mundo multimedia, varios comediantes (como Jon Stewart, Stephen Colbert y John Oliver) públicamente han asumido abiertas y apasionadamente posturas políticas y han usado sus programas de televisión y los canales de redes sociales para hacer campañas.

Esta tendencia también ha afectado a programas cómicos tradicionales como *SNL*. En particular, la caracterización que hizo Tina Fey de Sarah Palin en las elecciones de 2008, que enfatizaba su falta de calificación en la política y su origen rural como nativa de un pueblo pequeño, llevó las imitaciones políticas de *SNL* a un nivel nuevo. Al cuestionar la credibilidad y aptitud de Palin, se argumentó que la parodia tuvo un impacto en los resultados de las elecciones (Esralew y Goldthwaite Young, 2012; Flowers y Young, 2010). La imitación de Fey no fue únicamente una caricatura, fue pertinaz y reforzó los procesos de replanteamiento e interpretación. En las elecciones de 2016, la cuestión de la interpretación política genera un interés particular: ¿el programa siguió una ruta más tendenciosa y política o regresó a las caricaturas cómicas?

El inicio de las elecciones de 2016 nuevamente volvió a *SNL* un programa temático.⁵ Las parodias de los candidatos aumentó sus ratings de *SNL*.⁶ Asimismo, fueron vistas y compartidas en redes sociales de manera intensa, lo que aumentó el acceso al contenido del programa. Por ejemplo, el videoclip del segundo debate (seguido por el comentario del presunto “delito político” que hizo Trump) recibió más de veinte millones de visitas en el canal de YouTube de *SNL*.⁷ También los principales medios de comunicación (como CNN, *The Washington Post*, *The New York Times* y Fox News) comentaron y analizaron enérgicamente las opiniones semanales sobre las elecciones, lo que creó una sensación de anticipación previa a las transmisiones y debates públicos activos después de ellas. Después de que Donald Trump entró en una discusión sobre el programa en Twitter, la atención pública y la importancia del programa aumentaron. Esto muestra cómo la comedia tiene el poder de atraer políticamente a los espectadores, y las elecciones de 2016 no fueron una excepción.

El impacto que tienen los programas cómicos políticos en la política y las elecciones presidenciales de Estados Unidos se ha vuelto una materia cada vez más estudiada. De acuerdo con Amy Becker y Don Waisanen, dichos análisis pueden dividirse en dos categorías: uno de las características y otro de los efectos. El de los efectos se enfoca en el impacto que tiene la comedia política en el conocimiento, el aprendizaje, las actitudes y la opinión (Becker y Waisanen, 2013). Por ejemplo, estudios previos han mostrado que los programas de comedia política, como los nocturnos, han aportado a la eficacia política (Baumgartner y Morris, 2006), a la participación y compromiso (Cao y Brewer, 2008), y al conocimiento y aprendizaje políticos (Baum, 2002; Compton, 2008; Prior, 2003; Kim y Vishak, 2008). Muestran que los programas de comedia política se dirigen a públicos diferentes, incluidas las personas que no siguen las fuentes de noticias de manera activa, aumentan su com-

⁵ Sin embargo, los niveles de audiencia del programa son significativamente más bajos que a finales de los setenta y han disminuido desde mediados de los noventa. Según los *ratings* de Nielsen, el más alto que ha tenido *SNL* es de la temporada de 1970 a 1980 (13.5 de *rating* de hogares); en la década de los ochenta llegó a 7, pero desde mediados de los noventa sus *ratings* cayeron a cerca de 6, y en el siglo XXI, el *rating* en los hogares ha estado entre 4.5 y 5.8; aunque está muy por debajo de cuando el programa gozaba de la mayor popularidad, todavía es aceptable (Maglio, 2015).

⁶ El año de elecciones siempre ha mejorado los *ratings* de *SNL*; en la temporada de 2016 a 2017, aumentaron un 10 por ciento y la audiencia aumentó de 6 047 000 a 7 400 000 espectadores (Porter, 2017).

⁷ Al 31 de enero de 2017, el videoclip tenía 20 606 981 visitas (*SNL*, 2016a).

presión del sistema político de Estados Unidos y se ven alentados a formar sus propias opiniones, a buscar información y participar en debates y actividades políticos. Por lo tanto, estas emisiones son una parte importante y positiva de la participación política estadounidense.

A través de la ironía y la sátira, representan puntos de vista críticos sobre los debates políticos y redireccionan los enfoques de los espectadores hacia las cuestiones elegidas. En este sentido, el impacto de la comedia política difiere de la perspectiva de los funcionarios y del contenido político. Varios estudios han mostrado que las burlas aumentan el cinismo con el que se perciben el sistema político, el electoral y los medios de noticias de Estados Unidos. Esto como resultado de una tendencia de la comedia nocturna de hacer énfasis en los disparates del mundo político (Baumgartner y Morris, 2006). Varios otros también han mostrado que las bromas sobre los candidatos aumentan las opiniones negativas de los espectadores sobre ellos (Baumgartner y Morris, 2006).

Aunque reconoce los efectos de la comedia política, mi análisis se sitúa en la categoría de estudio de las características de ese género: su retórica y convenciones, las funciones ideológicas y éticas, y las contribuciones a la discusión pública. Al mismo tiempo, intento responder al deseo de Becker y Waisanen de abordar las preguntas de los contextos y los espectadores al discutir el rol que desempeñaron las imitaciones políticas durante las elecciones presidenciales de Estados Unidos de 2016 (Becker y Waisanen, 2013). Empezaré por analizar las de Hillary Clinton, tras lo cual comentaré las interpretaciones de Donald Trump.

La “nueva” Hillary Clinton

Ella ha sido interpretada varias veces en *SNL* a lo largo de los años. Primero, durante la presidencia de Bill Clinton, fue imitada por Jan Hooks, quien la presentó como una aspirante a “copresidente”. El personaje ganó más independencia en 2008 cuando Hillary se postuló contra Barack Obama y Amy Poehler la mostró como una precandidata malhumorada. La antigua miembro del elenco, Ana Gasteyer, y el escritor de *SNL*, Jim Downey, concluyeron que estas versiones previas eran “rígidas”, “complicadas”, “llevadas por la ambición ciega” y que reflejaban “la rabia por su potencial desperdiciado”. En

contraste, la versión más reciente que hizo Kate McKinnon fue la de un personaje más aventurero, interesante y tranquilo, aunque igualmente ambicioso (Bradley, 2016).

La versión de McKinnon para las elecciones de 2016 replanteó a Clinton como una candidata que canta y baila. Su interpretación musical fue tanto sorpresiva como deliberada. Ella no es conocida públicamente por sus talentos musicales y también ha batallado para hacerse accesible. Varios momentos de canto en el programa durante la temporada de las elecciones utilizaron de manera efectiva la incongruencia en la comedia, donde el humor se encuentra en las comparaciones sorpresivas, el uso innovador de categorías existentes y las concepciones culturales contradictorias.⁸ En otras palabras, el humor surge de lo imprevisto de un político que canta y esto dio suavidad al carácter político de Hillary. El movimiento flexible en varios *sketches*, que incluyó bailar y hacer *splits* y saltos mortales, presentó una versión imaginada menos rígida de su imagen. En el *sketch* “Bar Talk” (Plática de bar), Clinton respaldó esta interpretación de su imagen al cantar “Lean on Me” a dueto con McKinnon (*SNL*, 3 de octubre de 2015).

Sin embargo, algunos elementos de las imitaciones anteriores permanecieron en el ciclo de las elecciones de 2016 —principalmente su ambición y su incapacidad de relajarse—. En estos *sketches*, por ejemplo, usa pantalones de vestir para ir a dormir (*SNL*, 19 de diciembre de 2015) y en la playa (*SNL*, 16 de mayo de 2015). Ésta fue una forma de hacer énfasis en su consabida incapacidad para verse informal o relajada en cualquier situación. Además, varios *sketches* hicieron referencia de manera abierta a que ella es dura, atemorizante o complicada.

Estos aspectos controvertidos fueron planteados conscientemente, ya que Kate McKinnon buscó expresar la dicotomía que ella reconoció en Clinton: “únicamente intento canalizar su hermetismo y dulzura al mismo tiempo. La yuxtaposición de ambos aspectos es lo que en realidad la hace graciosa” (Elliott, 2015). Esta dicotomía no es solamente un rasgo personal, sino un asunto de género. En la política, con más frecuencia se critica a las mujeres en función de sus características físicas y de sus emociones (o falta de ellas), lo que las hace representativas de su género no de sus posturas políticas (Shor *et al.*,

⁸ Sobre la teoría de la incongruencia en los estudios sobre el humor y la comedia véase, por ejemplo, Morreall (2009).

2014; Bligh *et al.*, 2012). Ella contó en un blog de *Humans of New York* cómo, cuando era una mujer joven que intentaba hacer una carrera en un mundo de hombres, tuvo que aprender a controlar sus emociones, lo que en parte la llevó a parecer fría o impassible (Clinton, 2016). Las mismas características fueron visibles en estas elecciones, donde la oposición a que hubiera una presidenta se basó en afirmaciones tales como que la biología hace a las mujeres inestables y emotivas, y que no poseen rasgos de liderazgo. Para algunos, el liderazgo fuerte y efectivo todavía es visto como un rasgo masculino (McCutcheon, 2015). Los *sketches* de *SNL* abordan la tendencia de Clinton a manejar las críticas con base en su género al combinar expectativas masculinas y femeninas. En un *sketch*, aludió a “cuando era un niño pequeño” (*SNL*, 12 de marzo de 2016) y en otro afirmó tener “una risa fuerte, pero femenina” (*SNL*, 20 de diciembre de 2015). La combinación de fuerza y feminidad, también visible en su estilo de ropa formal, hizo que diera la impresión de ser una figura controlada, y la imitación que hizo McKinnon lo captó.

La contradicción de una candidata cantante que constantemente necesitaba ejercer control sobre su cuerpo y sus acciones se percibe a través de su cinismo, un rasgo que ha sido parte de las imitaciones de *SNL* por mucho tiempo. En el famoso *sketch* de las elecciones de 2008 en el cual ella (imitada por Amy Poehler) y Sarah Palin (imitada por Tina Fey) comentaron el sexismo en la campaña, Clinton mostró su cinismo al decir que el chovinismo únicamente se volvió un problema público cuando alguien más (Palin) se enfrentó a él (*SNL*, 21 de septiembre de 2013). La Hillary Clinton de McKinnon continuó siendo un personaje cínico, representado como alguien que lo ha visto todo, que lo ha sufrido todo y que ha experimentado varios reveses por su género. Por lo tanto, esa actitud estuvo estrechamente ligada a su ambición. Desde la presidencia de su esposo, *SNL* ha mencionado en repetidas ocasiones su deseo de ser presidenta. En 2016, se enfatizó el interés en el título por sí mismo. Su deseo y competitividad excesivos también estuvieron marcados como rasgos femeninos.

La distinción entre un político (hombre) con determinación y una “buscadora del título” (mujer) desesperada fue extremadamente visible al principio del ciclo de las elecciones. En los primeros *sketches* de ese periodo, *SNL* representó a una mujer convencida de que finalmente era su momento. En otro, transmitido antes de que Clinton incluso hubiera anunciado su candidatura oficialmente, se la mostró en su casa, hablando a los espectadores sobre

aquel escándalo en torno a unos correos electrónicos, argumentando que “así no es como Hillary Clinton sería derrotada”. En el monólogo alternaron las declaraciones audaces y ambiciosas de que reclamaría su lugar en la historia con la modestia expresada en la duda de que no sabía si postularse o no (SNL, 7 de marzo de 2015). Un par de semanas después, se dedicó otro *sketch* al lanzamiento de su campaña presidencial. Introdujo a la “nueva Hillary”, que era más humilde y accesible. Mientras que esta representación “detrás de cámaras” todavía se enfocaba en su incapacidad de relajarse y suavizar su imagen (SNL, 11 de abril de 2015), las imitaciones posteriores de McKinnon construyeron una imagen pública de la “nueva Hillary” como una figura política más relajada, aunque igualmente ambiciosa.

Durante las elecciones primarias, los *sketches* se enfocaron en comparar la Clinton con Bernie Sanders (interpretado por Larry Davis). Presentaron a éste como un abuelo que entendía y luchaba por los asuntos de la generación más joven. La imagen contradictoria de la vejez juvenil se burlaba del fenómeno Sanders en una forma que también abría una posibilidad a la interpretación idealizada. La diferencia entre él y Clinton se subrayó en particular en un *sketch* en mayo de 2016, cuando todos esperaban que respaldara a su compañero de partido. En este *sketch*, ella y Sanders se reúnen en un *pub*. Éste pide “una cerveza de una marca nueva, algo refrescante y revolucionario”, mientras que Clinton recibe la que “a nadie le gusta, pero cumple con el trabajo” (SNL, 21 de mayo de 2016).

En ese momento, se consideró que ella también intentaba apelar a gente más joven. En un *sketch* emitido durante el verano, Clinton se acerca a unos jóvenes felices que cantan en la playa —“¡Hola, gente de dieciocho a veinticuatro años!”—, y trata de convencerlos de que ella también es *cool* (SNL, 16 de mayo de 2015). Después de perder algunas elecciones primarias ante Sanders, Clinton se dirigió a los votantes de Nueva York como si en realidad fuera quien lleva las de perder. En el *sketch*, también comentó que era como cualquier otro neoyorquino que siempre está de prisa, “y cuando estoy corriendo, realmente odio cuando un judío viejo y lento se pone en mi camino” (SNL, 4 de octubre de 2015). Aunque estos *sketches* replantean irónicamente su intento por unir a los votantes demócratas, después de que Sanders dejó la campaña también llevaron a la creación de una experiencia de “grupo excluyente”. Los *sketches* muestran a Clinton como si se esforzara demasiado, pero al menos se dirigía a los espectadores de manera más relajada, alegre y entretenida.



Un *sketch* de “Hillary Campaign Ad” (anuncio de campaña de Hillary), en el que ella asegura interesarse en los mismos asuntos que Sanders; se transforma físicamente en él y dice “¡Me estoy esforzando, gente!” (*SNL*, 12 de marzo de 2016).

Una vez que Trump se volvió su principal opositor en las elecciones, dio la impresión de que *SNL* la respaldó a ella. Los *sketches* siguieron haciendo bromas sobre Clinton, pero a partir de ese momento empezó a representar a los espectadores liberales. Esto fue visible, en particular en los tres *sketches* de los debates presidenciales televisados, cuyo punto principal fue mostrar las reacciones de Clinton a los comentarios de Trump. El uso de la narración audiovisual y el enfoque a las reacciones —en las que los espectadores ven cómo otro personaje reacciona a los eventos, incluida la información íntima sobre qué emociones le provocan, de tal manera que el público pueda decidir si se siente o no identificado—, proporcionó una manera efectiva de insinuar interpretaciones emocionales.

Aunque los *sketches* de los debates dieron a Clinton algo de exposición, su personaje funcionó como un espejo del comportamiento de Trump. La demócrata parecía ansiosa de escuchar cómo respondería su rival a las preguntas sobre la política exterior, la situación económica y otros dilemas políticos. *SNL* la mostró disfrutando las respuestas idiotas del republicano. Por ejemplo, en el *sketch* del primer debate, en repetidas ocasiones Trump entró en un callejón sin salida y Clinton se alegró de verlo en problemas. Cuando los presentadores preguntaron si a ella le gustaría responder, contestó, “Él puede

usar mi tiempo”. Con gesto complacido, preguntó, “¿Estados Unidos puede votar en este momento?” (*SNL*, 1º de octubre de 2016). Las respuestas, que oscilaron de la sorpresa a la risa, calificaron la candidatura de Trump como una mala broma. En la escena del ataque del tiburón del segundo debate, Clinton pareció confundida y sin poder creer el comportamiento de Trump, compartiendo los tipos de sentimientos que se expresaron en las redes sociales después del debate real (*SNL*, 15 de octubre de 2016).⁹ Y en la parodia del tercer debate, ella reaccionó a los comentarios excesivos de Trump sobre los problemas raciales y los de las mujeres. Por ejemplo, jugó *Trump Bingo* —un *meme* en línea popular antes del debate— y parecía aburrida mientras su rival hablaba disparates sobre política exterior (*SNL*, 22 de octubre del 2016).



Las reacciones de Clinton a Trump en los *sketches* del primer y el tercer debate presidencial. En el primer *sketch*, en el cual la pantalla generalmente estuvo dividida para mostrarlos a ambos, Trump habla sobre las personas negras en una forma estereotípica. En el tercero, Clinton juega el popular *meme* de *Trump Bingo* (*SNL*, “Donald Trump vs. Hillary Clinton Debate Cold Open”, 1º de octubre de 2016; “Donald Trump vs. Hillary Clinton Third Debate Cold Open”, 22 de octubre de 2016).

La imitación de Clinton se volvió un modelo de las reacciones liberales a Trump. Aunque su elección narrativa enfatizó el sentido de un “grupo excluyente” formado por ella y los espectadores con inclinaciones liberales, también hizo a Trump una parte activa en los *sketches* y redujo el papel de Clinton a ser reactivo. Por lo tanto, en la segunda parte de la campaña, *SNL* suavizó la pericia política de ella. Paradójicamente, varios de los *sketches* fueron escritos de tal manera que asumían que los estadounidenses reconocerían a Trump como una opción de presidente inexperta y ruin. En el programa de televisión, se esperaba y deseaba la victoria de Clinton por ser una fuerza opositora, no necesariamente en, y por sí misma.

El carácter emotivo alrededor de las reacciones de los espectadores y de la interpretación como cantante que hizo McKinnon de la candidata se resaltó

⁹ Sobre las reacciones, véase, por ejemplo, Pearl (2016).

en el episodio posterior al día de las elecciones (y tras la muerte de Leonard Cohen) cuando, sentada sola en un piano, Kate McKinnon inició el programa cantando “Hallelujah” de Cohen. La versión no fue cómica ni divertida, sino conmovedora en la forma en que abordó la derrota de la demócrata (SNL, 12 de noviembre de 2016):

I did my best, it wasn't much. I couldn't feel, so I tried to touch.
I've told the truth, I didn't come to fool you,
And even though it all went wrong
I'll stand before the Lord of Song
With nothing on my tongue but Hallelujah (Cohen, 1984).
(Hice lo mejor que pude, no fue mucho. No pude sentir, así que intenté tocar.
He dicho la verdad, no vine para engañarte,
Y, a pesar de que todo salió mal,
Me pararé frente al Señor de la Canción
Con nada más en mi boca que un Aleluya.)

Las escenas de apertura de SNL suelen ser cómicas, por lo tanto, la decisión de presentar esta canción tuvo una carga ideológica y fue un comentario revelador sobre los resultados de las elecciones. El programa también reforzó el sentido de pertenencia y experiencia compartida de los partidarios de Clinton. La reacción emotiva a la derrota en las elecciones abordó la decepción compartida por muchos espectadores del programa cómico; sin embargo, no todos se sintieron atraídos por la emotiva canción sobre la derrota y varios partidarios de Trump consideraron que esta apertura no cómica demostró que el programa tiene una tendencia de izquierda y liberal (Park y Palotta, 2016; Long, 2016; SNL, 2016b).

La masculinidad populista de Donald Trump

De manera similar a Clinton, Donald Trump tiene una larga historia con SNL. En 1988, Phil Hartman hizo una parodia de su carrera en bienes raíces, y se enfocó en las prerrogativas de un hombre rico con amantes jóvenes; sin embargo, Darrell Hammond ha tenido una carrera tan larga como él. Su primera aparición fue en 1999 y replanteó los intereses políticos del republicano y sus apariciones en *The Apprentice*. Durante la campaña de 2016 hizo dos imitaciones de Trump. Hammond interpretó el papel durante las elecciones prima-

rias, mientras que Alec Baldwin se enfocó en la contienda bipartidista con Clinton, y seguido interpretando a Trump después de la elección. Hay similitudes entre las imitaciones que hicieron Hammond y Baldwin; sus caricaturas enfatizaron el manejo de las manos, su cabello y que nunca sonríe, así como su tendencia hacia la exageración —incluido el uso continuo de las palabras *huge* (tremendo), *best* (mejor), *genius* (genial) y *fantastic* (fantástico), que aparecían particularmente en las referencias a sí mismo o a los valores que representa—. Las expresiones eran escogidas para burlarse de eso y de su pronunciación. Además, fue representado como alguien incapaz de aceptar la derrota. En los *sketches* de las elecciones, los reverses de Trump fueron nombrados el *best second* (mejor segundo), *winning huge* (tremenda victoria) o se decía que se debían a que el proceso de votación estaba corrompido.

Sin embargo, Hammond y Baldwin no fueron los únicos que lo imitaron durante las elecciones de 2016. Taran Killam también lo intentó. En octubre de 2015, apareció en un *sketch* en el que Trump (Killam) se dirigió a los espectadores desde su lujoso ático e invitó a su esposa Melania (Cecily Strong) para convencerlos de que no odia ni a las mujeres ni a los inmigrantes. Ella aseguró irónicamente que Trump no puede odiar a las mujeres porque le encanta mirarlas y que no puede odiar a los inmigrantes porque se casó con una de ellas. Al final, concluyó que Trump era el “paquete completo: es fuerte, es blanco, es bueno en la cama” y que sus declaraciones excesivas y el manejo de los asuntos conservadores populistas son sólo para tener mejores números en las encuestas (*SNL*, 3 de octubre de 2015). El *sketch* hizo un retrato de un líder populista y, aún más, precisó los elementos de género que suele estar presentes en el discurso del populismo (de derecha). De acuerdo con Cas Mudde y Cristóbal Rovira Kaltwasser, tiende a asociarse a los líderes populistas varones con el “hombre fuerte y carismático”, viril, potencialmente violento y que usa un lenguaje simple y vulgar. Esta imagen hace énfasis en la acción y la habilidad de tomar decisiones (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2017).

La imitación de Killiam estableció las pautas para los siguientes *sketches* sobre Trump, que siguieron satirizando su masculinidad populista; sin embargo, las interpretaciones de la masculinidad que hicieron Hammond y Baldwin tuvieron diferencias. En el *sketch* del debate presidencial republicano, el Trump de Hammond apareció como alguien tan arrogante y confiado que se creía puntero en los debates. Su papel principal era intimidar a Jeb Bush (Beck Bennett) con declaraciones tales como, “básicamente eres una niña” (*SNL*, 19

de diciembre de 2015). Aquí, Hammond siguió burlándose de la autoimagen de Trump como un líder masculino (en comparación con su competencia débil y femenina) cuya fuerza se basaba en la intimidación y la vulgaridad. Esta interpretación continuó cuando Hammond, después del *Super Tuesday* (supermartes); en un discurso de victoria, en el papel de Trump, describió a su competencia republicana como triste y desesperada, y terminó jactándose, “I have a great, huge, big dick” (tengo un enorme, tremendo, gran pito; *SNL*, 5 de marzo de 2016). Estos *sketches* se burlaron del ideal populista de masculinidad mientras que, al mismo tiempo, el replanteamiento funcionó en el nivel cómico de la caricatura en vez de cuestionar abiertamente la lógica política detrás de esto.

La aproximación de Alec Baldwin al mismo tema fue crítica de la imagen populista de una manera más abierta. Por ejemplo, en el *sketch* que abordó la declaración de Trump de que agarraba a las mujeres por la vulva, éste fue incapaz de disculparse porque, dijo, “nunca haría eso”. En cambio, siguió, “mujeres, si me dan una oportunidad, les prometo que puedo hacer mucho más que sólo agarrarla: puedo hacerla bailar, torcerla” (*SNL*, 8 de octubre de 2016). La actitud representada perpetuó su imagen vulgar y de macho “alfa”, y se puso énfasis en la agresividad de Trump hacia las mujeres. Este rasgo fue una tendencia desarrollada en la interpretación de Baldwin. Por ejemplo, mientras que todas las imitaciones resaltaban su semblante que nunca sonríe (la versión de Killam enfatizaba la idiotez de su personalidad y el puchero de Hammond generalmente sugería arrogancia), Baldwin lo mostró con los labios y el entrecejo fruncidos, lo que comunicaba dureza e ira.



Los Trumps con pucheros de Killam (a la izquierda), Hammond (en el centro) y Baldwin (a la derecha). *SNL*, “Donald and Melania Trump Cold Open” (3 de octubre de 2015); “GOP Debate Cold Open” (19 de diciembre de 2015); “VP Debate Cold Open” (8 de octubre de 2016).

La versión de Baldwin no sólo resaltó la agresividad del candidato, sino también su maldad. En el *sketch* del primer debate, que también fue el debut de aquél como imitador de Trump, usó varias referencias sexuales, como “voy a ser tan tranquilo y tan presidencial que todos ustedes que están viendo van a venirse en sus pantalones” (SNL, 1º de octubre de 2016). Al mismo tiempo, la discusión pública se había enfocado en su actitud hacia las mujeres y los *sketches* empezaron a replantear la virilidad y la vulgaridad como una forma de acoso. Esto se enfatizó en el *sketch* del tercer debate, en el cual se presentó tanto al público en el estudio como al espectador global como si se rieran del comentario que hizo Trump sobre que “nadie tiene más respeto por las mujeres que yo” (SNL, 21 de octubre de 2016). También se lo mostró como si reclamara espacio, tanto de manera física (véase la escena del ataque del tiburón en el segundo debate: SNL, 15 de octubre de 2016) al interrumpir de manera constante a Clinton (véase el comentario sobre la “nasty woman” [mujer ruin] en el tercer debate).

Aunque estos elementos estaban abiertos a las lecturas del poder y la fuerza masculinos, Baldwin constantemente los cuestiona al trazar paralelos entre la masculinidad populista y la incompetencia. Los *sketches* de los debates se enfocaron en las incapacidades de Trump para argumentar de manera clara y concisa. En cambio, se lo representó como si parloteara de manera absurda y, en el *sketch* del primer debate, su forma de tuitear fue comparada con el acto de ir al baño (SNL, 1º de octubre de 2016). El *sketch* del segundo debate siguió en donde se quedó el primero, cuando el Trump de Baldwin inició con “voy a soplar, a resoplar y voy a hacer volar todo esto” (SNL, 15 de octubre de 2016). Al añadir el alegre regocijo de Clinton a la escena, los *sketches* de los debates trazaron la imagen del republicano como un candidato impreparado.

Estas referencias a su incompetencia se enfatizaron después de las elecciones, cuando Alec Baldwin ajustó su imitación. Todavía usó los labios fruncidos, pero en vez de señalar agresividad, ahora expresaron inexperiencia con un puchero y una mirada insegura, casi de niño. El primer *sketch* del presidente electo lo mostró como si se preparara para su nuevo trabajo. A lo largo del *sketch*, diferentes colaboradores visitan su oficina y le preguntan cómo va a cumplir sus promesas de campaña. Una y otra vez, se lo ve perdido y agobiado. Sigue preguntando, ¿prometí recuperar todos los empleos, dije que tengo un plan de acción militar, que vamos a cancelar la atención médica? Se

da cuenta de que las palabras vacías y evadir los problemas tal vez ya no funcionan y, aun así, no tiene nada más que ofrecer. Al final, pregunta si el vicepresidente Mike Pence podría hacer todo su trabajo por él (*SNL*, 19 de noviembre de 2016). Mientras que el aspecto agresivo pudo haber servido para promover una imagen pública de Trump como un líder masculino, su versión más incierta y agobiada no tuvo este efecto.

Varios *sketches* como presidente electo y en funciones también han sugerido que podría no ser el verdadero líder del país. En cambio, *SNL* introdujo a un Putin sin camisa (Beck Bennett), quien con frecuencia se encuentra sentado detrás del escritorio del presidente en el Despacho Oval (*SNL*, 21 de enero de 2017; 24 de diciembre de 2016). La imagen masculina del líder ruso ha sido una fuente de sátiras durante años, y aquí la inversión de que Trump se vuelva una figura infantil y Putin sea el verdadero macho alfa también transfiere el poder de manera simbólica.

Las imitaciones de Trump han replanteado su carácter a partir de un uso remarcado de la masculinidad populista; sin embargo, mientras que Killam y Hammond elaboraron una caricatura cómica, en la interpretación de Baldwin pasó de la agresividad a la incompetencia. En particular, el último ha cuestionado toda su noción de masculinidad, por lo que ha puesto en duda su poder. Si bien la noción de un líder masculino puede resonar entre los simpatizantes de Trump y crear una experiencia positiva de “grupo excluyente”, la imagen de incompetencia tiene carga política. Puede provocar varias reacciones, porque es más difícil encontrar las interpretaciones positivas y necesita buscarse un sentido de experiencia y entendimiento compartidos de la identidad del grupo en la victimización del objeto de las bromas.

Experiencias de “grupo excluyente”: relaciones con y en los espectadores

A través del humor, puede crearse una cierta sensación de “grupo excluyente”. La risa se vuelve una marca de entendimiento social —concretamente sobre qué es gracioso— y, al crearse este consenso con una audiencia real o imaginaria, puede formularse opiniones y generarse una identidad grupal. Aunque es un proceso inclusivo, éste se vuelve un dispositivo de “alterización” desde la perspectiva de quienes son el blanco de la broma. La inclusión y la

exclusión también hacen que el humor sea no sólo un proceso social, sino también político (Weaver, 2011; Kessel, 2012).

El análisis de las imitaciones en *SNL* revela una diferencia en la presunta relación entre cada candidato y los espectadores de *SNL*. Hubo una diferencia entre los votantes a los que se dirigían Trump y Clinton: el primero estaba cortejando a los espectadores (hombres) republicanos y conservadores, mientras que el objetivo principal de la segunda (así como de Sanders) eran los demócratas y liberales. Aunque el grupo demográfico principal de *SNL* son las personas de dieciocho a cuarenta y cuatro años de edad, el programa también es conocido por su agenda social liberal (Marx *et al.*, 2013; Whalley, 2010). Por lo tanto, era más probable que los espectadores de Clinton siguieran este programa de televisión masivo, mientras que los de Trump quizá hayan tenido una actitud más crítica hacia estos valores. En consecuencia, parece que la divergencia en los espectadores y en la política de pertenencia se volvió una cuestión. Cuando Clinton participó de manera estratégica en el programa cómico, sabía que llegaría a posibles votantes. Para Trump, la situación fue más complicada. La decisión de visitar *SNL* le dio visibilidad y pudo dirigirse a quienes no estaban dentro de su público meta principal, pues probablemente varios de sus seguidores no veían el programa.

Aunque todos los medios de comunicación tienen un público específico con el que se vinculan y cuyas inquietudes escuchan, el contenido humorístico da otro giro. El humor y la comedia son centrales para la vida social y generalmente son vistos de manera positiva; sin embargo, también pueden ridiculizar y ser mordaces. De hecho, Michael Billing es un duro detractor de la visión de que la risa y el humor son inherentemente buenos. Para él, el humor es una práctica disciplinaria que busca reforzar barreras sociales y discursivas al vigilar el comportamiento y las ideologías. Por lo tanto, mientras que las bromas repetitivas pueden pasar por inofensivas, también normalizan ciertas interpretaciones sobre quienes son los sujetos de las bromas. En este sentido, el humor tiene consecuencias reales al expresar, validar o rechazar agendas concretas sobre ciertos asuntos, personas o grupos. En los *sketches* de *SNL*, los espectadores generalmente se rieron con Hillary Clinton y de Donald Trump. Se observaron tendencias similares cuando los candidatos visitaron el programa durante sus campañas.

Cuando Clinton se dirigió a los espectadores de *SNL*, su mayor interés fue formar parte de las bromas y de esa forma compartió los valores e ideas del pú-

blico liberal previsto. En este sentido, participó en una tradición ya establecida entre los presidentes y los candidatos presidenciales y la comedia política (televisada). Desde la década de los sesenta, varios presidentes, incluidos John F. Kennedy, Ronald Reagan, Bill Clinton y Barack Obama, han reconocido el papel de la televisión para conectar con los votantes más jóvenes, incluso cuando las representaciones no siempre han sido de su agrado. Los presidentes y los candidatos no sólo han participado en los medios de entretenimiento, sino que también han aceptado la parodia y la imitación política como herramientas para demostrar su capacidad presidencial de lidiar con los medios de comunicación y la publicidad, y para mostrar aspectos diferentes, tal vez más accesibles, de ellos mismos (Becker *et al.*, 2010; Cramer Brownell, 2016).

El *sketch* de Clinton con Kate McKinnon —en el que ésta la imitó y la candidata actuó como una cantinera llamada Val— en general fue bien recibido por el público. Muchos consideraron que el *sketch* fue una prueba cordial de su habilidad para aceptar la crítica y unirse a las bromas (Poniewozik, 2015a). En el *sketch*, por ejemplo, argumenta que pudo haber apoyado el matrimonio homosexual antes, y Val (Clinton), de manera consciente admite que es un “punto válido” (*SNL*, 3 de octubre de 2015). En una entrevista con *Time*, se le preguntó a Kate McKinnon cómo reaccionó Clinton a los *sketches* que habían escrito sobre ella y contestó que Hillary estaba complacida y era colaborativa, y que se habían divertido juntas (Elliott, 2015). La misma candidata apoyó la imitación de Kate McKinnon y declaró que las bromas le parecían ingeniosas y perspicaces (Sobieraj Westfall y Kimble, 2016). De esta manera, mostró que podía aceptar la tendencia propia de la comedia a desplazar el poder de manera momentánea, pues ofrece a su público la posibilidad de reírse de los poderosos, y aterrizarlos e imponer su autoridad sobre ellos.¹⁰

Por otro lado, Donald Trump tuvo una relación más problemática con *SNL*. De cierta forma, mostró su disposición a participar para ganar capital político (Cramer Brownell, 2016). Trump había sido anfitrión del programa en 2004 y lo hizo de nuevo en noviembre de 2015 durante su campaña, lo que lo convirtió en el segundo candidato en hacerlo, además de aparecer en él.¹¹ Se criticó a *SNL* por su decisión de prestarle atención: en las redes sociales, se presionó para que excluyera a Trump y, durante la filmación, algunos marcharon de la

¹⁰ Por ejemplo, Mijaíl Bajtín (1984) ha comentado el poder trascendente de la comedia y también sobre la llamada teoría de la superioridad en los estudios sobre la comedia; véase Morreall (2009).

¹¹ El primer candidato que presentó *SNL* fue el reverendo Al Sharpton en 2003.

Trump Tower al estudio de NBC (Associated Press, 2015). También se criticó a *SNL* por adoptar un enfoque suave y apolítico en el episodio (Poniewozik, 2015b; Stuever, 2015; Hurley, 2015). Esta fuerte respuesta reveló claramente la postura de los espectadores liberales del programa.

En el monólogo de apertura, Trump se burló de su propio estilo retórico al iniciar con “es maravilloso estar aquí. Esto será algo especial. Como ustedes saben, muchos grandes han presentado este programa, como yo en 2004”. También anunció, “parte del motivo por el que estoy aquí es que sé aceptar una broma. Se han burlado mucho a lo largo de los años. Este programa ha sido un desastre para mí” (*SNL*, 8 de noviembre de 2015). Este comentario ya insinuaba que, aunque reconoce el poder de los programas de entretenimiento en su carrera, tiene problema al lidiar con las repetidas imitaciones paródicas y bromas irónicas. Por entonces, su imitador Darrell Hammond también fue cuidadoso en la forma en que respondió a las preguntas sobre la visita de Trump y sostuvo que éste sabe cómo recibir un golpe (Wilstein, 2016).

La relación del republicano con las imitaciones de *SNL* tomó un rumbo más hostil en la temporada 42, cuando Alec Baldwin reemplazó a Darrell Hammond. Mientras que la interpretación de éste lo caricaturizó como estúpido y egocéntrico, Baldwin lo mostró incompetente y agresivo, El cambio no le cayó bien a Trump, quien tuiteó calificándolo de “delito político” y declaró en una entrevista de prensa que su imagen en *SNL* era demasiado ruin, ya que él era una buena persona (Calloway, 2016). Después de las elecciones, la relación llegó a un punto crítico. La imitación de Baldwin empezó a incluir más actitudes de inseguridad e infantiles. Un *sketch*, en el que se presentó a Trump siguiendo tuits de adolescentes, desató una reacción violenta del presidente electo: “anoche vi partes de *Saturday Night Live*. Es un programa completamente unilateral y sesgado: no hay absolutamente nada divertido”.¹² Desde entonces, tuits semejantes se volvieron más o menos habituales después de los *sketches* de *SNL* (Trump, 2016b). A su vez, las quejas desataron las respuestas de Alec Baldwin, quien ha admitido su burla deliberada. En vez de ceder o disculparse,¹³ dijo que sólo se detendría cuando Trump publicara sus registros fiscales.¹⁴

¹² “I watched parts of <@nbc> Saturday Night Live last night. It is a totally one-sided, biased show - nothing funny at all. Equal time for us?” (Trump, 2016c).

¹³ Por ejemplo, “I won’t apple-agize. Tonight at 11:30. Live” (Baldwin, 2016a).

¹⁴ “<@realDonaldTrump>, release your tax returns and I’ll stop. Ha”, (Baldwin, 2016b).

Al disgustarse con el programa, el presidente unió segmentos del público que se sentían excluidos. De hecho, *SNL* presentó *sketches* que no sólo se burlaban de los partidarios de Trump, sino que los llamaban racistas de manera abierta.¹⁵ Algunos espectadores estadounidenses tal vez ya sentían que *SNL* no representaba sus valores, sino que los trataba como marginados. Al afirmar en Twitter que *SNL* era tendencioso, Trump creó su propio “grupo excluyente” y compartió con su audiencia meta la sensación de no pertenencia. Esto tiene correlación con lo que, en los estudios del humor, se llama discurso reverso, en el cual el humor racista, por ejemplo, pone en juego una contraestrategia donde el aludido también se ríe (Weaver, 2010).

En su rechazo a aceptar la parodia de *SNL*, Donald Trump se separó de la tradición de los candidatos presidenciales de seguirle la corriente a los medios de entretenimiento para alcanzar al público. En cambio, utilizó sus respuestas en Twitter para obtener simpatía y apoyo hacia su percepción de que era tratado de manera sesgada. Confió en que un medio de comunicación directa con los posibles votantes era más efectivo que la comedia nocturna tradicional. De esta manera, su estrategia fue muy diferente de la de Hillary Clinton o la de muchos otros candidatos anteriores; sin embargo, dada la audiencia meta del programa, esa opción es entendible.

La noción de crear pertenencias alternativas para grupos diferentes también cuestiona el impacto de *SNL*. El programa favoreció a Clinton sobre Trump y, aunque ella también recibió burlas, el público que más o menos compartió el punto de vista de la emisión estaba demográficamente más inclinado a votar por Clinton, en primer lugar. Por lo tanto, aunque se han elogiado los elementos del compromiso político de la comedia, también se ha criticado un aspecto educativo tendencioso. Lo que preocupa a algunas personas es que algunos espectadores más jóvenes generalmente toman a los programas suaves como sus fuentes de noticias y que el contenido cómico es tendencioso. Por lo tanto, estos espectadores aprenden a tomar partido porque, contrario a lo que ocurre con el periodismo tradicional, los programas cómicos no tienen que ser objetivos (Cao, 2008; Heertum, 2011; Hollander, 2005; Hoffman y Thomson, 2009). En el caso de la comedia nocturna, los actores y los espectadores pueden tener perspectivas similares, pero *SNL*

¹⁵ Por ejemplo, en el *sketch* “Voters for Trump”, los votantes tenían símbolos nazis y del Ku Klux Klan (*SNL*, 5 de marzo de 2016).

no habla ni por todo el público estadounidense ni por todos los votantes. Las diferentes reacciones de Clinton y Trump pueden entenderse de manera parcial con base en los procesos de inclusión y exclusión del entretenimiento humorístico, aunque quedan preguntas sobre el contenido de las imitaciones políticas.

Conclusión

Al comparar las imágenes de un Donald Trump agresivo y enojado y la de una Clinton accesible y entretenida, parece que *SNL* ridiculizó a estos personajes de diferentes maneras. Ambos fueron objeto de burlas por sus características personales, metas políticas y sucesos durante la campaña, pero también hubo un deseo de empatizar con Hillary. Su cinismo fue reconocido como una consecuencia de ser una mujer en la política y las interpretaciones de ella cantando y bailando buscaron humanizarla. En contraste, el republicano fue abiertamente ridiculizado por su masculinidad agresiva y populista, en la que los problemas y la aptitud son anulados por las emociones desenfrenadas. Por lo tanto, parece que el programa usó los aspectos físicos en las imitaciones de Trump para aumentar la actitud crítica de los espectadores hacia él, mientras que suavizó la imagen de la demócrata.

Los primeros *sketches* de *SNL* sobre las elecciones, parecieron seguir la línea trazada por la imitación politizada que hizo Tina Fey. La interpretación de una Clinton accesible para una audiencia liberal se dirigió a los votantes no solamente en el nivel de comedia, sino también en el político. Reformuló lo tocante a su carácter que, en las discusiones públicas, generalmente fue señalado como su debilidad; es decir, tenía reputación de ser una persona sin carisma. Por eso, la forma en que Hillary lidió con la sátira política al seguirle la corriente a las bromas es entendible. Para ella, el programa fue una manera de acercarse a votantes potenciales. Para Trump, fue diferente. En particular, la imitación que hizo Alec Baldwin ha sido reconocida como altamente política debido a su constante crítica a través de la ironía. Al negarse a aceptar la sátira cómica y cuestionar la ridiculización de su masculinidad populista afirmando que se lo sometió a un trato tendencioso e injusto, se colocó fuera de la interpretación presentada y, al acercarse a sus partidarios a través de tuits, proporcionó un contexto diferente para interpretar los *sketches*. Tanto Clinton

como Trump reconocieron que el humor puede tener consecuencias reales al expresar, validar o rechazar las agendas presentadas.

Fuentes

ASSOCIATED PRESS

2015 “Live from New York, Donald Trump Hosts *SNL* Amid Protests”, *CBCNews*, 8 de noviembre, en <<http://www.cbc.ca/news/entertainment/donald-trump-host-snl-1.3309558>>, consultada el 12 de diciembre de 2016.

BAJTÍN, MIJAÍL

1984 *Rabelais and His World*. Bloomington: Indiana University Press.

BALDWIN, ALEC

2016a <ABFoundation>, <@ABFalecbalwing>, Twitter (17 de diciembre), en <<https://twitter.com/ABFalecbaldwin/status/810148226355564544>>, consultada el 21 de diciembre de 2016.

2016b <ABFoundation>, <@ABFalecbalwing>, Twitter (3 de diciembre), en <<https://twitter.com/abfalecbaldwin/status/805284113741729792>>, consultada el 21 de diciembre de 2016.

BAUM, MATTHEW A.

2002 “Sex, Lies, and War: How Soft News Brings Foreign Policy to the Inattentive Public”, *American Political Science Review* no. 96: 91-109.

BAUMGARTNER, JODY y JONATHAN S. MORRIS

2006 “The Daily Show Effect: Candidate Evaluations, Efficacy, and American Youth”, *American Politics Research* no. 34: 341-365.

BECKER, AMY B. y DON J. WAISANEN

2013 “From Funny Features to Entertaining Effects: Connecting Approaches to Communication Research on Political Comedy”, *The Review of Communication* 13, no. 3: 161-183.

BECKER, AMY B., MICHAEL A. XENOS y DON J. WAIANEN

2010 "Sizing Up the Daily Show: Audience Perceptions of Political Comedy Programming", *Atlantic Journal of Communication* 18, no. 3: 155.

BLIGH, MICHELLE C., MICHÈLE M. SCHLEHOFER,

BETTINA J. CASAD y AMBER M. GAFFNEY

2012 "Competent Enough, But Would You Vote for Her? Gender Stereotypes and Media Influences on Perceptions of Women Politicians", *Journal of Applied Social Psychology* 42, no. 3: 560-597.

BRADLEY, LAURA

2016 "How Hillary Clinton Became the Hero of Her Own Story on *Saturday Night Live*", *Vanity Fair*, 12 de septiembre, en <<http://www.vanityfair.com/hollywood/2016/09/hillary-clinton-on-snl-over-time>>, consultada el 31 de enero de 2017.

CALLOWAY, A.J.

2016 "Donald Trump Explains Why Alec Baldwin's *SNL* Portrayal Is 'Inaccurate'", *Extra*, 28 de octubre, en <<http://extratv.com/2016/10/28/donald-trump-explains-why-alec-baldwins-snl-portrayal-is-inaccurate/>>, consultada el 2 de noviembre de 2016.

CAO, XIAOXIA

2008 "Political Comedy Shows and Knowledge about Primary Campaigns: The Moderating Effects of Age and Education", *Mass Communication & Society* no. 11: 43-61.

CAO, XIAOXIA y PAUL BREWER

2008 "Political Comedy Shows and Public Participation in Politics," *International Journal of Public Opinion Research* 20, no. 1: 90-99.

CLINTON, HILLARY

2016 *Humans of New York*, 8 de septiembre, en <<http://www.humansofnewyork.com/post/150127870371/i-was-taking-a-law-school-admissions-test-in-a>>, consultada el 29 de noviembre de 2016.

COHEN, LEONARD

1984 "Hallelujah", en *Various Positions*. CBS Records International.

COMPTON, JOSH

2016 "Live from DC: *Saturday Night Live* Political Parody References in Presidential Rhetoric", *Comedy Studies* 7, no. 1 (enero): 62-78.

2008 "More Than Laughing? Survey of Political Humor Effects Research", en Jody C. Baumgartner y Jonathan S. Morris, eds., *Laughing Matters: Humor and American Politics in the Media Age*. Nueva York: Routledge, 39-65.

CRAMER BROWNELL, KATHRYN

2016 "The Historical Presidency Gerald Ford, *Saturday Night Live*, and the Development of the Entertainer in Chief", *Presidential Studies Quarterly* 46, no. 4: 938.

ELLIOTT, PHILIP

2015 "How *Saturday Night Live* Makes Kate McKinnon Into Hillary Clinton", *Time*, 8 de octubre, en <<http://time.com/4065217/hillary-clinton-kate-mckinnon/>>, consultada el 29 de noviembre de 2016.

ESRALEW, SARAH y DANNAGAL GOLDTHWAITE YOUNG

2012 "The Influence of Parodies on Mental Models: Exploring the Tina Fey-Sarah Palin Phenomenon", *Communication Quarterly* 60, no. 3: 338-352.

FAIRHURST, GAIL T. y ROBERT A. SARR

1996 *The Art of Framing*. San Francisco: Jossey-Bass.

FANCHER, JULIE

2016 "Bush Family 'Played Enormous Part' in Defining *SNL*," Creator Lorne Michaels Says before Dallas Visit", *Dallas News*, 26 de febrero, en <<http://www.dallasnews.com/news/news/2016/02/26/qa-with-snl-creator-lorne-michaels/>>, consultada el 10 de enero de 2017.

FLOWERS, ARHLENE A. y CORY L. YOUNG

- 2010 “Parodying Palin: How Tina Fey’s Visual and Verbal Impersonations Revived a Comedy Show and Impacted the 2008 Election”, *Journal of Visual Literacy* 29, no. 1: 47-67.

GRING-PEMBLE, LISA y MARTHA SOLOMON WATSON

- 2003 “The Rhetorical Limits of Satire: An Analysis of James Finn Garner’s Politically Correct Bedtime Stories”, *Quarterly Journal of Speech* 89, no. 2: 132-153.

HAKOLA, OUTI J.

- 2017 “Political Impersonations on *Saturday Night Live* during the 2016 U.S. Presidential Election”, *European Journal of American Studies* 12, no. 2 (verano), en <<http://ejas.revues.org/12153>>, doi: 10.4000/ejas.12153.

HEERTUM, RICHARD VAN

- 2011 “Irony and the News: Speaking Through Cool to American Youth”, en Amarnath Amarasingam, ed., *Stewart/Colbert Effect: Essays on the Real Impacts of Fake News*. Jefferson: McFarland, 117-135.

HOFFMAN, LINDSAY H. y TIFFANY L. THOMSON

- 2009 “The Effect of Television Viewing on Adolescents’ Civic Participation: Political Efficacy as a Mediating Mechanism”, *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 53, no. 1: 3-21.

HOLLANDER, BARRY

- 2005 “Late-night Learning: Do Entertainment Programs Increase Political Campaign Knowledge for Young Viewers?”, *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 49: 402-415.

HURLEY, LAURA

- 2015 “Why Donald Trump as *SNL* Host Wasn’t Funnier, According to a Current Cast Member”, *CinemaBlend*, en <<http://www.cinemablend.com/television/Why-Donald-Trump-SNL-Host-Wasn-t-Funnier-According-Current-Cast-Member-100517.html>>, consultada el 12 de diciembre de 2016.

KESSEL, MARTINA

- 2012 “Introduction. Landscapes of Humour: The History and Politics of the Comical in the Twentieth Century”, en Martina Kessel y Patrick Merziger, eds., *The Politics of Humour: Laughter, Inclusion, and Exclusion in the Twentieth Century*. Toronto: University of Toronto Press, 3-21.

KIM, YOUNG MIE y JOHN VISHAK

- 2008 “Just Laugh! You Don’t Need to Remember: The Effects of Entertainment Media on Political Information Acquisition and Information Processing in Political Judgment”, *Journal of Communication* no. 58: 338-360.

LONG, SARAH

- 2016 “Not Everyone Loved Kate McKinnon’s SNL Tribute to Hillary Clinton”, *She Knows*, 13 de noviembre, en <<http://www.sheknows.com/entertainment/articles/1129761/kate-mckinnon-snl-tribute-to-hillary-clinton>>, consultada el 10 de enero de 2017.

MAGLIO, TONY

- 2015 “‘SNL 40’: Inside the NBC Sketch Show’s Roaring Ratings Highs and Looming Lows”, *The Wrap*, 13 de febrero, en <<http://www.thewrap.com/snl-40-saturday-night-live-tv-ratings-nbc-lorne-michaels/>>, consultada el 31 de enero de 2017.

MARX, NICK, MATT SIENKIEWICZ y RON BECKER

- 2013 “Introduction: Situating *Saturday Night Live* in American Television Culture”, en Nick Marx, Matt Sienkiewicz y Ron Becker, eds., *Saturday Night Live and American TV*. Bloomington: Indiana University Press, 7.

MCCUTCHEON, MICHAEL

- 2015 “9 Reasons Why America Should Never Have a Female President”, *Mic*, 13 de abril, en <<https://mic.com/articles/115298/9-re>>, consultada el 27 de octubre de 2016.

MORREALL, JOHN

2009 *Comic Relief: A Comprehensive Philosophy of Humor*. Chichester, R. U.: Wiley-Blackwell.

MUDDE, CAS y CRISTÓBAL ROVIRA KALTWASSER

2017 *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.

NEALE, STEPHEN

2001 “Sketch Comedy”, en Glen Greeber, ed., *The Television Genre Book*. Londres: British Film Institute (BFI), 62-65.

PARK, MADISON y FRANK PALOTTA

2016 “SNL’s Kate McKinnon Opens Show Singing ‘Hallelujah’”, CNN, 13 de noviembre, en <<http://edition.cnn.com/2016/11/13/entertainment/snl-kate-mckinnon/>>, consultada el 10 de enero de 2017.

PEARL, DIANA

2016 “Twitter Noticed the Fly That Landed on Clinton’s Face — and More Social Media Debate Reactions”, *People*, 10 de octubre, en <<http://people.com/politics/twitter-noticed-the-fly-that-landed-on-clintons-face-and-more-social-media-debate-reactions/>>, consultada el 10 de enero de 2017.

PONIEWOZIK, JAMES

2015a “Review: Hillary Clinton on *Saturday Night Live*”, *The New York Times*, 4 de octubre, en <<https://www.nytimes.com/2015/10/05/arts/television/review-hillary-clinton-on-saturday-night-live.html>>, consultada el 12 de diciembre de 2016.

2015b “Review: Donald Trump on *Saturday Night Live*”, *The New York Times*, 8 de noviembre, en <<https://www.nytimes.com/2015/11/09/arts/television/review-donald-trump-on-saturday-night-live.html>>, consultada el 12 de diciembre de 2016.

PORTER, RICK

2017 “SNL’ Got an Election-year Bounce... It’ll Be Fine Afterward, Too”, *Screener*, 23 de enero, en <<http://tvbythenumbers.zap2it.com/more->

tv-news/snl-got-an-election-year-bounce-itll-be-fine-afterward-too/>, consultada el 31 de enero de 2017.

PRIOR, MARCUS

2003 “Any Good News in Soft News? The Impact of Soft News Preference on Political Knowledge”, *Political Communication* no. 20: 149-171.

SHOR, ERAN, ARNOUT RIJT, CHARLES WARD, SAOUSSAN ASKAR

y STEVEN SKIENA

2014 “Is There a Political Bias? A Computational Analysis of Female Subjects’ Coverage in Liberal and Conservative Newspapers”, *Social Science Quarterly* 95, no. 5: 1213-1229.

SOBIERAJ WESTFALL, SANDRA y LINDSAY KIMBLE

2016 “Hillary Clinton Admits Kate McKinnon’s ‘Hilarious’ *SNL* Impersonation Makes Her Second-Guess Herself”, *People Politics*, 3 de noviembre, en <<http://people.com/politics/hillary-clinton-on-kate-mckinnon-snl-impersonation/>>, consultada el 12 de diciembre de 2016.

STUEVER, HANK

2015 “Trump’s Sorry Night on *SNL*: An Overhyped Bummer for Us All”, *The Washington Post*, 8 de noviembre, en <https://www.washingtonpost.com/entertainment/tv/trumps-sorry-night-on-snl-an-overhyped-bummer-for-us-all/2015/11/08/29298ac2-85ee-11e5-9afb-0c971f713d0c_story.html?tid=a_inl&utm_term=.c2ac5f3eab6c>, consultada el 10 de enero de 2017.

TRUMP, DONALD J.

2016a (@realDonaldTrump), Twitter, 16 de octubre, en <<https://twitter.com/realdonaldtrump/status/787612552654155776>>, consultada el 2 de noviembre de 2016.

2016b (@realDonaldTrump), Twitter, 20 de noviembre, en <<https://twitter.com/realdonaldtrump/status/800329364986626048>>, consultada el 21 de noviembre de 2016.

2016c (@realDonaldTrump), Twitter, 3 de diciembre, en <<https://twitter.com/realDonaldTrump/status/805278955150471168>>, consultada el 8 de enero de 2017.

VOTH, BEN

2008 “*Saturday Night Live* and Presidential Elections”, en Jonathan S. Morris, ed., *Laughing Matters: Humor and American Politics in the Media Age*. Nueva York: Routledge.

WEAVER, SIMON

2011 *The Rhetoric of Racist Humour: US, UK and Global Race Joking*. Londres: Routledge.

2010 “The ‘Other’ Laughs Back: Humour and Resistance in Anti-racist Comedy”, *Sociology* 44, no. 1 (febrero): 31-48.

WHALLEY, JIM

2010 *Saturday Night Live, Hollywood Comedy, and American Culture: From Chevy Chase to Tina Fey*. Nueva York: Palgrave Macmillan.

WILSON, CHRISTOPHER P.

1979 *Jokes: Form, Content, Use and Function*. Londres: European Association of Experimental Social Psychology, 194-195.

WILSTEIN, MATT

2016 “*SNL*’s Darrell Hammond on Transforming into Trump: ‘He Can Take a Punch’”, *The Daily Beast*, 28 de junio, en <<http://www.thedailybeast.com/articles/2016/06/28/snl-s-darrell-hammond-on-transforming-into-trump-he-can-take-a-punch.html>>, consultada el 2 de noviembre de 2016.

Filmografía

SATURDAY NIGHT LIVE (SNL)

2016a “Donald Trump vs. Hillary Clinton Town Hall Debate Cold Open—*SNL*”, YouTube (16 de octubre), en <<https://www.youtube.com/watch?>

- v=qVMW_1aZXRk&t=308s>, consultada el 17 de octubre de 2016.
- 2016b Respuestas al tuit de SNL: (@nbcnl), “Kate McKinnon Performs Leonard Cohen’s ‘Hallelujah’ in the #ChappelleOnSNL Cold Open”, Twitter (13 de noviembre), en <<https://twitter.com/nbcnl/status/797947425340039168>>, consultada el 10 de enero de 2017.
- 1981-hoy Dirigida por Don Roy King *et al.*, creada por Lorne Michaels. Estados Unidos: Broadway Video /NBC /NBC Productions /NBC Studios /SNL Studios.

TVFicciones: reflexiones críticas sobre televisión estadounidense, de Nattie Golubov, editora, del Centro de Investigaciones sobre América del Norte de la UNAM, se terminó de imprimir en la Ciudad de México el 29 de abril de 2019. La impresión estuvo a cargo de Acrom Impresores, S. A. de C. V., Juan José Eguiara y Eguren núm. 127, Col. Viaducto Piedad, Cd. Mx., C.P. 09850. En su composición se usaron tipos Fairfield LH Light y Formata Light y Medium de 8, 10, 12, 14 y 18 puntos. Se tiraron 150 ejemplares, más sobrantes, sobre papel cultural de 90 grs. Impreso en offset. La formación la realizó María Elena Álvarez Sotelo. El cuidado de la edición y la corrección de estilo estuvieron a cargo de Teresita Cortés Díaz y María Cristina Hernández Escobar.