



Universidad de Valladolid

CURSO 2018-2019

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Politainment Televisivo. Análisis de Donald
Trump en The Late Show with Stephen
Colbert**

**Alumno:
Alberto Monje Gama**

**Tutora:
Salomé Berrocal Gonzalo**

Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de América, Periodismo,
Comunicación Audiovisual y Publicidad
Universidad de Valladolid

Convocatoria: Junio

POLITAINMENT TELEVISIVO. ANÁLISIS DE DONALD TRUMP EN THE LATE SHOW WITH STEPHEN COLBERT.

Resumen

El objetivo principal de este trabajo es el estudio del tratamiento de Donald Trump en *The Late Show with Stephen Colbert*, el *late show* número uno en cuanto a audiencia de la televisión estadounidense. Este estudio se ha realizado mediante un análisis de contenido de los chistes sobre su persona que han aparecido en los programas seleccionados en la muestra, que datan del mes de marzo de 2019. El principal hallazgo de la investigación es el descubrimiento de un sesgo claramente negativo contra el presidente que no se traduce en una crítica contra el sistema político en su conjunto sino centrada en su persona. Asimismo, el trabajo ofrece resultados sobre el valor educativo e informativo de este programa, en particular se demuestra que abre la puerta a la posibilidad de aprendizaje por parte del público de informaciones de alto interés social debido a la alta carga informativa de sus chistes.

Palabras clave

Politainment, Donald Trump, sátira política, late night, televisión, Stephen Colbert

TELEVISION POLITAINMENT. ANALYSIS OF DONALD TRUMP IN THE LATE SHOW WITH STEPHEN COLBERT

Abstract

The main objective of this work is the study of the treatment of Donald Trump in The Late Show with Stephen Colbert, United States most popular late show. The main analytic tool in the paper has been content analysis of all the jokes that have appeared in the selected shows concerning Donald Trump, all released during march 2019. The main finding of the work has been the discovery of a clearly negative bias against the figure of Donald Trump that does not match with a parallel critic against US political system as a whole. Likewise, the work offers revealing data about the educational and informational value of this particular show and it clearly opens the door to the possibility of audience learning of news of high social interest due to the high informational load of its jokes.

Keywords

Politainment, Donald Trump, political satire, late night, television, Stephen Colbert

ÍNDICE

1. Introducción y justificación.....	5
1. Justificación del tema elegido.....	5
2. Objetivos de la investigación.....	5
3. Hipótesis de la investigación.....	6
2. Estado de la cuestión.....	7
2.1. La sátira política: orígenes y funciones.....	8
2.2. Donald Trump y su relación con la sátira.....	9
3. Materiales y método.....	11
4. Resultados.....	18
5. Conclusiones.....	26
6. Bibliografía.....	32
7. Anexos: plantillas de codificación utilizadas.....	36

1. Introducción

1. Justificación del tema elegido

Este trabajo se centra en la temática del “*politainment* televisivo”. El infoentretenimiento político o *politainment*, siguiendo a Berrocal, Campos-Domínguez y Redondo (2012) y Berrocal (2017), nació en los años 90 tras la aparición de canales informativos de 24 horas e internet, debido a la enorme competencia en el sector audiovisual por el aumento de la oferta. A partir de ese momento, parte de la parrilla televisiva abandonó la seriedad de las *hard news* para apostar por la frivolidad del infoentretenimiento. Este formato tiene muchas formas, no sólo como *Late Shows*, también en forma de *Talk Show* o programas de entrevistas. En los últimos años, debido al desarrollo de internet, nuevas plataformas como YouTube también han permitido el desarrollo de contenido de *politainment* (Berrocal, Campos-Domínguez y Redondo, 2014). Según indica Baum (2002) esta apuesta por las *soft news* se debe, principalmente, a que estos programas necesitan de menos presupuesto para salir adelante, de tal manera que las empresas periodísticas pueden aumentar con ellos sus márgenes de beneficios en un contexto de alta competición empresarial.

Estados Unidos siempre ha disfrutado de una rica y variada cultura de *Late Shows*, que es una de las señas de identidad de su parrilla televisiva. Por poner un ejemplo, en el mes de marzo de 2019, los siete principales programas de *Late Night* sumaron de media al día 11,17 millones de espectadores (TV By The Numbers) por lo que estudiar su contenido se antoja más que justificado por su previsible influencia social. Por otro lado, la llegada de Donald Trump a la presidencia de Estados Unidos en 2017 supuso una enorme convulsión en todos los aspectos de la sociedad americana, y, de manera particular, en los medios de comunicación. Por tanto, resultará de interés examinar cómo los medios (de tendencia liberal) y en concreto el programa *The Late Show with Stephen Colbert* se posicionan ante esta figura política tan controvertida.

2. Objetivos de la investigación

El objetivo principal de esta investigación es analizar el programa *The Late Show with Stephen Colbert*, el líder actual en su franja de audiencia, y la cobertura que realiza de la persona de Donald Trump, el presidente de Estados Unidos. A partir de este objetivo principal, se establecen cuatro objetivos secundarios:

O1. Analizar qué temas son los más recurrentes a la hora de tratar la figura del presidente.

O2. Analizar el tiempo dedicado a esta figura, en contraposición a los tiempos dedicados a otros temas.

O3. Analizar las fórmulas con las que se presenta a Donald Trump, ya sea mediante el uso del lenguaje, de recursos gráficos o de montajes audiovisuales u otras formas diferentes.

O4. Explorar cuáles son los valores políticos que emanan del programa.

3. Hipótesis de la investigación

Teniendo estos objetivos, las hipótesis que van a guiar la investigación son las siguientes:

H1. La mayoría de los chistes de *The Late Show with Stephen Colbert* están centrados en la figura y política de Donald Trump frente al resto de aspectos de la actualidad estadounidense.

H2. El género favorito a la hora de tratar a Donald Trump va a ser la parodia o imitación.

H3. El lenguaje utilizado resultará en su mayor parte informal.

H4. El humor de *The Late Show with Stephen Colbert* tiene carácter ideológico, asentado en las bases del pensamiento liberal estadounidense, más cercano al Partido Demócrata, contrario a la figura y acciones de Donald Trump como presidente.

H5. La sátira de este programa tiene un carácter que cuestiona el orden político actual de Estados Unidos con el presidente a su cabeza.

H6. El carácter transgresor no lo tiene con el orden mediático dominante, del que utilizan sus informaciones para cimentar su humor.

H7. *The Late Show with Stephen Colbert* tiene una importante carga educativa: se pueden aprender datos e informaciones noticiables de su visionado.

2. Estado de la cuestión

Los *Late Shows* gozan de una amplia literatura científica que ha estudiado tanto su origen histórico, como sus principales características, como los efectos de este formato en las audiencias.

Según Delli Carpini (2001) a partir de 1996, tras el escándalo de Monica Lewinsky, en el panorama estadounidense, las figuras de los *Late Shows* comenzaron a ser parte de la información noticiable sobre política. Además, estos programas comenzaron a tratar los principales temas de interés general en sus monólogos iniciales, con los que tradicionalmente abren sus programas. Por otro lado, el autor afirma que lo contrario de la información no puede ser el entretenimiento, ya que todas las noticias por su naturaleza deben tener un efecto de entretenimiento, como antónimo de aburrimiento. Además, este entretenimiento puede traer consigo la información: “los medios de entretenimiento suelen proveer información, estimular el debate social y político y criticar a los gobiernos, mientras que los medios de información general a veces proveen de información sin contexto y sin relevancia política” (p. 162).

Berrocal (2017) menciona varios rasgos temáticos y estilísticos propios del infoentretenimiento: “la fuente oficial aparece parodiada y sus declaraciones o gestos, descontextualizadas. Se elige de ella el error, las situaciones ridículas o los gestos exagerados” (p. 42). Sobre el estilo narrativo, Berrocal habla de cinco características: “descontextualización, personalización, sentimentalismo, dramatización y humor” (p. 43).

Ferré y Gayà (2009) hablan de que este género posee las características de la comunicación interpersonal: “un lenguaje coloquial, personajes que se asimilan a los arquetipos de la cultura popular, la caricaturización de los políticos, la invitación al espectador a compartir una realidad política más amena y la referencia al tópico sobre el cinismo de los gobernantes” (p. 18).

Sobre los efectos que este tipo de *infotainment* podría tener sobre la audiencia Baum, (2003) señala que la capacidad de los individuos de recordar los hechos que se tratan en los programas es baja, pero sí que estos individuos mantienen un recuerdo general de cómo se sintieron ante esos temas. “Cada nueva información sobre un tema concreto es etiquetada con una ‘carga’ emocional (por ejemplo, positiva o negativa). El individuo descarta la información y retiene la etiqueta emocional, que se une a su cuenta personal” (p. 174). De esta manera, los individuos pueden ponerse a favor o en contra de cierto tema político, aunque no sean capaces de recordar datos concretos que sostengan

su creencia. Aunque según este autor esta ausencia de aprendizaje no es uniforme para todos los individuos, el propio Baum asegura que los individuos menos implicados en la política, sí que son capaces de aprender nuevos datos con estos programas que aquéllos con más interés previo a estos temas. Una tesis muy parecida a la defendida por Grabe, Zhou, Lang y Bolls (2000) y Hollander (2005). Warner, Hawthorne y Hawthorne (2015) añadirán que “la comedia política puede influir en actitudes implícitas que afecten al subsecuente procesamiento de la información, incluso si la adquisición de información es mínima” (p. 554).

Baum (2006) indica cuatro efectos de las *soft news* en la audiencia, entre ellos, el aumento del interés en los grandes temas políticos por individuos que previamente ignoraban la política y el aumento de las sospechas en los líderes políticos por parte de los individuos que aprenden cosas nuevas de las *soft news*. Para este autor estos individuos “apoyan menos sus políticas que aquéllos que no consumen este tipo de informaciones, o aquéllos más interesados en la política” (p. 117).

Baumgartner y Morris (2006) mencionan dos efectos contradictorios en las audiencias tras el consumo de estos programas: por un lado, asume que se aumenta la desconfianza en los gobernantes debido a que el humor se centra en el absurdo y la incompetencia de las élites, a la vez que se comprende un poco más el sistema político; por otro lado, puede conseguir un sentimiento de alienamiento de las audiencias con su sistema político.

2.1. La sátira política: orígenes y funciones

Si bien con este estudio se plantea analizar los rasgos satíricos de los programas de *politainment*, así como examinar el tratamiento concedido a Donald Trump en *The Late Show with Stephen Colbert*, no está de más conocer cuál es el origen y los fundamentos de la sátira política. Como recoge Bertram (2016), los orígenes de la sátira política pueden remontarse a la antigua Grecia, donde nació con la intención de “buscar el progreso y la mejora de la humanidad” (p. 4) mediante la presunción de “estándares morales homogéneos” (p. 4). Asimismo, se pueden diferenciar, según el autor, dos estilos en la sátira política: el estilo “Horaciano” y el estilo “Juvenal”, haciendo referencia a los dos poetas romanos. El primero, el de Horacio, intenta “reírse de las imperfecciones de la sociedad a través de humor ligero” (p. 4); el de Juvena es un humor “más abrasivo, que se refiere a los males sociales a través del desprecio y el ridículo” (p. 4).

Test (1991) menciona que la sátira tiene cuatro características, que siempre aparecen en mayor o menor medida: agresión, juego, risa y juicio. Recopilando el trabajo de varios autores, Noelle Smith (2018) añade cuatro funciones a la sátira política:

1. Enseñar. Siguiendo a Bingham y Hernández (2009) los shows de sátira pueden ayudar a los espectadores a entender las normas, las instituciones y los procesos de gobierno, así como darles a entender que todo esto no está funcionando de la manera de la que debería. Hill (2013) afirma que la sátira puede enseñar a los espectadores a entender cómo debe ser la democracia ideal, y cómo se diferencia este concepto de la democracia real de las noticias.
2. Disciplina/Ridículo. Billing (2005) se centra en que los programas satíricos muestran interés en señalar los errores que cometen los demás. El reconocimiento de estos errores y la risa posterior, según el autor, puede impulsar la conciencia de grupo de los espectadores mediante el recuerdo constante de las normas que rigen lo correcto. Añade que este tipo de humor se centra en los poderosos, sobre todo lo demás.
3. Recopilación de información. Sobre todo tiene que ver con las limitaciones de los medios de comunicación tradicionales. Problemas como la cobertura igualitaria en los temas de actualidad, que pueden dar el mismo espacio a informaciones y a difamaciones. Este tipo de limitaciones son superadas por los programas de sátira, que se ríen directamente de estas difamaciones.
4. Práctica democrática. Hill (2013) explica que los sátiros representan a la oposición, porque se ponen de lado de aquéllos que se sienten marginados por ciertos actos políticos. Sobre todo en periodos de turbulencia política, en la que estas personas son la voz de aquéllos que han quedado fuera de la corriente dominante.

2.2. Donald Trump y su relación con la sátira

Donald Trump es la figura política objeto de este análisis. Trump nació en Nueva York en 1946 y es conocido en todo el país antes de su carrera presidencial por su excéntrica personalidad, su empresa, Trump Organization, su carácter televisivo y sus apariciones en los medios de comunicación. Siempre existieron rumores de que iba a comenzar una carrera presidencial, tanto por parte del Partido Demócrata como por el Republicano, hasta que en junio de 2015, anunció oficialmente que se presentaría a las primarias del Partido Republicano para la Presidencia del Gobierno de Estados Unidos.

Noelle (2018) ha estudiado los efectos que los programas de sátira política han tenido sobre su candidatura y si, de alguna manera u otra, han ayudado a alzarlo a la presidencia. Si bien comenta que cabría pensar que estos programas han tenido un impacto bajo, ya que todos se posicionaron en su contra y, aun así, ganó las elecciones, analiza sus características personales para concluir que el propio Trump utilizó técnicas de la sátira política en su campaña presidencial:

Trump convirtió en un arma la sátira de manera efectiva. Se apropió de un género para su uso propio, para reírse en la cara de una cultura dominada por los valores liberales y de lo políticamente correcto (...). Trump trazó una fina línea a través de su campaña que era un verdadero desafío para los sátiros más efectivos, una línea entre lo estúpido y lo serio. Su personalidad cambiaba tan rápido desde lo cómico hasta lo nacionalista, que era imposible determinar si estaba expresando su legítima opinión, o simplemente, le parecía todo un juego (...). Usó una forma de comedia que buscaba convertir aquello que era tabú y desdeñable, en normal, de tal manera que fuera capaz de convertir sus propios pensamientos, acciones y opiniones que eran desdeñables y tabúes en algo normal. (p. 44)

Por lo tanto, según la autora, no es que los medios satíricos, mediante la comedia, ayudaran a normalizar una candidatura poco ordinaria como la de Trump, sino que fue el propio Trump el que ayudado por la sátira, normalizó lo que a priori, no era normal.

Muchas de las investigaciones que se han realizado sobre el *politainment* se centran en cómo los políticos pueden hacer uso de este nuevo formato para vender sus mensajes al público (Niven, Lichter y Amundson, 2003; Moy, Xenos y Hess, 2005; Schultz, 2012; Baum y Jamison, 2006; Baum, 2005); otros se centran en demostrar que el *politainment*, al tratarse de *soft news*, no tiene la misma seriedad periodística que las *hard news*, entendiendo éstas como el periodismo serio y riguroso (Postman, 1985; Patterson, 2000); existe mucha literatura sobre la capacidad (o no) de estos programas de hacer conectar a las audiencias, tanto jóvenes como más adultas, con la realidad política, y qué probabilidad tienen sus espectadores de ejercer su derecho al voto tras ver su opinión movilizada por estos programas (Moy, Xenos y Hess, 2005; Bertram, 2016). Por lo tanto, se considera justificado centrar esta investigación en cuáles son las bases humorísticas de este fenómeno, de qué nos reímos cuando vemos un programa de este tipo, por qué nos interesa este humor centrado en la política y qué efectos positivos tiene en la consecución de los objetivos de los medios de comunicación como cuarto poder de la sociedad.

3. Materiales y metodología

Este trabajo se propone analizar una serie de programas de *The Late Show with Stephen Colbert*. *The Late Show with Stephen Colbert* es el programa heredero de *Late Show with David Letterman*, uno de los *Late nights* más famosos de la televisión de Estados Unidos presentado por el cómico David Letterman que, después de 22 años al frente, decidió pasar el testigo a uno de sus colaboradores, Stephen Colbert. El nuevo programa se estrenó el 8 de septiembre de 2015 y se mantiene hasta la actualidad. Precisamente, la sátira de la figura presidencial es una de las señas de identidad del programa, que se convirtió en líder de audiencia en el país justo en la semana de inauguración de la presidencia de Trump y se ha mantenido como número uno en audiencia desde 2017 hasta la actualidad, con una media de 3,2 millones de espectadores.

La muestra de programas seleccionada está formada por 16 programas consecutivos, todos ellos emitidos durante el mes de marzo de 2019 (del 4 al 27). Se considera que la muestra es representativa para entender el funcionamiento del programa tanto por la extensión en el número de unidades como por su carácter consecutivo y elección temporal aleatoria. En total, se examinan 10 horas y 40 minutos de programas.

La investigación desarrolla un análisis de contenido de todos los chistes pronunciados en el programa dedicados a Donald Trump. Las muestras humorísticas que no tengan a Donald Trump como centro no van a ser fruto de ningún análisis debido a la naturaleza de esta investigación; aunque sí que se tendrán en cuenta todos estos contenidos a la hora de compararlos, en extensión, con los centrados en el presidente. El profesor Piñuel Raigada (2002) define el análisis de contenido como

un conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos, discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior (p. 2).

El análisis de contenido se va a realizar a través de plantillas de codificación. Se proponen dos plantillas de codificación para llevar a cabo la investigación. La primera la recoge la Tabla 1:

TABLA 1. FICHA TÉCNICA ANÁLISIS CHISTES INDIVIDUALES	
Fecha	
Chiste	“.....”
Duración	
Tema tratado	
Sesgo hacia el tema	
Norma o valores implícitos	
Fórmula de expresión	
Lenguaje	
FUNCIONES DE LA SÁTIRA	
Educación	
Disciplina	
Información	
Democracia	

La Tabla 1 está dividida en tres partes que corresponden a tres momentos y naturalezas del análisis. En la primera parte nos encontramos con los apartados de “Fecha”, “Chiste” y “Duración”, que no son más que una serie de datos objetivos que definen al propio chiste y los ubican en un momento determinado dentro del programa.

La segunda parte de la Tabla 1 consiste en el análisis de las categorías que propone Godlard (como se citó en Gómez Mompert 2010) para el análisis del contenido humorístico y que se van a explicar a continuación.

La tercera parte consiste en un análisis de las funciones de la sátira que Noelle Smith (2018) propone para el análisis de los textos satíricos.

Godlard menciona cuatro categorías que aparecen en todos los textos de contenido humorístico: temática, dirección hacia el tema, normas o valores implícitos y fórmula de expresión. Esta última

categoría se considera conveniente dividirla en dos en nuestra investigación: fórmula de expresión y lenguaje utilizado. Dentro de estas categorías se han creado unas sub-categorías específicas para el análisis de *The Late Show with Stephen Colbert*. Estas categorías precisan tanto de análisis cualitativo como del cuantitativo, dependiendo del caso. Ésta es la explicación y división se va a efectuar de las categorías de Godlard (2010):

1. **Temática.** De qué tema se habla. A su vez se divide en dos apartados:

- Temas temáticos. Aquéllos que se abordan a lo largo de varios episodios, y estañó más próximos al concepto de *hard news*, temas de actualidad considerados relevantes. Se localizan los siguientes subtemas temáticos:
 - Mueller: la investigación del Fiscal Especial sobre la injerencia rusa en las elecciones.
 - Investigaciones judiciales y políticas sobre la presidencia: es decir, el resto de investigaciones que se ciernen contra Trump.
 - Relaciones con los medios de comunicación: la relación establecida entre los medios de comunicación con Donald Trump.
 - Presidencia: la popularidad del presidente, posible impeachment...
 - Todo tipo de políticas, proposición de leyes, proyectos de ley: las políticas que realice o proponga en todos los ámbitos como presupuestos, muro, inmigración, economía, China, emergencia nacional, ciencia, sanidad, educación, cambio climático...
 - Elecciones presidenciales de 2020: próximas elecciones generales.
 - Corea/Rusia: las relaciones de Estados Unidos con esos países.
 - Racismo: la tensión racial del país.
- Temas episódicos. Aquellos temas más triviales, muchas veces considerados como *soft news*, de escasa relevancia informativa:
 - Familia: sus relaciones familiares o personales.
 - Apariciones en público de Donald Trump: la base del humor es el histrionismo, la manera de hablar del presidente, sus expresiones, su falta de comportamiento “presidencial”.

- Comentarios en Twitter de Donald Trump: apariciones en la plataforma del presidente en las que el contenido no es relevante para la actualidad, en la que su forma de expresión, sus malos modales o su imprudente comportamiento son la base e interés del humor, más allá de su interés público, político o de actualidad.
- Otros: Resto de temas menos interesantes como sus relaciones con sus colaboradores, por ejemplo.

2. **Sesgo** hacia el tema:

- Positivo. Apoya las ideas, propuestas o posiciones de Donald Trump.
- Negativo. Contrario a las ideas, propuestas o posiciones de Donald Trump.
- Neutro. No tiene una posición clara respecto a las ideas, propuestas o posiciones de Donald Trump.
- No aplica.

3. La **norma** y los **valores** implícitos o explícitos que subyacen de él. Como Godlard no indica ningún tipo de valores pre-establecidos para el análisis, se ha recurrido a las investigaciones de Berrocal, Abad, Cebrián y Pedreira (2003). En ellas, los autores establecen tres variables que, según investigaciones electorales, van a determinar la imagen pública de candidatos y partidos: credibilidad, atractivo y poder. De la primera, credibilidad, los autores extraen a su vez tres componentes: competencia, fiabilidad y dinamismo. En total, las cinco variables que se examinan en este apartado son:

- Competencia: capacidad, autoridad que el individuo en cuestión tiene sobre la materia.
- Fiabilidad: integridad, sinceridad, decencia, honorabilidad.
- Dinamismo: eficacia en sus apariciones públicas, energía.
- Atractivo: más allá del aspecto físico, la familiaridad que puede despertar en las audiencias.
- Poder: capacidad que el individuo tiene para actuar y la importancia que le da a las consecuencias que puedan tener éstas en las audiencias.

4. **Fórmula de expresión**.

- Imitación: Imitación del tono de voz y gestos tanto de Donald Trump, de otros protagonistas de la actualidad, o de tópicos como médicos, abogados o jueces. En algún momento también se imita a “personas genéricas”, cuando lo que importa es lo que se dice y no quién es esa persona.
- Montaje: Manipulación de vídeo, de imágenes y de sonidos para conseguir el efecto cómico.
- Recursos gráficos: Fotografías, vídeos o rótulos que funcionan de manera cómica, la diferencia de esta categoría con la de montaje es que aquí no se trata de manipular vídeos, imágenes o sonidos, sino de que con sólo mostrar estos elementos tal y como son, se consigue el efecto cómico.
- Oral: Cuando la comicidad se consigue mediante simples líneas de diálogo sin recurrir a la imitación de personajes o a recursos gráficos o montajes.

5. Lenguaje:

- Formal.
- Informal.

En una última instancia, la Tabla 1 propone un análisis de la función o funciones de la sátira que estableció Noelle Smith (2018) para el estudio de cada uno de los chistes. En este trabajo, las categorías se han contemplado de manera no excluyente, de tal manera que un mismo chiste puede cumplir varias de estas funciones. Las funciones, como se explicó en el apartado anterior, serían:

- **Educación**. La posibilidad de aprender datos o informaciones noticiables.
- **Disciplina/Ridículo**. Puesta de manifiesto de las contradicciones de las políticas o de los argumentos para defender éstas.
- **Recopilación de información**. Las fuentes informativas que se utilizan en estos chistes.
- **Práctica democrática**. Los valores democráticos que emanan de los chistes.

Una vez aplicada la Tabla 1 en todos los programas, se necesitará aplicar la Tabla 2, que se expone a continuación:

TABLA 2. FICHA TÉCNICA ANÁLISIS CUANTITATIVO TOTAL DE LOS CHISTES	
Fecha del programa	

Audiencia		
Duración		
Tiempo dedicado a Donald Trump		
Tema tratado	Temas temáticos	Tiempo
	Tema 1	Tiempo
	Tema 2	Tiempo
	Tema X	Tiempo
	Temas episódicos	Tiempo
	Familia	Tiempo
	Otros	Tiempo
Sesgo hacia el tema	Favorable	X veces
	Desfavorable	X veces
Normas o valores	Norma/Valor 1	X veces
	Norma/Valor 2	X veces
	Norma/Valor X	X veces
Fórmula de expresión	Método 1	X veces
	Método 2	X veces
	Método X	X veces
Lenguaje	Formal	X veces
	Informal	X veces
FUNCIONES DE LA SÁTIRA		
Educación	X/Y (%) (Siendo X el número de chistes que cumplen esa función, e Y el número de chistes totales)	
Disciplina	X/Y (%)	
Información	Fuente 1	X veces
	Fuente 2	X veces
	Fuente X	X veces
Democracia	X/Y (%)	

Después de la aplicación de la Tabla 1 para cada uno de los chistes de los 16 programas, se ha utilizado la Tabla 2, en la que se realiza una recopilación puramente cuantitativa de todos los datos extraídos del estudio de todos los programas a través de la aplicación repetida de la Tabla 1. Estos

datos nos permitirán conocer el total de los temas tratados, los tiempos utilizados, los valores implícitos, el lenguaje y las funciones de la sátira utilizadas, entre otras muchas variables. De esta manera se podrán conseguir porcentajes de cada una de estas variables para establecer las conclusiones de la investigación.

4. Resultados

Tras analizar los 16 programas indicados en el apartado anterior, los resultados del estudio indican una importante presencia de la figura de Donald Trump en el programa, con una apuesta clara por los temas más relevantes de la actualidad y un sesgo mayoritariamente negativo hacia su persona. Todos los resultados se explican con detenimiento a continuación.

La Ficha Técnica Final con el recuento de todos los datos tras la visualización de los programas es la siguiente:

TABLA 2. FICHA TÉCNICA FINAL ANÁLISIS CUANTITATIVO CHISTES		
Fecha del programa	4-27 de marzo de 2019 (16 programas)	
Audiencia media	3.030.000	
Duración media	40 minutos (10h 40min. en total)	
Tiempo medio dedicado a Donald Trump	8'30" (21%) (2h 16min. en total)	
Tema tratado	<u>Temas temáticos</u>	105'50"
	Investigaciones judiciales y políticas sobre la Presidencia	28'45"
	Mueller	21'15"
	Todo tipo de políticas, proposición de leyes, proyectos de ley	21'15"
	Relaciones con los medios de comunicación	14'50"
	Presidencia	11'00"
	Racismo	5'20"
	Elecciones presidenciales de 2020	3'25"
	Corea/Rusia	7'10"
	<u>Temas episódicos</u>	31'00"
	Apariciones públicas Donald Trump	17'10"
	Familia	7'40"
	Comentarios en Twitter	1'50"
	Otros	3'20"
Sesgo	Favorable	0 (0%)
	Desfavorable	129 (98%)
	Neutra	3 (2%)

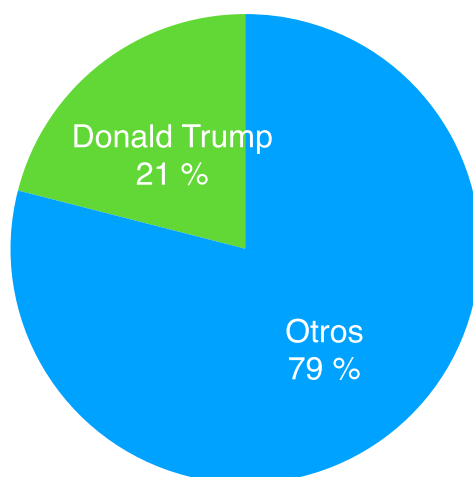
Normas o valores	Fiabilidad	49
	Competencia	46
	Dinamismo	11
	Poder	10
	Atractivo	2
Fórmula de expresión	Imitación	67
	Oral	34
	Montaje	30
	Recursos gráficos	8
Lenguaje	Formal	0
	Informal	131 (100%)
FUNCIONES DE LA SÁTIRA		
Educación	100/131 (77%)	
Disciplina	57/131 (44%)	
Información	103/131 (79%)	
	Twitter	22
	The New York Times	19
	Casa Blanca	17
	The Washington Post	14
	CNN	12
	CBSN	7
	POLITICO	5
	CBS	4
	AXIOS	4
	Breitbart	4
	PROPUBLICA	3
	FOX News	3
	Documentos	2
	AP	2
	USA Today	2

	Otros (The Atlantic, MSNBC, The Investigation (Podcast), The Wall Street Journal, Huffington Post, The Hill, The Washington Post Magazine, Daily Beast, The Week, Newsweek, Business Insider, Chicago Tribune, FiveThirtyEight, Intelligencer, SLATE, Vox, SPLINTER, nj.com , Bloomberg)	1
Democracia	62/131 (47%)	

A continuación, se procede a explicar cada uno de los apartados en detalle.

Respecto al **tiempo** dedicado a la figura de Donald Trump, éste es en total entre los 16 programas de 2 horas y 16 minutos, lo que supone un 21% de todo el tiempo que suman las emisiones. De esta manera, la media que cada programa invierte es de 8 minutos y 30 segundos de los 40 minutos totales que dura la emisión. Aunque la dedicación en tiempo es de una quinta parte, hay que tener en cuenta que el 79% restante no tiene una temática clara y unitaria como en este caso. En ese tiempo, 79% restante, se habla del resto de temas de actualidad, se realizan dos entrevistas a celebridades, ocupando cada una de ellas unos diez minutos en antena e, incluso, se presenta alguna actuación musical en directo. Por lo tanto, que un 21% del total esté dedicado sólo a la figura Donald Trump es una cifra significativa, más alta de lo que en un principio parecería.

Gráfico 1: Tiempo medio total dedicado a Donald Trump

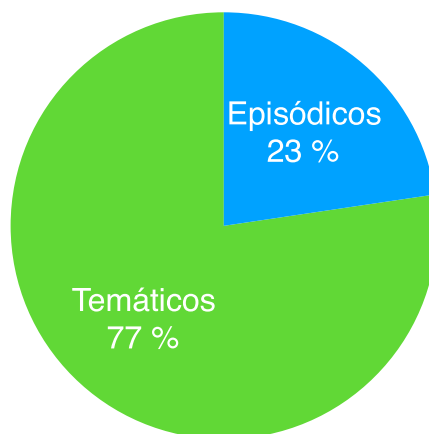


Fuente: Elaboración propia

En el **aspecto temático**, los temas que predominan en el programa son los que hemos denominado “temáticos”, los considerados de más interés o relevancia para la sociedad, con un total de 105’50”

minutos, lo que supone un 77% del total. Por su parte, los temas episódicos, de menos interés en la actualidad que los anteriores, suponen solamente un 23% del total del tiempo empleado, que suponen 31 minutos de emisión.

Gráfico 2: Temática encontrada



Fuente: Elaboración propia

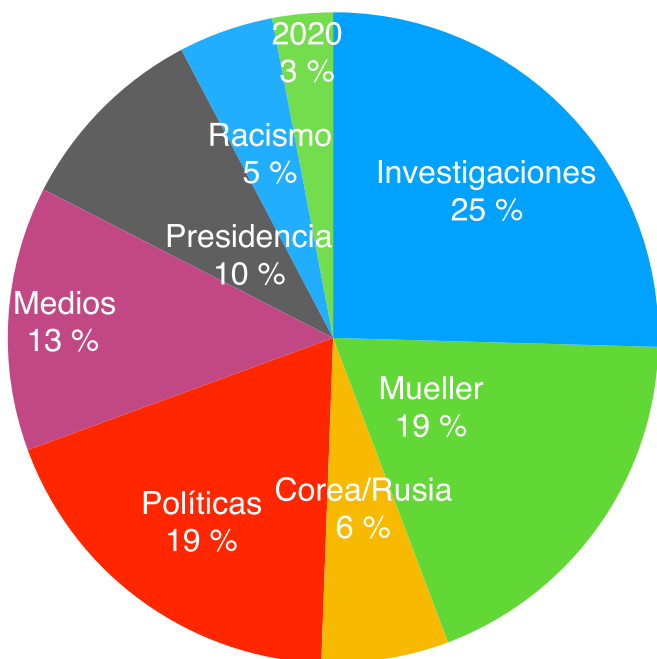
Pero dentro de estas temáticas generales, en el programa se localizan muchos otros temas.

En primer lugar, dentro de los temas temáticos, nos encontramos con hasta ocho subtemas donde las investigaciones judiciales y políticas que se ciernen contra el presidente acaparan un 44% del total. De hecho, la investigación del Fiscal Especial Robert Mueller sobre la supuesta injerencia rusa en las elecciones presidenciales de 2016 abarcan, dentro de ese 44% un 19%, lo que supone casi la mitad del tiempo dedicado a este subtema. Otro apartado que ocupa un tiempo destacable es el denominado “Todo tipo de políticas, proposición de leyes, proyectos de ley”, en el que se explica todo el comportamiento legislativo del presidente, y consiste del 19% del total en los temas temáticos. La relación de Donald Trump con los medios de comunicación también ocupa un espacio considerable, con el 13% del total. Otros temas como la presidencia, las relaciones internacionales (Rusia y Corea), el racismo o la actualidad de la campaña presidencial de 2020 suponen mucho menos tiempo: 10%, 6%, 5% y 3% del total.

Respecto a los temas episódicos, con menos interés en la actualidad, destaca por encima de todos el humor en las apariciones públicas de Donald Trump, ya que se hace sátira con sus expresiones, sus formas de moverse, su tono de voz y, en general, los comentarios que lo convierten en un presidente poco “presidencial”. En total, este subtema ocupa un 57% del tiempo de todos los temas episódicos. El humor sobre su familia, sobre todo sus dos hijos varones y Melania Trump abarca algo más de un

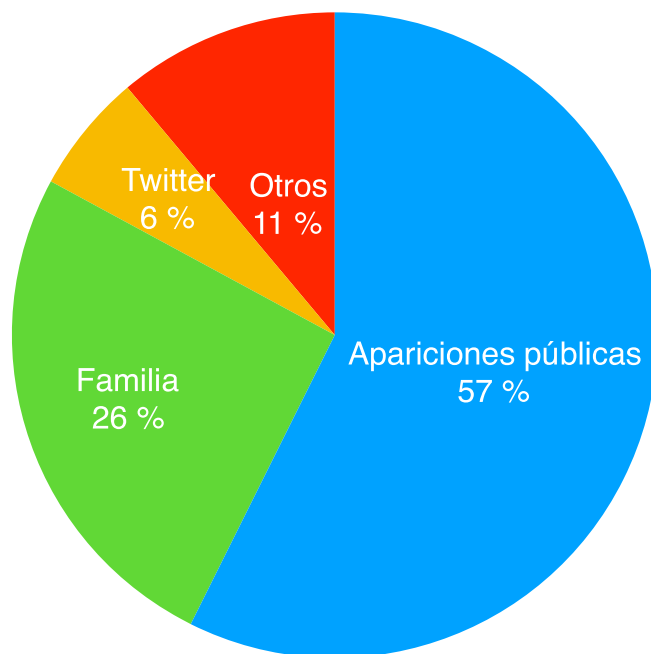
cuarto, un 26% del total. Por último, el humor sobre los comentarios que Trump publica en su cuenta de Twitter sólo supone un 6% del tiempo. En “Otros” se incluyen otras temáticas más variadas, con menos interés aún, mucho más anecdóticos. Ejemplos de estos temas pueden ser sus comentarios sobre las complejidad de manejo de los aviones, el día en el que citó mal el nombre del Presidente de Apple y no quiso asumir su error o los comentarios que su abogado, Rudy Giuliani, hizo en público para defenderlo de sus oponentes. Aun así, este apartado supone un 11% del total.

Gráfico 2.1: Distribución de temas temáticos



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2.2: Distribución de temas episódicos

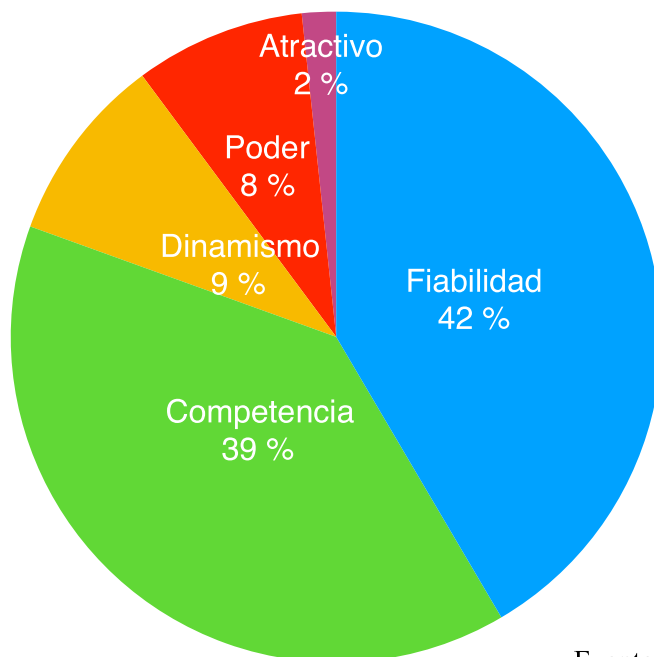


Fuente: Elaboración propia

El sesgo hacia los temas es mayormente desfavorable para Donald Trump, siendo un 98% de los chistes los que atacan directamente al presidente. Sólo se han encontrado un 2% de ellos con un sesgo neutro y ninguno con un sesgo favorable para el presidente.

Las normas o valores que se deducen del tratamiento de Donald Trump son las siguientes: la mayor parte de las informaciones tienen que ver con el concepto de fiabilidad del presidente (42%), seguido muy de cerca del valor de la competencia (39%). Ya muy alejado en su tratamiento, dinamismo (9%), poder (8%) y atractivo (2%) son valores minoritarios.

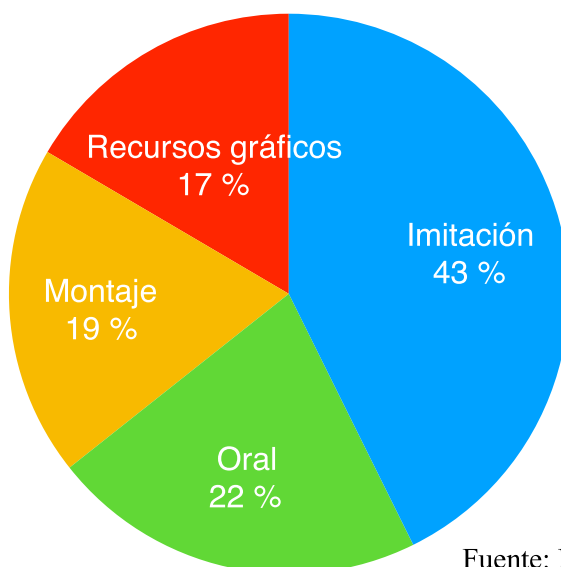
Gráfico 3: Normas o valores



Fuente: Elaboración propia

Las fórmulas de expresión del propio Stephen Colbert a la hora de recurrir a la comicidad en el programa son bastante variadas: la imitación o parodia es la más utilizada con un 43% del total. En estas imitaciones se incluirían las del propio Donald Trump así como las de otros personajes de la actualidad relacionados con el presidente u otras personalidades como doctores o profesores a los que imita tirando de tópicos o prejuicios sin centrarlo en ninguna persona en especial. En cuanto a los chistes orales, montajes audiovisuales y recursos gráficos se observa un cierto equilibrio (22%, 19% y 17% respectivamente). El **lenguaje** utilizado en el programa es en su totalidad coloquial.

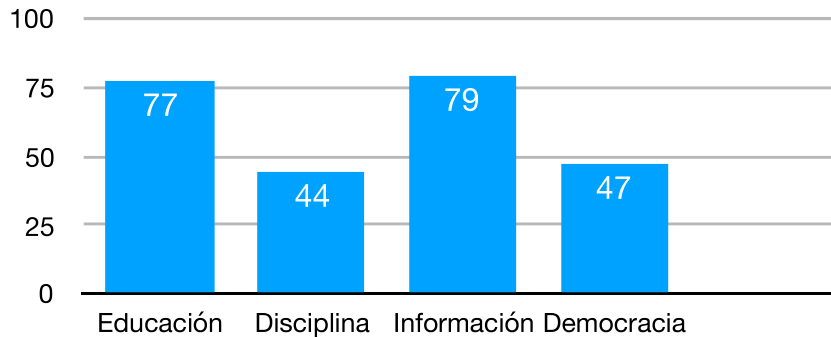
Gráfico 4: Fórmulas de expresión



Fuente: Elaboración propia

Respecto a las **funciones de la sátira**, las dos más utilizadas son la función de información (79%) y la de educación (77%). Las funciones de disciplina y democracia (44% y 47% respectivamente) no alcanzan el 50%.

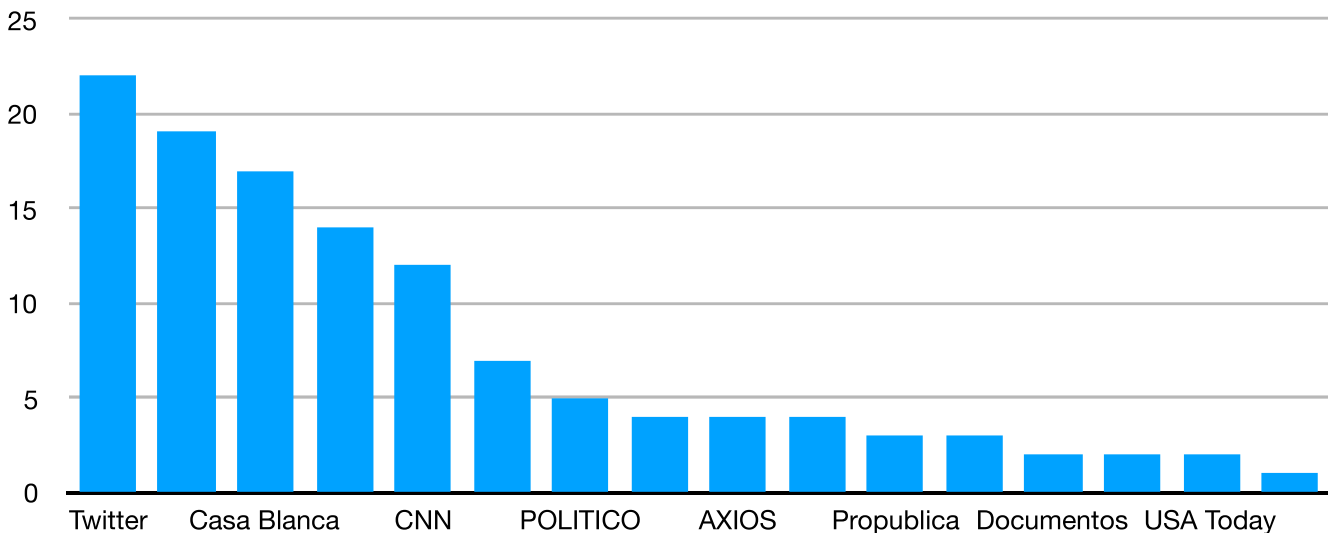
Gráfico 5: Funciones de la sátira



Fuente: Elaboración propia

Por último, respecto a las fuentes utilizadas en la emisión del programa, encontramos a lo largo de los 16 episodios un total de 34 fuentes diferentes. Las más utilizadas por el programa son Twitter (22 veces), *The New York Times* (19), archivos audiovisuales de la Casa Blanca (17), *The Washington Post* (14) y las cadenas CNN (12) y CBSN (7). El Gráfico 6 muestra las ocasiones en la que se ha encontrado cada fuente informativa en los programas. En el último apartado, “Otros”, se incluyen todas las fuentes que han aparecido una sola vez, por lo que su relevancia es mucho menor.

Gráfico 6: Veces que ha aparecido cada fuente informativa en la emisión

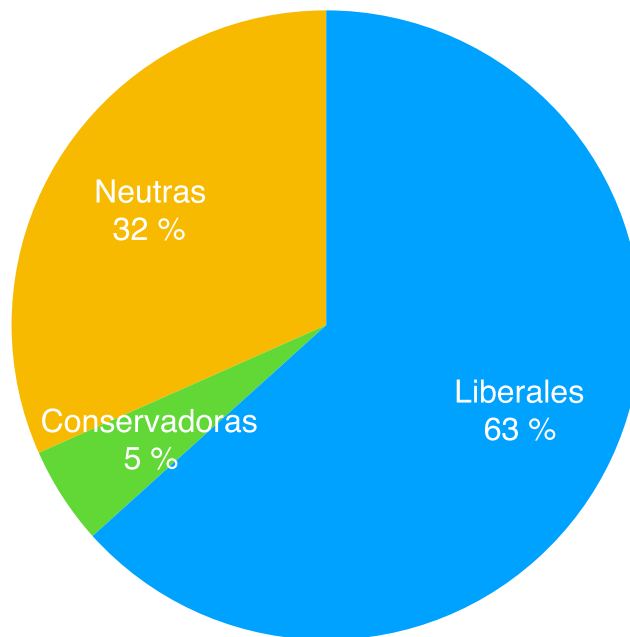


Fuente: Elaboración propia

Debido a la enorme variedad de fuentes localizadas, se han dividido el total en tres grupos atendiendo a la ideología de cada una de sus líneas editoriales: liberal, conservadora o neutra. Entre

las fuentes utilizadas encontramos una mayoría de fuentes periodísticas de medios con tendencia liberal como *The New York Times*, *The Washington Post* o *CNN*, entre otros. Suman en total 88 menciones, que serían el 63% del conjunto. Los medios de tendencia conservadora, favorables a Trump, FOX News y Breitbart, sólo consiguen 7 menciones, un 5% del total. Por último, destaca el uso de fuentes neutras como Twitter, la Casa Blanca o documentos oficiales, fuentes que no son puramente periodísticas con un sesgo ideológico neutro, con 44 menciones, un 32% del total.

Gráfico 7: Naturaleza ideológica de las fuentes aparecidas en la emisión



Fuente: Elaboración propia

5. Conclusiones

Tras las exposición de los resultados obtenidos, se pueden extraer un conjunto de conclusiones que tratan de dar respuesta a los objetivos de la investigación y a las hipótesis planteadas siguiendo la metodología utilizada en cada caso. En cuanto a los objetivos de investigación:

O1. Analizar qué temas son los más recurrentes a la hora de tratar la figura del presidente.

El trabajo ha examinado a lo largo de 16 emisiones consecutivas de *The Late Show with Stephen Colbert* varios aspectos de la cobertura de las informaciones presidenciales. Uno de esos aspectos es la temática tratada. Ha habido una apuesta clara por los temas de mayor interés informativo y social en detrimento de los más livianos o más puramente humorísticos. Dentro de los temas, prácticamente la mitad del tiempo empleado ha sido para analizar la actualidad de las investigaciones que se ciernen sobre el presidente.

O2. Analizar el tiempo dedicado a Donald Trump, en contraposición a los tiempos dedicados a otros temas.

Al final del estudio se ha observado que de las 10 horas y 40 minutos que duran los programas seleccionados, se ha invertido en la figura y política de Donald Trump un total de 2 horas y 16 minutos, lo que supone un 21% del total del tiempo. Si bien esta cifra podría parecer minoritaria, también se observa que el resto del programa no tiene una temática unitaria, se divide en tiempos más pequeños dedicados a otros temas de actualidad, entrevistas o actuaciones musicales.

O3. Analizar las fórmulas con las que se presenta a Donald Trump, ya sea mediante el uso del lenguaje, de recursos gráficos o de montajes audiovisuales u otras formas diferentes.

Se observa que hay una apuesta clara por la imitación de personajes dentro del monólogo por parte del presentador. Estos personajes pueden ser tanto el propio presidente (del que se imita su tono de voz, sus gestos corporales y tiende a mofarse de su poco nivel cultural), de otros personajes de la actualidad y de terceras personas, que no son más que estereotipos de médicos, abogados, jueces u otras profesiones. También se observa que la apuesta por el humor oral clásico, los montajes audiovisuales y la aparición de recursos gráficos se reparten de manera proporcional, en torno al 20% cada uno.

O4. Explorar cuáles son los valores políticos que emanan del programa.

Una parte importante de la sátira desde sus orígenes, como se expuso en el estado de la cuestión, es la apelación directa o indirecta a una serie de valores sociales o políticos de honestidad, coherencia o de otro tipo. Los valores que emanan de *The Late Show with Stephen Colbert* son los siguientes: alrededor del 80% de los chistes analizados apelan a los valores de “Fiabilidad” y “Competencia”, que están, según los autores planteados, relacionados directamente con el concepto de “Credibilidad”, lo que une directamente a esta sátira contemporánea con los valores de la sátira más clásica de cuestionamiento del orden y poderes políticos. Entre el resto de valores, ya minoritarios, se encuentran el “Dinamismo”, el “Poder” y el “Atractivo”.

A la luz de lo expuesto, podemos indicar que se han cumplido los objetivos de la investigación y se procede a explicar el estado de las hipótesis planteadas al inicio de este trabajo.

H1. La mayoría de los chistes de The Late Show with Stephen Colbert están centrados en la figura y política de Donald Trump frente al resto de aspectos de la actualidad estadounidense.

Después de aplicar la plantilla de codificación, se constata que un 21% del tiempo de todos los programas se ha invertido en exclusiva en la persona de Donald Trump. Esto quiere decir que prácticamente un cuarto del programa se utiliza para cubrir la actualidad de su presidencia. *The Late Show with Stephen Colbert* es un programa con una estructura diaria bastante clara: un monólogo inicial, dos entrevistas a personalidades y una actuación musical final. Excepto en el monólogo, no se suele citar al presidente en el resto del programa, por lo que su figura ocupa la mayor parte del soliloquio inicial.

Por lo tanto, si bien es verdad que el tiempo dedicado a Donald Trump es minoritario en contraposición con el resto del programa, sí que es verdad que tiene una importancia muy grande en el mismo. Se podría decir que se prueba, en parte, esta primera hipótesis.

H2. El género favorito a la hora de tratar a Donald Trump es la parodia o imitación.

Como ya se ha expuesto en los objetivos, se corrobora la hipótesis de que es la imitación o parodia el recurso más utilizado a la hora de mofarse de Donald Trump o de la actualidad que lo rodea. La imitación del propio Trump o de otros protagonistas de la actualidad tiene un efecto humorístico que es fácilmente explicable: se ríen de sus gestos, sus expresiones o lo que ellos consideran un bajo nivel cultural. Este tipo de imitaciones incide más en los aspectos volátiles de su persona, en los prejuicios que puedan tener sobre él.

Llama la atención la imitación de terceras personas, personajes generales de la vida diaria como médicos, abogados o jueces. Esta apuesta por la imitación de terceras personas es extraordinariamente útil para la sátira. Cuando se pone en evidencia en el monólogo que hay una contradicción en los hechos o argumentos de algún político, esa contradicción se lleva al terreno de *lo real*, de la vida diaria, y se interpretan por personas normales como médicos, jueces o padres y madres, en situaciones entendibles por cualquier persona, lo que consigue un efecto humorístico relevante. Los jueces, los médicos o los padres, en este caso, son autoridades aceptadas por todos en sus respectivas materias, tal y como un presidente debería serlo de la política. Sin embargo, cuando se llevan las contradicciones políticas al resto de materias, se aprecian con más facilidad y el efecto humorístico está asegurado. De esta manera, se pone sobre la mesa la incoherencia del político y se menoscaba su competencia o fiabilidad.

H3. El lenguaje utilizado resultará en su mayor parte informal.

Esta hipótesis queda verificada. Después de la aplicación de la plantilla de análisis, se constata que el lenguaje empleado ha sido absolutamente informal.

Hay algunas ocasiones en que se detecta un lenguaje más cuidado, sin llegar a la categoría de *formal*. Por ejemplo, cuando el presentador, a la hora de mostrar las informaciones, lee citas literales de los medios informativos. Este lenguaje, sin ser formal, tampoco es informal, por lo que se ha considerado que es neutro, pero muy minoritario en los programas analizados.

La apuesta por este nivel del lenguaje tiene que ver con que es un programa de humor que desea llegar a la mayoría de la población estadounidense, y eso no sería factible con un lenguaje más formal o especializado.

H4. El humor de The Late Show with Stephen Colbert tiene carácter ideológico, asentado en las bases del pensamiento liberal estadounidense, más cercano al Partido Demócrata, contrario a la figura y acciones de Donald Trump como presidente.

Si bien este trabajo no ha localizado el humor de Stephen Colbert en ningún espectro ideológico, sí que lo ha situado claramente en una órbita contraria al pensamiento, figura y acciones de Donald Trump como Presidente de Estados Unidos. Después de aplicar la plantilla de codificación, se constata que prácticamente el 100% de los chistes sobre su figura lo atacan directamente, tanto a él como persona, como a sus políticas, como a sus círculos familiares o profesionales. Incluso en temáticas como las relaciones con Rusia y Corea, donde también el humorista se posiciona en una

posición contraria y de desconfianza ante estas potencias, ridiculizándose así la actuación del presidente de Estados Unidos. Esta hipótesis, por lo tanto, queda corroborada.

H5. La sátira de este programa tiene un carácter que cuestiona el orden político actual de Estados Unidos con el presidente a su cabeza.

Si bien se constata con claridad que *The Late Show with Stephen Colbert* tiene un carácter contrario a la figura de Donald Trump, no está tan claro que tenga un carácter tan cuestionador con el “orden político”, en general, de Estados Unidos, tanto como con la figura, en particular, de su presidente.

A la hora de analizar las funciones de la sátira expuestas por Noelle Smith, se constata que una gran mayoría de los chistes (un 80% aproximadamente) apuesta claramente por las funciones de educación y de recopilación de información. Por lo tanto, la primera conclusión que se puede obtener de estos datos es que más allá de su carácter transgresor, el programa tiene un carácter educativo de la actualidad.

Las dos funciones de la sátira que más inciden en este cuestionamiento del orden político son la disciplina y la democracia. Tras aplicar la plantilla de codificación, se observa que no llega al 50% (44 y 47%, respectivamente) los chistes que hacen uso de estas funciones. ¿Significaría que el programa no cuestiona la realidad política? No necesariamente, pero sí que lo hace con mucha menos intensidad que la pura exposición de información.

Este dato puede entrar en cierta contradicción con el sesgo observado en el discurso. Si bien se dice que la muestra de las contradicciones y la apuesta por los valores democráticos no es lo que impera en el discurso, quizá no se puede entender que la totalidad del mismo tenga un sesgo negativo contra el propio presidente. Lo comprensible en este caso es que el programa es extraordinariamente crítico con la figura del presidente, pero no tanto con el sistema en su conjunto. También sería objeto de estudio de una investigación paralela qué tipo de postura asume el programa ante otras administraciones anteriores o extranjeras para confirmar si es la persona de Donald Trump la que aglutina la crítica o es una falta de confianza en el sistema, en general, como apuntan los valores clásicos de la sátira.

H6. El carácter transgresor no lo tiene con el orden mediático dominante, del que utilizan sus informaciones para cimentar su humor.

Una parte esencial en el llamado orden político es el orden mediático. Si bien el programa no es extraordinariamente crítico con el orden político, no lo es, en absoluto, con el orden mediático dominante, corroborando así la hipótesis.

Después del análisis de las fuentes informativas utilizadas en la emisión, se constata que una mayoría de ellas, un 63% se trata de fuentes informativas de carácter liberal, contrarias a la figura del presidente. Sólo el 5% de las veces que se cita una fuente son fuentes que apoyan abiertamente al presidente como Fox News o Breitbart News. También puede ser interesante recalcar el uso de las fuentes “neutras” como Twitter o archivos de la Casa Blanca, que representan una tercera parte de todas las fuentes utilizadas.

Por lo tanto, en una época en la que el cuestionamiento de la actuación de los medios de comunicación está a la orden del día, es destacable la manera en la que *The Late Show with Stephen Colbert* se acerca al mismo. Una propuesta investigadora posterior sería la de comprobar que el resto de *late nights* de éxito repiten esta tendencia conservadora con los medios de comunicación y qué efectos (positivos o negativos) puede tener esto sobre la apreciación del público ante el *mainstream media*.

H7. The Late Show with Stephen Colbert tiene una importante carga educativa: se pueden aprender datos e informaciones noticiables de su visionado.

La investigación constata que el componente educativo del programa es muy importante y, junto con ello, la necesidad de fuentes externas de información. De hecho, los chistes que se plantean, en general, siempre tienen la misma estructura que necesita de la utilización de fuentes informativas externas: En primer lugar, Stephen Colbert lee una información externa o pone un vídeo de contenido informativo para, en segundo lugar, reaccionar sobre los hechos ya sea con una línea cómica de diálogo, con montajes o cualquier recurso humorístico. Por lo tanto, además de saber que el programa tiene una clara vocación informativa, también es importante remarcar que necesita de esas fuentes informativas para cimentar su humor. No se trata de reírse por reírse, sino de reírse de algo concreto, informativo, de actualidad.

Sin embargo, no es objeto de esta investigación el estudiar *cuánto* puede aprender una audiencia (más o menos interesada en la política) con la visualización de este programa, pero sí que descubre que el *show* tiene una clara vocación porque las audiencias aprendan datos e informaciones noticiables. Además, si se relaciona este dato junto con el de temática, en el que se aprecia que los

temas más tratados son los de más interés en la actualidad, se sigue incidiendo en la misma idea del contenido educativo del mismo.

Por lo tanto, las principales conclusiones que se pueden deducir de la investigación son las siguientes:

1. La mayor parte de las informaciones del programa se centran en la figura de Donald Trump con un carácter eminentemente crítico cubriendo temas de relevancia frente a una menor cobertura de temas más anecdóticos.
2. *The Late Show with Stephen Colbert* es un programa muy crítico con la figura de Donald Trump, pero no tanto con el sistema político en general, al que no se ataca con la misma intensidad.
3. *The Late Show with Stephen Colbert* tiene un carácter conservador con el orden mediático liberal de Estados Unidos. No cuestiona en ningún momento ese orden y se basa en sus informaciones para cimentar sus piezas.
4. *The Late Show with Stephen Colbert* tiene una carga informativa y educativa muy importante. La cantidad de información que se emite en el mismo es muy grande. Si bien no está comprobado el grado de aprendizaje que se puede conseguir con su visualización, está asegurada una vocación informativa clara.

BIBLIOGRAFÍA

- Baum, M. A. (2002). Sex, Lies and War: How Soft News Brings Foreign Policy to the Inattentive Public. *The American Political Science Review*, 96, (1), 91-109.
- Baum, M. A. (2003). Soft News and Political Knowledge: Evidence of Absence or Absence of Evidence?. *Political Communication*, 20, 173-190. doi: 10.1080/10584600390211181
- Baum, M. A. (2005). Talking the Vote: Why Presidential Candidates Hit the Talk Show Circuit. *American Journal of Political Science*, 49 (2), 213-234.
- Baum, M. A. (2006). Soft News and Foreign Policy: How Expanding the Audience Changes the Policy. *Japanese Journal of Political Science*, 8 (1), 115-145. doi: 10.1017/S1468109907002502
- Baum, M. A. y Jamison A. S. (2006). The *Oprah* Effect: How Soft News Help Inattentive Citizens Vote Consistently. *The Journal of Politics*, 68 (4), 946-976.
- Baumgartner, J. y Morris, J. S. (2006). The Daily Show Effect. Candidate Evaluations, Efficacy, and American Youth. *American Politics Research*, 34 (3), 341-367. doi: 10.1177/1532673X05280074
- Berrocal, S. (2004). Una aproximación a la nueva retórica de líder político televisivo: acciones, cualidades y discurso. *Doxa Comunicación*, 2, 53-68.
- Berrocal, S., Campos-Domínguez, E. y Redondo, M. (2012). Comunicación Política en Internet: La tendencia al “infoentretenimiento” político en YouTube. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18 (2), 643-659.
- Berrocal, S., Campos-Domínguez, E. y Redondo, M. (2014). Prosumidores mediáticos en la comunicación política: El «politainment» en Youtube. *Comunicar*, 43 (22), 65-72. doi: 10.3916/C43-2014-06

- Berrocal, S. (2017). Politainment, la política espectáculo y su triunfo en los medios de comunicación. En Berrocal, S. (Ed.), *Politainment: La política espectáculo en los medios de comunicación* (pp. 37-52). Valencia, España: Tirant humanidades.
- Bertram, K. (2016) Youth Engagement and the Colbert Nation: From Passive Consumer to Passively-Active Viewer. *Etopia Canadian Journal of Cultural Studies*. Recuperado de <https://etopia.journals.yorku.ca/index.php/etopia/article/view/36751>
- Billing, M. (2005). *Laughter and Ridicule: Towards a Social Critique of Humor*. Londres, Reino Unido: Sage Publications, Ltd.
- Berrocal, S., Abad, L., Cebrián, E. y Pedreira, E. (2003). La información política en televisión. Las elecciones legislativas de 2000. En Berrocal, S. (Coord.), *Comunicación política en televisión y nuevos medios* (pp. 245-280). España: Ariel.
- Bingham, S. C. y Hernández, A. A. (2009). “Laughing Matters”: The Comedian as Social Observer, Teacher and Conduit of the Sociological Perspective. *American Sociological Organisation*, 37 (4), 335-352.
- Delli Carpini, M. X. (2001). Let Us Infotain You: Politics in the New Media Age. *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*, 160-181. Recuperado de https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=asc_papers
- Ferré, C. y Gayà, C. (2009). Infoentreteniment i percepció ciutadana de la política: el cas de Polònia. Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura, Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado de https://www.cac.cat/sites/default/files/migrate/study/recerca/estudis_recerca/Infoentreteniment_i_percepcio_ciutadana_de_la_politica.pdf
- Gómez Mompart, J. L. (2010). Metodología para el estudio de la sátira mediática. En Bordería Ortiz, E., Martínez Gallego, F. A. y Gómez Mompart, J. L. (Ed.) *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica* (pp. 39-54). Valencia, España: Tirant lo blanch.

- Grabe, M. A., Zhou, S., Lang A. y Bolls P. D. (2000). Packaging Television News: The Effects of Tabloid on Information Processing and Evaluative Responses. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44 (4), 581-598.
- Hill, M. R. (2013). Developing a Normative Approach to Political Satire: A Critical Perspective. *International Journal of Communication*, 7 (1), 324-337. doi: 1932-8036/20130005
- Hollander, B. A. (2005). Late-Night Learning: Do Entertainment Programs Increase Political Campaign Knowledge for Young Viewers?. *Journals of Broadcasting & Electronic Media*, 49 (4), 402-415.
- Moy, P., Xenos, M. A. y Hess V. K. (2005). Communication and Citizenship: Mapping the Political Effects of Infotainment. *Mass Communication and Society*, 8 (2), 111-131. doi: 10.1207/s15327825mcs0802_3
- Moy, P., Xenos, M. A. y Hess V. K. (2005). Priming Effects of Late Night Comedy. *International Journal of Public Opinion Research*, 18 (2), 198-210. doi: 10.1093/ijpor/edh092
- Noelle Smith, J. (2018). *No Laughing Matter: Failures of Satire During the 2016 Presidential Election*. University of New Hampshire, Durham.
- Niven, D., Lichter, S. R. y Amundson, D. (2003). The Political Content of Late Night Comedy. *Press/Politics*, 8 (3), 118-133. doi: 10.1177/1081180X03252915
- O'Connell, M. (2017, 7 de febrero). Can Colbert Trump Fallon in Late-Night Ratings Race?. *The Hollywood Reporter*. Recuperado de <https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/can-colbert-trump-fallon-late-night-ratings-race-972872>
- Otterson, J. (2017, 23 de mayo). Stephen Colbert's 'Late Show' Tops Jimmy Fallon's 'Tonight Show' in 2016-2017 Season Ratings. *Variety*. Recuperado de <https://variety.com/2017/tv/news/late-show-with-stephen-colbert-jimmy-fallon-tonight-show-ratings-2016-2017-season-1202441917/>

Patterson, T. E. (2000). *Doing Well and Doing Good: How Soft News and Critical Journalism Are Shrinking the News Audience and Weakening Democracy—And What News Outlets Can Do About It*. *John F. Kennedy School of Government, Harvard University, Faculty Research Working Paper Series*. Recuperado de https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwjErtOgu_XgAhVR1BoKHTXRCqIQFjAAegQICRAC&url=https%3A%2F%2Fresearch.hks.harvard.edu%2Fpublicati ons%2FgetFile.aspx%3Fid%3D1&usg=AOvVaw3egBjJWWMF8hOnOWGRN8TI

Piñuel Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas de análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), pp. 1-42.

Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. Nueva York, Estados Unidos: Viking.

Schultz, D. (2012). *Politainment: The Ten Rules of Contemporary Politics. A Citizen's Guide to Understanding Campaigns and Elections*. Recuperado de https://www.mruni.eu/mru_lt_dokumentai/fakultetai/business_and_media_school/politainment%20rules%20of%20politics%20%20final.pdf

Test, G. A. (1991). *Satire: Spirit and Art*. Tampa, Florida, Estados Unidos: University of South Florida Press.

TV By the Numbers (2019). Recuperado de <https://tvbtn.wordpress.com>

Warner, B. R., Hawthorne H. J. y Hawthorne, J. (2015). A dual-processing approach to the effects of viewing political comedy. *Humor, International Journal of Humor Research*, 28 (4), 541-558. doi: 10.1515/humor-2015-0099

ANEXOS: Plantillas de codificación utilizadas

TABLA 1. FICHA TÉCNICA ANÁLISIS CUALITATIVO CHISTES INDIVIDUALES	
Fecha	4 de marzo de 2019
Chiste	[(Vídeo parodia) Donald Trump abrazando banderas, parodia de un anuncio de amor: “¿Te sientes atraído físicamente por las banderas? ¿No puedes apartar tus manos de ellas? Llama al 1-555-HOT-FILF, donde se encuentran las banderas más guarras”]
Duración	00:40
Tema tratado	Imagen DT abrazando una bandera (Episódicos, Otros=
Sesgo hacia el tema	Desfavorable
Norma o valores implícitos	Atractivo
Fórmula de expresión	Montaje
Lenguaje	Informal
FUNCIONES DE LA SÁTIRA	
Educación	NO APLICA
Disciplina	NO APLICA
Información	NO APLICA
Democracia	NO APLICA

TABLA 1. FICHA TÉCNICA ANÁLISIS CUALITATIVO CHISTES INDIVIDUALES	
Fecha	5 de marzo de 2019
Chiste	“Hasta los aliados de Trump se están poniendo en su contra, Michael Cohen, su antiguo abogado, declaró frente al Congreso, y ahora está siendo protegido por Ty Cob, Durante un año, Cob dirigió al equipo legal de Trump sobre la investigación de Mueller, ahora en un podcast llamado <i>La investigación</i> , ha hablado sobre la investigación. Como no tenemos la imagen de la entrevista, hemos añadido unas imágenes que se parecen a las verdaderas del abogado: [imagen de un muñeco de nieve hablando: “Mueller es un héroe americano, lo he conocido durante 30 años, como fiscal, como amigo, me fío de su palabra. Es un tipo muy fiable, con clase, no creo que la investigación sea una caza de brujas”]”
Duración	1:20
Tema tratado	Investigación
Sesgo hacia el tema	Desfavorable
Norma o valores implícitos	Fiabilidad
Fórmula de expresión	Oral

Lenguaje	Informal
FUNCIONES DE LA SÁTIRA	
Educación	√
Disciplina	√
Información	√: Podcast The Investigation
Democracia	√

TABLA 1. FICHA TÉCNICA ANÁLISIS CUALITATIVO CHISTES INDIVIDUALES	
Fecha	6 de marzo de 2019
Chiste	“Hoy han preguntado a Trump sobre la actividad sin control nuclear de Corea del Norte, y ha decidido mantenerse cauto: [vídeo CBSN, Trump: “Es muy pronto todavía, pero tenemos un problema que resolver, un problema que pinta muy mal, la relación es muy buena y estaría muy decepcionado si esto estuviera pasando”] ¿Decepcionado? Vaya forma de actuar ante un contexto de guerra nuclear. (imitando a un padre) ‘Hijo, no estoy enfadado, estoy decepcionado, si destruyes todas las ciudades del país y las conviertes en cenizas, no habrá televisión el domingo’. No está claro todavía cuál es la intención de Kim, los trabajos de reconstrucción se realizaron [citando The Washington Post] ‘entre el 16 de febrero y el 2 de marzo’. Sabemos que en una ventana de dos semanas los operarios norcoreanos aparecieron, por lo que sabemos que nuestros satélites están siendo operados por trabajadores de Comcast”.
Duración	1:00
Tema tratado	Corea del Norte
Sesgo hacia el tema	Desfavorable
Norma o valores implícitos	Competencia
Fórmula de expresión	Imitación
Lenguaje	Informal
FUNCIONES DE LA SÁTIRA	
Educación	√
Disciplina	√
Información	√: CBSN, The Washington Post
Democracia	√

TABLA 1. FICHA TÉCNICA ANÁLISIS CUALITATIVO CHISTES INDIVIDUALES	
Fecha	7 de marzo de 2019
Chiste	“Pero, es un pero bien grande, según The Wall Street Journal, [cita de The Wall Street Journal] ‘Cohen pidió a su abogado que buscara el perdón del Presidente’. Mientras tanto los abogados de Trump afirman que Cohen no ha mentado, porque su declaración se enmarca dentro de [cita de The New York Times] ‘el periodo en el que decidió por fin contar toda la verdad, por lo que en ese periodo Cohen decidió no ir a por el perdón’. Es un poco engañoso pensar así: (imitando a una novia) ‘Doug, dijiste que nunca me ibas a poner los cuernos’ (novio) ‘No lo hice, ese era el viejo Doug. Ahora si me permites, tengo que ir a pagar un cheque por unas cosas que el viejo Doug hizo’”.
Duración	1:10
Tema tratado	Investigaciones
Sesgo hacia el tema	Desfavorable
Norma o valores implícitos	Fiabilidad
Fórmula de expresión	Imitación
Lenguaje	Informal
FUNCIONES DE LA SÁTIRA	
Educación	√
Disciplina	√
Información	√: The Wall Street Journal, The New York Times
Democracia	√

TABLA 1. FICHA TÉCNICA ANÁLISIS CUALITATIVO CHISTES INDIVIDUALES	
Fecha	11 de marzo de 2019
Chiste	“Las primeras críticas no se han hecho esperar, los demócratas dicen de los Presupuestos: [cita de CNN] ‘muertos en un comienzo’, ‘ninguna oportunidad de aprobarse’ y [cita de The Hill] ‘divorcio de la realidad’. ¿Hay algo de lo que no se vaya a divorciar?”
Duración	00:15
Tema tratado	Políticas
Sesgo hacia el tema	Defavorable
Norma o valores implícitos	NO APLICA
Fórmula de expresión	Oral

Lenguaje	Informal
FUNCIONES DE LA SÁTIRA	
Educación	√
Disciplina	NO APLICA
Información	√: CNN, The Hill
Democracia	NO APLICA

TABLA 1. FICHA TÉCNICA ANÁLISIS CUALITATIVO CHISTES INDIVIDUALES	
Fecha	12 de marzo de 2019
Chiste	“Hay un enorme escándalo que ha salido hoy en prensa, sobre universidades, sobre alta educación. Por lo que Donald Trump no está envuelto en él”
Duración	00:10
Tema tratado	Escándalo universidad
Sesgo hacia el tema	Neutro
Norma o valores implícitos	Competencia
Fórmula de expresión	Oral
Lenguaje	Informal
FUNCIONES DE LA SÁTIRA	
Educación	√
Disciplina	NO APLICA
Información	NO APLICA
Democracia	NO APLICA

TABLA 1. FICHA TÉCNICA ANÁLISIS CUALITATIVO CHISTES INDIVIDUALES	
Fecha	13 de marzo de 2019

Chiste	“El único país que no ha prohibido los Boeing 737 es Estados Unidos, pero esta tarde, Donald Trump ha hecho este anuncio: [vídeo Casa Blanca, Trump: ‘Vamos a firmar una orden de emergencia para prohibir todos los vuelos del 737 Max8 y 737 Max9. Todos los aviones de este tipo serán castigados y tendrán que volver a su origen hasta próximo aviso’] (imitando a Trump) ‘Todos los aviones serán castigados hasta próximo aviso: nada de televisión, nada de X-Box’. El Presidente ha explicado por qué ha tomado esta decisión [vídeo Casa Blanca, Trump: ‘No teníamos por qué haber tomado esta decisión, podríamos haberla retrasado, quizá podríamos no haberla tomado. Pero pensamos que era importante psicológicamente y por otras razones’] (imitando a DT) ‘Sí, psicológicamente... es importante que castigáramos a esos penes gigantes’”.
Duración	1:20
Tema tratado	Aviones
Sesgo hacia el tema	Desfavorable
Norma o valores implícitos	Competencia
Fórmula de expresión	Imitación
Lenguaje	Informal
FUNCIONES DE LA SÁTIRA	
Educación	√
Disciplina	NO APLICA
Información	√: Vídeo Casa Blanca
Democracia	NO APLICA

TABLA 1. FICHA TÉCNICA ANÁLISIS CUALITATIVO CHISTES INDIVIDUALES

Fecha	15 de marzo de 2019
Chiste	“El mes pasado se publicó que [cita de The Week] ‘Trump pidió a un funcionario de justicia, Jerry Whitaker, que pusiera a un aliado suyo en la investigación de Cohen’. Se dijo que Trump quería contratar a su más cercano aliado [fotografía de Kim Jong-Un] ‘Kim Jong-Un-torney to Law’. Sí, ¿te has hecho daño en un campo de trabajos forzados? Poner in amigo en una investigación de la que tú eres el centro se llama... ¿cómo se dice?... Obstrucción a la justicia. Pero no es nada nuevo para Trump, si no obstruye la justicia cada 30 minutos le salta una alarma en el Apple Watch [montaje Apple Watch: ‘¡Hora de levantarse y de socavar un poco más la democracia estadounidense!’]. Se ha dicho que en testimonio privado, [cita de The Washington Post] ‘Whitaker no negó haber hablado con Trump del tema’. No lo negó, pero tampoco lo confirmó, ¿qué hizo entonces?”
Duración	1:20
Tema tratado	Investigaciones
Sesgo hacia el tema	Desfavorable

Norma o valores implícitos	Competencia
Fórmula de expresión	Montaje
Lenguaje	Informal
FUNCIONES DE LA SÁTIRA	
Educación	√
Disciplina	√
Información	√: The Week, The Washington Post
Democracia	√

TABLA 1. FICHA TÉCNICA ANÁLISIS CUALITATIVO CHISTES INDIVIDUALES	
Fecha	27 de marzo de 2019
Chiste	"A la gente también le han preguntado si después del informe Barr tienen unas actitudes más favorables sobre Trump y [cita de Intelligencer] 'un 39% sí las tiene', pero un '43% ha dicho que menos favorable'. Déjame entender esto. Después de descubrir que no conspiró con Rusia, a la gente le gustó menos. (imitando a una persona general) '¿Que no hay colusión? Un momento, yo pensaba que estaba controlado por Putin, porque él sí que parece que sabe lo que hace'"
Duración	00:40
Tema tratado	Mueller
Sesgo hacia el tema	Desfavorable
Norma o valores implícitos	Competencia
Fórmula de expresión	Imitación
Lenguaje	Informal
FUNCIONES DE LA SÁTIRA	
Educación	√
Disciplina	√
Información	√: Intelligencer
Democracia	NO APLICA