

Investigación –

LA CATARSIS ESTADOUNIDENSE DEL 4 DE NOVIEMBRE DE 2008.

Un análisis sobre la cobertura de las elecciones norteamericanas a través de las televisiones públicas españolas.

Ddo. M^a Belén Andueza López © [C.V.] Profesor adjunto del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual - Universidad Antonio de Nebrija, Madrid – España – mandueza@nebrija.es

Resumen: La importancia de las elecciones americanas del 4 de noviembre de 2008 ha movilizado no sólo a los medios de comunicación estadounidenses, sino también a los españoles. La actual situación de crisis económica ha acentuado el interés por conocer el proceso electoral del país donde se inició la recesión y del cuál se espera sea el impulsor, junto a la Unión Europea, de una salida al desequilibrio en las reservas económicas. Esta investigación, a través de un método analítico y observacional de los principales programas informativos de las cadenas televisivas generalistas y de los programas especiales desarrollados sobre el proceso electoral estadounidense en televisión, pretende demostrar el amplio despliegue televisivo para dar cobertura a una campaña electoral histórica, y cómo se llevó a cabo la realización del evento según los medios técnicos y humanos desplazados por cada cadena.

Palabras clave: conexiones en directo, especial informativo, analistas, resultados electorales, gráficos, colas, cabeceras, faldones, duplex, videowall, pantallas gigantes, presentador principal, plano, cámara, entradilla, tematización, escaleta.

Sumario: 1. Introducción. 1.1. Definición del objeto de estudio. 1.2. Objetivos. 2. Método. 2.1. Grabación de informativos y programas especiales. 2.2. Visionado del material y variables del estudio cualitativo. 3. Los programas informativos de los días anteriores al proceso electoral. 3.1. Tematización. 3.2. Tipo de cobertura. 3.3. Tiempo dedicado a la información estadounidense. 4. Los programas especiales de la noche electoral. 4.1.- Estructura de los programas, coberturas especiales y colaboraciones especiales. 5. Comparativa de audiencias. 6. Resultados. 7. Conclusiones y Discusión. 8. Referencias.

1. Introducción

Debido al contexto económico internacional, la elección del nuevo presidente de EEUU se reviste de mayor importancia que en ocasiones anteriores. El polémico legado de G.W.Bush difiere según sus detractores o sus defensores. Ante sus críticos, pasará a la historia como el hombre que mintió sobre la existencia de armas de destrucción masiva en Irak para ir a la guerra, que levantó la cárcel de Guantánamo o que arruinó la imagen de su país en el mundo. Para sus seguidores, será el hombre que liberó a 60 millones de afganos e iraquíes, que acabó con Sadam y sobre todo, quién dio seguridad a los estadounidenses tras los atentados del 11-S. Europa, en una posición más cerca del desacuerdo con algunas de las decisiones políticas tomadas por G.W Bush, tanto a nivel interno como externo, ante la renovación del gobierno, mira más hacia Norteamérica, pendiente de un posible cambio que implique un mayor acercamiento con el viejo continente.

La relevancia de los candidatos a la presidencia de los Estados Unidos, representándose a sí mismos y a sus ideas, ha convertido en imprescindible una amplia cobertura de su campaña electoral. J. McCain , el héroe íntegro, el hombre de honor, luchador, inconformista e incluso contestatario senador por Arizona. B. Obama el persuasor de multitudes, joven senador con voz cautivadora, elegido por la sociedad estadounidense como el representante del sueño americano y el que ha llevado al poder a los descendientes de los esclavos. Ambas figuras han dotado de un interés mundial la elección del nuevo presidente norteamericano durante una reñida campaña en la que nada estaba decidido hasta el último momento y donde los candidatos han puesto toda la carne en el asador hasta las últimas horas antes de la cita con las urnas.

1.1. Definición del objeto de estudio.

La presente investigación se va a centrar en las cadenas televisivas de ámbito estatal y de carácter gratuito del territorio español, es decir, TVE-1, Antena 3, Telecinco, Cuatro y la Sexta. Se llevará a cabo un análisis de los informativos vespertinos durante los días previos al 4 de noviembre de 2008, fecha de las elecciones norteamericanas, para establecer, en un primer término, la envergadura del acontecimiento dentro de los programas y un contexto de la cobertura de la campaña electoral. En un segundo término, se estudiarán y analizarán los especiales informativos de dichas cadenas televisivas, los horarios, sus contenidos, sus tematizaciones... con el objeto de profundizar aún más en la relevancia que tuvo el acontecimiento en las televisiones españolas. Por último se hará una referencia a las audiencias de los informativos especiales, para indagar aún más, en la significación del proceso electoral en la sociedad española y cuál fue el programa elegido por la mayoría de los espectadores para mantenerse informado de los resultados .

1.2. Objetivos.

El primer objetivo es hacer palpable la respuesta de las televisiones españolas ante una reclamada necesidad de información sobre las elecciones norteamericanas por parte de la sociedad . Todo el entorno político-económico descrito anteriormente, ha provocado una demanda de comunicación que ha obligado a un despliegue informativo sin precedentes en la televisión española, como se va a comprobar en la investigación.

Un segundo objetivo consiste en dilucidar cuál ha sido la televisión que más medios técnicos y humanos ha empleado en la cobertura del 4 de noviembre y si existe o no una coincidencia con la elección hecha por la audiencia a la hora de conocer al próximo inquilino de la Casa Blanca.

2. Metodología

El método empleado es observacional y analítico. Consiste en el análisis de los informativos vespertinos de TVE-1, Antena-3, Cuatro, Telecinco y la Sexta los días 3 y 4 de noviembre de 2008 , centrándose en la espacio dedicado a la campaña norteamericana así como en el despliegue de medios para la cobertura del evento. Por otro lado, el estudio de los especiales informativos poniendo especial énfasis en el tiempo, localización de los presentadores principales, intervenciones, analistas, comunicación de resultados, infografía, localizaciones, medios técnicos...

2.1. Grabación de informativos y programas especiales.

Se lleva a cabo una recopilación de los programas para posteriormente analizar en profundidad de todos los elementos destacables y de aquéllos que van a diferencias las coberturas de unas u otras cadenas televisivas.

2.1. Visionado del material y variables del estudio analítico.

Se procederá a un análisis exhaustivo de todo el material recopilado para ir desgranando las variables de estudio que nos permitirán ahondar en el objetivo de nuestra investigación.

Dentro de las variables, se destacan las siguientes:

1.-En el caso de los programas informativos de los días 3 y 4 de noviembre de 2008, se valorarán: la tematización de los programas, el tiempo dedicado a la información estadounidense, la localización del presentador/es principal, los enviados especiales, las conexiones en directo...

2.-En el caso de los especiales informativos se valorarán: la hora de emisión, el tiempo del espacio, la ubicación de los presentadores y el tiempo dedicado a ellos, los especialistas e invitados, los enviados especiales, las conexiones en directo, los elementos gráficos especiales...

3.-Los programas informativos de los días anteriores al proceso electoral.

El elemento más destacable durante los días previos a las elecciones norteamericanas, es precisamente, el gran despliegue de medios técnicos y humanos que llevaron a cabo las televisiones objeto de esta investigación. La apuesta informativa televisiva comenzaba con el desplazamiento hasta diversos puntos de EEUU de sus grandes estrellas mediáticas: Lorenzo Milá y Ana Blanco (TVE-1), Mamen Mendizábal y Elena Resano (la Sexta), Pedro Piqueras (T-5), y Matías Prats (Antena-3), a excepción de Iñaki Gabilondo (Cuatro). Sus líderes televisivos se acompañaron de enviados especiales, corresponsales, equipos técnicos, grafismos especiales... para dar una mayor relevancia a la información y lograr una mayor persuasión del público.

3.1.-Tematización.

Cabe destacar, que desde el día 3 de noviembre, lunes anterior al martes decisivo en las elecciones norteamericanas, todas las televisiones estudiadas ya habían realizado el despliegue técnico y humano que iba a estar presente en los especiales informativos. En general, y a excepción de Cuatro, los presentadores y/o editores de los espacios informativos ya estaban localizados en Washington, Nueva York, Chicago, Phoenix... Esto supuso que la apertura de los informativos tuviera como elemento clave dichas elecciones, a pesar de que se produjeran acontecimientos nacionales tan importantes como las medidas adoptadas por el presidente del gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, ante el crecimiento de la tasa de desempleo o la crisis surgida entre Unión del Pueblo Navarro (UPN) y el Partido Popular (PP). Solamente Iñaki Gabilondo (editor-presentador) y Silvia Intxaurre (presentadora), ambos de Cuatro y situados en el plató de la emisora, establecieron como temas de inicio dichas medidas, datos

económicos sobre la crisis económica española, una encuesta en intención de votos y la crisis de los dos partidos comentados anteriormente, para después pasar al bloque de elecciones norteamericanas. Sin embargo, el martes 4 de noviembre, la unanimidad fue total. Las elecciones norteamericanas fueron el tema de apertura, tanto en sumarios como durante los primeros bloques de los informativos, con una duración media de quince minutos, y con un despliegue adecuado para el espectáculo televisivo. Precisamente, como señala *K. Kelley Reardon (1)*, la credibilidad de la fuente informativa va a ser una de las variables que influyen en el proceso de la persuasión televisiva, y el hecho de que los principales informadores de referencia, a excepción de Cuatro, se encontraran presentes en el país norteamericano, supone un apoyo importante a la tematización de los informativos, creando una *agenda pública(2)* en la audiencia. Los acontecimientos de mayor relevancia que ofrecieron las televisiones fueron los siguientes:

1.-Lunes 3 de noviembre de 2008: Gráfico de los estados norteamericanos con el número de electores y los posibles resultados electorales según las encuestas, vídeos de los últimos mítines de McCain y Obama, últimas noticias relacionadas con la campaña de ambos candidatos, imágenes de la campaña, la broma de unos humoristas norteamericanos a Sarah Palin, Wall Street ó la tía “sin papeles” del candidato Obama. Las conexiones en directo desde Chicago, Phoenix, Nueva York... se convierten en otro de los temas principales del bloque electoral. Destacar también, que todas las televisiones, en algún momento, llevan a cabo una autopromoción de sus enviados especiales y del programa informativo del día siguiente.

2.-Martes, 4 de noviembre de 2008: Votaciones de McCain y Obama, colas de la afluencia masiva a las urnas, la bolsa de Wall Street, gráficos de las encuestas, sistema de voto en EEUU. Destacar que se duplican las conexiones en directo con los enviados especiales y que se vuelve a repetir la autopromoción de los especiales informativos nocturnos ó de madrugada, que van a emitir las cadenas de televisión.

3.2. Tipo de cobertura.

El tipo de cobertura del evento no varía mucho de una televisión a otra. Existen pequeñas variaciones en el grafismo empleado, algunos más minimalistas y otros más agresivos de imágenes y de colorido, aunque las caras de los dos candidatos se hacen presentes en las cabeceras, ráfagas, fondos de plató... al igual que ocurre con la bandera norteamericana. Pequeñas variaciones también cuando se “da paso” a los distintos colaboradores a través de “duplex” (pantalla partida en la que a un lado aparece el presentador y en la otra el periodista), o a través de una gran pantalla ubicada en el plató y que se ve en un Plano General.





A excepción del editor/presentador de Cuatro, Iñaki Gabilondo, y su copresentadora, Silvia Intxaurre, que se encuentran en el plató de la cadena en Madrid, el resto de los presentadores y/o editores, se han desplazado a diferentes puntos de EEUU para dar la información electoral.

TVE-1: Lorenzo Milá y Ana Blanco en Washington.

Antena-3: Matías Prats en Washington.

Tele-5: Pedro Piqueras en Washington.

La Sexta: Mamen Mendizábal en Chicago y Helena Resano en Phoenix.

Además, todas las televisiones utilizaron a sus corresponsales (en caso de tenerlos) y a enviados especiales a diferentes puntos para cubrir la información electoral. A parte de Washington, Chicago (sede de los demócratas) y Phoenix (sede de los republicanos) fueron dos de los puntos clave en la cobertura mediática. Algunas cadenas ampliaron su red a ciudades como Nueva York ó Miami, donde el voto hispano tenía una gran relevancia.

TVE-1: Ana Bosh (Chicago), Rosa M^a Molló (Phoenix), J.A. Guardiola (Washington) , Vicente Vallés, Antonio Parreño y Vicente Romero (Nueva York), Luis Pérez (Irak).

Antena 3: José Ángel Abad (Chicago), Colina Miranda (Phoenix).

Tele 5: Belinda Cea (Washington), Tatina López (Chicago), Laura Echevarría (Phoenix), Lara Bonilla (bolsa de Nueva York).

La Sexta: Alfonso Torán (Nueva York y Washington), Teresa Perales (Miami).

Cuatro: Rafa de Miguel (Washington), Carlos de Vega (colegios electorales), Belén Chiloeches (Phoenix), José Luis Fuentecilla (Chicago).

Estas conexiones en directo, demuestran cara al espectador, el “poder” económico de cada cadena según el número de enviados especiales, y por lo tanto, lo relevante que es para su público potencial. La información electoral se completa, con reportajes sobre el voto hispano, las votaciones masivas, la sociedad estadounidense, el voto negro...



3.3. Tiempo dedicado a la información estadounidense.

Todos los informativos dedicaron un tiempo destacado a la información norteamericana, aunque la variación se encuentra en el tipo de tematización habitual en cada cadena. Mientras que las televisiones cuyos espacios informativos se decantan por una información más “hard”, caso de TVE-1 y Cuatro, ampliaron en mayor medida su tiempo dedicado a este evento, aquellas cadenas que se decantan por una información más “sofif y espectacular”, acortaron ese bloque electoral para dar una mayor cabida a noticias más impactante para su audiencia, caso de Telecinco, Antena 3 y la Sexta. En el caso de ésta última, influye la menor duración de sus informativos (media hora escasa), frente a los cuarenta minutos de las demás cadenas televisivas.

	03-nov-08	04-nov-08
TVE-1	15 minutos	20 minutos
ANTENA-3	15 minutos	No hay informativo
TELECINCO	05 minutos	12 minutos
LA SEXTA	05 minutos	12 minutos
CUATRO	12 minutos	15 minutos

Nota: el martes 4 de noviembre de 2008 Antena-3 no emitió informativo debido a la retransmisión del partido de fútbol Liverpool- Ath de Madrid en la Liga de Campeones.

4. Los programas especiales de la noche electoral.

Todas las cadenas televisivas ofrecieron programas especiales de la noche electoral estadounidense, pero el diferente interés informativo que dieron cada una de ellas al acontecimiento, se refleja en la cobertura y en el horario de dichos programas. Las cadenas que apostaron por la gran relevancia que la elección del futuro presidente de EEUU tenía para su audiencia, retransmitieron en directo desde la una de la madrugada aproximadamente (a excepción de TVE-1 que comenzó la emisión a las 23:50 h), el seguimiento del recuento de votos en los diferentes estados y el desarrollo de los acontecimientos minuto a minuto. Haciéndose eco de que (...)“las elecciones celebradas(...) marcan el comienzo de una nueva era en Estado Unidos(...)” (3),

ofrecieron el desenlace final de la campaña presidencial más cara de la historia. El cambio que ha movilizadado a la sociedad estadounidense, promulgado por Obama , fue seguido por TVE-1, Antena-3 y Cuatro a lo largo de la madrugada española, tanto en EEUU como en las fiestas que los demócratas y republicanos llevaron a cabo en la capital española.

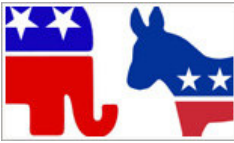
Otras televisiones, Telecinco y la Sexta, decidieron seguir con su programación habitual de madrugada y arrancar sus informativos matinales a las seis horas y treinta minutos de la mañana, para ofrecer los resultados electorales y la cara del nuevo presidente norteamericano.



4.1. Estructura de los programas

En el caso de **TVE-1, Antena-3 y Cuatro**, la estructura de los programas es muy similar.

Los conductores de los programas son *periodistas de gran prestigio* en el medio televisivo español. En el caso de TVE-1 se trata de Ana Blanco (presentadora de TD-1) y Lorenzo Milá (presentador del TD-2), ambos desde Washington. En el caso de Antena-3, es Matías Prats el que se pone al frente de la noche electoral desde Washington, mientras que Sandra Golpe lo hace desde Madrid. Al frente de Cuatro, Iñaki Gabilondo desde Madrid. Como ya se ha comentado, será el único de los periodistas titulares de las televisiones que abarca esta investigación que no se ha desplazado al continente americano para llevar a cabo el seguimiento de las elecciones. Las tres cadenas han desarrollado un *grafismo* propio para la noche electoral, que ya ha sido utilizado en sus informativos de días anteriores, pero que ahora se va a desplegar más intensamente. Cabeceras especiales, pantallas de datos propias del acontecimiento, fondos de *duplex*, mapas de resultados, votaciones en diferentes estados, rotulaciones de personajes, rótulos de directo y de señal horaria, titulares... Cabe destacar el uso de un pequeño elemento que aparece en la pantalla donde se van actualizando los datos según pasando los minutos del programa, y donde aparecen en azul los números correspondientes al candidato demócrata, Barak Obama, y en rojo al candidato republicano, John McCain, aunque en el caso de TVE-1 no se emplean los colores emblemáticos de cada partido.



Se utilizan las *conexiones en directo* con los enviados especiales para conocer de primera mano los últimos datos, la evolución de las votaciones, las anécdotas de la jornada electoral, los invitados in situ, el ambiente en cada uno de los cuarteles generales de cada candidato... La agilidad con que se utilizan va a decantar gran parte del ritmo del programa. Además de los desplazados que ya se han ido conociendo en los días anteriores, se introducen otros puntos de conexión de interés para el espectador.



TVE-1: es la televisión con mayor amplitud de corresponsales. Ana Blanco y Lorenzo Milá en Washington, Ana Bosh en Chicago, Rosa M° Molló en Phoenix, Vicente Vallés en Nueva York, Susana Roza en la fiesta de la Embajada Americana en Madrid, en la Casa de América, Carlos Franganillo en la fiesta demócrata en Madrid, en el Círculo de Bellas Artes, Carlos Velásquez en el fiesta republicana en Madrid, en el Hard Rock y Ana Pastor como conductora del programa desde Madrid.

Antena-3: Carmen Vergara en la Casa de América de Madrid, donde se celebra la fiesta de la Embajada Americana. Álvaro Zancajo en el Círculo de Bellas Artes de Madrid, donde se celebra la fiesta de los demócratas.

Cuatro: Edurne Arbeloa en la Casa de América, a Antonio Valverde en el Círculo de Bellas Artes y a un segundo apoyo en Washington encarga de dar los últimos datos electorales, Carlos de Vega.

Cuatro, al igual que TVE-1, hace un uso recurrente de sus enviados en Washington, Chicago, Phoenix... con lo que consigue un mayor ritmo en su programa que en el caso de Antena-3, que aún teniendo en Washington a su presentador principal, la presentación y seguimiento lo realiza lleva Sandra Golpe desde Madrid, con contadas intervenciones de Matías Prats desde EEUU. Sin embargo, en TVE-1, Ana Blanco y a Lorenzo Milá serán los presentadores claves y conductores del especial elecciones. Realizan la apertura del programa, las conexiones con los enviados especiales, ofrecen los últimos datos junto a Vicente Vallés, el comentario de las imágenes de celebración en Chicago... mientras que Ana Pastor modera la tertulia en Madrid y los análisis de los resultados electorales.

Las tres cadenas introducen las figuras de los “*tertulianos*” o invitados para el comentario de los resultados. Son personajes importantes de la vida política, académica, económica o social. Cuando sus intervenciones se dilatan en el tiempo, ralentizan el ritmo del programa, (caso de Antena-3), mientras que cuando son breves y concisas resultan muy acertadas, (Cuatro y TVE-1). Así, pasan por los platós de televisión personajes como Diego López Garrido (Secretario de Estado para la UE), Julian Cabrera (Dto. de informativos de Onda Cero), José Manuel Calvo y Francisco Basterra (periodistas y ex-corresponsales en EEUU), Nicolás Checa (Dto. consultora Kissinger McLarty), Paul Isbell (Investigador del Real Instituto El Cano)... Destacar el éxito de TVE-1 en este apartado por la relevancia que tienen sus analistas, como Trinidad Jiménez (Secr. Estado para Iberoamérica), Jorge Moragas (Coordinador Relaciones Internacionales del PP), Melchor Miralles (periodista), Miguel Manrique (corresponsal de Telemando), Margarita Sáenz Díez (periodista), José M^a Calleja (periodista y escritor), Mike Elkin (corresponsal de “Newsweek”), Antón Losada (Colaborador de la cadena Ser), Fernando Fernández (columnista ABC), al igual que las entrevistas llevadas a cabo en Madrid, como Eduardo Aguirre (embajador de EEUU en España), Carme Chacón (Mtra de Defensa) ó Sean Carroll (Responsable de la Campaña de Obama en España).

Cuatro y Antena 3 también recurren a las conexiones telefónicas con personajes de relevancia social, como José Saramago (escritor), Alejandro Sanz (cantante), Bárbara Probst Solomon (escritora y periodista)... No se debe abusar de este tipo de elementos ya que son muy poco televisivos, puesto que se utiliza la voz del entrevistado, pero las imágenes empleadas para cubrir el discurso suelen ser aburridas y repetitivas.

En el caso de Cuatro, existen algunos elementos propios que otorgan un mayor espectáculo al programa:

- 1., El empleo de una pantalla gigante para mostrar los datos electorales con Javier Ruiz (presentador de la primera edición de los informativos de la cadena) explicando y actualizando los datos.
- 2.-Silvia Intxaurreondo (copresentadora de la segunda edición de los informativos) recibe las opiniones de los telespectadores y muestra las primeras ediciones digitales de los periódicos estadounidenses.

3.- El uso de otra pantalla de videowall localizada al otro extremo del plató que muestra las imágenes de los enviados especiales con los que se va a conectar.



Estos elementos, junto a la agilidad del programa que imprime su presentador, Iñaki Gabilondo, el relato de los enviados especiales, la amplitud del plató... hace más atractivo y persuasivo el programa para el espectador.

En el caso de TVE-1, además de la relevancia de sus entrevistados y de la conducción desde Washington de sus dos periodistas más mediáticos de la cadena, cabe destacar también:

1.-La construcción de un plató especial para la cobertura de las elecciones norteamericanas. Un escenario con todos azules y grises, una mesa en forma de herradura, monitores con imágenes de los dos protagonistas, y dos pantallas gigantes a través de las cuáles se produce una comunicación entre Washington y Madrid mediante un plano general. Estas enormes pantallas espectaculares informan constantemente al espectador del número de votos que consigue cada candidato, actualizándose constantemente.



2.-El uso de la CBS como cadena de referencia para informar de los resultados en la noche electoral.

3.- La gran variedad de elementos gráficos utilizados, sobre todo el uso de pantallas partidas donde se puede escuchar al presentador, corresponsal o invitado a la vez que se observan las imágenes de la celebración de la victoria de Obama en Chicago.

4.-Ana Pastor lleva a cabo la moderación de la tertulia su trabajo está revestido de una gran profesionalidad.

5.- Una mayor duración del programa, de 23:45 a 7:15 horas.



En el caso de **Telecinco** y de **La Sexta** la emisión de los programas difiere de las anteriores cadenas televisivas. Ambas empiezan sus emisiones a las 6:30 de la madrugada, Telecinco con Ángeles Blanco al frente y La Sexta con Cristina Villanueva, ambas en los platós de las emisoras en Madrid, pero con motivos norteamericanos distribuidos en pantallas televisivas.

Los dos programas se caracterizan por dedicarse principalmente a la reflexión de los datos con sus invitados. En el caso de *Telecinco* son William Ostick (Consejero de Prensa de la Embajada de EEUU), Daniel García Cantalapiedra (Analista del Instituto Elcano), Robert Mathews (experto Fride), y Jorge Santiago (Profesor de Comunicación Política Upsa). Además, se llevarán a cabo entrevistas en directo desde Washington con Rafael Rubio (Colaborador de la Campaña de J. McCain) ó Alex Terrex (Miembro de la Campaña de B. Obama). En el caso de *La Sexta*, sólo aparecen dos invitados en el plató, Guillermo Fesser (periodista y autor de “A 100 millas de Maniatan) y Antonio García Ferreras (Dto. de la Sexta), lo que supone una menor amplitud de puntos de vista a la hora de valorar temas como América unida o las oportunidades que ofrece América, la retirada de las tropas de Irak, los nuevos retos de Obama, la participación masiva de los norteamericanos, el papel de Joe Biden... que van a ser tratados en todos los programas.

El programa de La Sexta es más dinámico. Cristina Villanueva, desde Madrid, lleva a cabo conexiones con Mamen Mendizábal, en Chicago, comentando el discurso de Obama y las celebraciones en el Grand Park. Se hacen continuas referencias a los votos obtenidos por los candidatos en los diferentes estados, e incluso la presentadora se desplaza a un videowall o pantalla gigante donde explica a los espectadores los resultados y los estados claves como Ohio, Florida, Virginia, Indiana... Helena Resano es la encargada de reflejar el fracaso electoral de Phoenix y de destacar partes importantes del discurso de la derrota. Al emplear resúmenes de la noche electoral, más conexiones, imágenes de la alegría de la victoria, la explicación de los datos de pie, de una forma más informal y menos tiempo para la tertulia, resulta más didáctico e informativo para aquél espectador que se haya incorporado a esa hora de la mañana y sólo desee conocer el nombre del nuevo presidente norteamericano.

	Duración de los programas especiales	
TVE-1	23:45-07:15	Mayor cobertura
ANTENA-3	00:45-06:50	
TELECINCO	06:30-08:20	
LA SEXTA	06:30-08:05	Menor cobertura
CUATRO	00:45-07:00	



El programa de Telecinco, cada media hora hace un sumario de lo más destacado de la noche electoral, llevando a cabo conexiones con Washington, mostrando los resultados en el mapa electoral, imágenes de la victoria y la derrota, fragmentos del discurso de Obama y de McCain, ó incluso un diálogo entre los enviados especiales en Chicago y Phoenix. Estos minutos de información resultan muy esclarecedores para el espectador, sin embargo, el resto del programa se dedica a la tertulia y el análisis, con un uso escaso de imágenes que ofrezcan los momentos más interesantes de la noche.

5.-Comparativa de audiencias

	Hasta las 2:30 horas
TVE-1	10,3/ 691.000 espectad.
ANTENA-3	6,2/ 270.000 espectad.
TELECINCO	.Otros programas
LA SEXTA	Otros programas
CUATRO	7,4/ 278.000 espectad

	De 2:30 a 6:00 horas
TVE-1	24,00/ 240.000 espectad
ANTENA-3	11,00/ 98.000 espectad
TELECINCO	Otros programas
LA SEXTA	Otros programas
CUATRO	11,10/ 99.000 espectad

	Desde las 6:00 horas
TVE-1	20,3/ 327.000 espectad
ANTENA-3	16,9/ 325.000 espectad
TELECINCO	12,1/ 196.000 espectad
LA SEXTA	04,1/ 60.000 espectad
CUATRO	08,2/ 188.000 espectad

Fte: Sofres A.M.

Como se puede observar de los datos de audiencias, dentro de los programas especiales realizados en la madrugada del 4 de noviembre, los espectadores eligieron, mayoritariamente, TVE-1 para informarse de los resultados electorales, aunque los datos de Antena-3 y Cuatro no son desestimables como opción de información.

A partir de las seis horas y treinta minutos de la mañana, momento en que dan comienzo los informativos de Teletrece y La Sexta, coincidiendo con los programas matinales del resto de las cadenas, sigue siendo TVE-1 la opción principal, aunque ya existe una importante diferencia entre Antena-3 (16,9) y Cuatro (8,2), incorporándose como principal competidor Teletrece con un 12,1 de cuota de pantalla, y en última opción, la Sexta.

Cabe destacar, que Cuatro consigue un buen porcentaje de telespectadores a pesar de su juventud en comparación con TVE-1, Antena-3 y Teletrece, obteniendo buenos resultados, y que La Sexta es una cadena con escasos tres años de vida y orientada a un público joven, pero que a pesar de ello consigue una cuota nada despreciable.

6.-Resultados

Con todo lo expuesto en capítulos anteriores, resulta esclarecedor el esfuerzo que han llevado a cabo las televisiones españolas para ofrecer una cobertura de las elecciones norteamericanas. En mayor o menor medida, cada televisión ha movilizado medios técnicos: cámaras, gráficos, decorados, iluminación... al igual que personal humano: presentadores emblemáticos de cada cadena, enviados especiales, realizadores, analistas... Todos han querido estar presentes en unas elecciones calificadas de "históricas" y dotadas de una amplia relevancia internacional.

Washington, Chicago, Phoenix, Nueva York, Casa de América en Madrid y el Círculo de Bellas Artes también en la capital española, se han convertido en los puntos calientes de la noticia y han estado presentes en la mayor parte de los programas especiales.

La infografía ha tenido un papel muy relevante en la cobertura. Las cabeceras especiales, las caras de Obama y McCain, los fondos creados expreso para los datos o las conexiones en directo, los titulares, los recuentos electorales... se convirtieron en un elemento espectacular y persuasivo para los telespectadores.



Los rótulos temáticos han contribuido a fijar en la mente del espectador la evolución de los resultados electorales, siendo transparentes como “Afganistán e Iraq retos para Obama”, “Obama presidente”, “Participación masiva en EEUU”... o más persuasivos y sutiles como “McCain elegante en la derrota”, “El controvertido legado de Bush”, “Obama es presidente con una victoria aplastante”... principalmente en aquellas televisiones más arriesgadas o más sensacionalistas, como es el caso de Telecinco y la Sexta. Sin embargo, en TVE-1 y en Cuatro, los titulares fueron más cautos y menos partidistas: “Barak Obama será el próximo presidente ,según CBS”, “McCain felicita a Obama por su victoria”, “McCain pide a sus votantes apoyo para el nuevo presidente”...

Respecto a las declaraciones de los dos candidatos, hubo una práctica unanimidad en la elección . Del discurso de McCain se resaltó el momento en que reconoce su derrota , afirma que la culpa es sólo suya y ofrece su apoyo al nuevo presidente de los EEUU. Del discurso de Obama, “Si alguien aún duda de que EEUU es el lugar donde todo es posible, que todavía se pregunta si el sueño de nuestros fundadores sigue vivo, que aún cuestiona el poder de nuestra democracia, aquí está la respuesta” (4) ó “He oído vuestras voces y seré vuestro presidente (...) Nunca olvidaré que esta victoria os pertenece.”

Por último, es importante destacar como en todo momento el espectador estaba informado de la evolución de los resultados y del recuento de votos mediante “faldones” (rótulos situados en la parte inferior de la imagen) ó pequeños elementos gráficos situados en la esquina superior derecha o izquierda, según las cadenas. Este pequeño elemento se posicionó como uno de los elementos informativos más importantes de las emisiones televisivas.



4. Conclusiones y discusión

De la presente ingestación se pueden extraer varias conclusiones. La más obvia después de todo lo descrito en los capítulos anteriores es el enorme interés que han suscitado las elecciones norteamericanas para las televisiones generalistas españolas. En mayor o menor medida, todas han querido estar presente en un acontecimiento calificado de “histórico” por todos los mediáticos líderes de opinión desplazados a EEUU. Pero más allá de esta obviedad, está claro que la cobertura no ha sido la misma. Hay una diferencia substancial en la apuesta informativa de las cinco cadenas televisivas. En este sentido, se puede concluir que TVE-1 ha sido la que más relevancia ha dado al acontecimiento, y esto se refleja en la apuesta económica (construcción de plató, mayor número de enviados especiales, mayor número de medios técnicos, uso de la señal CBS para recopilación de datos...), en una búsqueda de opiniones con personajes de gran peso político, social e informativo (Trinidad Jiménez, Eduardo Aguirre, Carme Chacón, Jorge Moragas, Melchor Miralles, Fernando Fernández... entre otros) y en un mayor tiempo de emisión (casi siete horas de programa en directo). Todo ello aderezado con un buen ritmo informativo, una puesta en escena espectacular gracias a las pantallas gigantes del plató y a los elementos gráficos empleados, una actualización de datos y un refuerzo de la información mediante titulares concisos y claros.

Se pudiera pensar que al ser TVE-1 la televisión pública española, haya contribuido a este interés por la información y a la “obligación” de una completa cobertura. Quizá fuese el motivo que movilizó al mayor número de espectadores a elegir TVE-1 como primera opción (240.000 espectadores) a la hora de conocer el futuro inquilino de la Casa Blanca.

Es importante destacar el esfuerzo realizado por Cuatro, de llevar a cabo una emisión dinámica, completa y atractiva, apostando por un programa de calidad. A pesar de que su presentador principal, Iñaki Gabilondo, no se desplazó a Washington, sí se movilizaron periodistas de renombre a los diferentes puntos calientes de la noche, y Cuatro supo transformar su amplio plató en una manera más espectacular de comunicar los datos electorales mediante un videowall y una pantalla gigante. La actualización de los votos fue muy correcta, al igual que la moderación de la tertulia, lo que fue captado

por su audiencia, ya que fue elegido como la segunda opción de información en la noche electoral, (99.000 espectadores).

La cobertura de Antena-3 fue amplia en tiempo pero adoleció de una falta de agilidad y falta de medios que se hacía notar en la emisión. Matías Prats, desde Washington, no era el conductor del programa, se limitó a una mera presencia significativa y a llevar a cabo entrevistas. La dirección del programa se realizó desde Madrid, con menor número de conexiones que las otras dos cadenas y con un menor atractivo visual.

Es importante destacar que las tres cadenas mencionadas ofrecieron íntegro el discurso del presidente electo B. Obama, con traducción simultánea e imágenes por las agencias internacionales de la fiesta demócrata en el Grand Park de Chicago, aunque la periodicidad de éstas y la combinación con otros elementos del programa como analistas o presentadores, marcó una gran diferencia entre TVE-1 con Cuatro, y principalmente con Antena-3.

Respecto a La Sexta, su discreta audiencia (4,1%) es un buen indicador de su prudente programa. Hora y media de resultados electorales, relatados de una manera fresca, informal, con escasas intervenciones en directo de sus periodistas titulares Mamen Mendizábal y Helena Resano, pero en un plató amplio y con elementos novedosos, como el hecho de que Cristina Villanueva, la conductora del programa, se levantara para explicar ante una pantalla gigante el mapa electoral y la votaciones. Se autoproclama como una televisión nueva, dirigida a un público joven y con una nueva forma de comunicar que ha quedado patente en la madrugada del cinco de noviembre.

Por su parte Telecinco empleó la misma fórmula del resto de las televisiones, pero orientándose a los espectadores que se incorporan a la televisión. Por este motivo, realizaba pequeños titulares a las horas en punto o a las medias, ofreciendo recuento de datos, partes destacadas de los discursos de Obama y McCain, imágenes significativas de la victoria y la derrota, conexiones con sus enviados especiales en Chicago, Phoenix y Washington (aunque ninguno de ellos eran los periodistas titulares de los principales informativos de la cadena), análisis de los resultados... Una fórmula muy empleada por informativos Telecinco y que sin hacer un gran despliegue de medios, aporta resultados satisfactorios, teniendo en cuenta que no es una televisión que apueste por la información, sino por el entretenimiento y la espectacularidad.

Han sido las líneas editoriales de las diferentes cadenas las que han propiciado una mayor o menor cobertura por las elecciones norteamericanas. Aquellas que apuestan prioritariamente por la información (TVE-1 y Cuatro) han invertido más medios en la elaboración del programa, aunque la excepción a esta regla haya sido marcada por Antena-3, que a pesar de ser una cadena que apuesta más por contenidos sensacionalistas y espectaculares, incluso en sus informativos, ha querido estar presente de una manera importante en la retransmisión de estas elecciones.

El joven y carismático senador de Illinois, que "(...) se supo "vender" no sólo como el candidato del cambio, sino como un verdadero icono que representa la esperanza de mejora y progreso para las nuevas generaciones de norteamericanos(...) (5), ha calado profundamente en la sociedad española, convirtiendo a la noche del 4-N, en un precedente dentro de la cobertura televisiva de campañas electorales no nacionales. Este icono mediático planetario, ha logrado movilizar a todas las clases sociales a nivel

mundial, y las televisiones generalistas españolas han querido ser testigos del cambio. La fiesta de miles de estadounidenses tomando las calles de las principales ciudades norteamericanas y europeas, fue retransmitida a los ciudadanos españoles que quisieron ser partícipes de la victoria demócrata. Los grandes retos y desafíos del joven presidente electo:“(...) dos guerras, un planeta en peligro y la peor crisis financiera en un siglo(...)” (6) fueron temas de análisis en las tertulias que inundaron los platós televisivos en la madrugada del cuatro al cinco de noviembre. El seguimiento de estados claves como Florida, Ohio, Virginia, Indiana, Colorado, Iowa, Nevada... dieron pie a esclarecedores gráficos y a seguimientos pormenorizados de la evolución en las votaciones a través de pantallas, rótulos aclaratorios, comentarios, entrevistas...

El cambio y la esperanza, el famoso “*Yes, we can*” calaron profundamente en la sociedad española y en las cadenas televisivas, que fueron encargadas de informar a sus audiencias de la confirmación del “*Sí, podemos*” que el mundo esperaba.



5. Referencias

- (1).Kelley Reardon, K., 1981: *La persuasión en la comunicación: teoría y contexto*, Paidós Comunicación. Pag 125-126.
- (2).McCombs, M.,2003: *Agenda-setting de los medios de comunicación*, Univ. Iberoamericana Issa Luna, Pla editores.
- (3) Caño, A., 2008: *EEUU entra en una nueva era*, Washington, El País.
- (4) Obama, B, 2008: “*Discurso de la victoria* “, Grand Park de Chicago.
- (5) Valdez Zepeda, A y Huerta Franco, D.A, 2008: *La estrategia de Obama: La construcción de una marca triunfadora en la política electoral*, Revista Latina de Comunicación social, 63. La Laguna (Tenerife): Universidad de la Laguna, recuperado el 15 de noviembre de 2008, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina>.
- (6) Rodríguez, P, 2008: *EEUU pone en manos de Obama la crisis financiera y el avispero afgano*, Washington, ABC.

www.rtve.es
www.cuatro.com
www.lasexta.com
www.telecinco.es
www.antenat3.com