

EEUU: Más que una elección, un espectáculo

Por DAVID BAUDER

Associated Press, 25 de Marzo de 2016

NUEVA YORK (AP) — Jon Casey no le tenía demasiada fe a sus equipos del básquetbol universitario este año.

Casey, un técnico de 28 años de Scranton, Pennsylvania, se pasa horas contando delegados y analizando estrategias de debate en lugar de ver los partidos de su deporte favorito. Para él y para decenas de miles de personas, la campaña presidencial es el espectáculo preferido del momento.

Los debates generan teleaudiencias superiores a las de los programas de las horas pico. Ocho de las últimas nueve semanas los programas más vistos de las cadenas de cable fueron de Fox News Channel o CNN en lugar de los habituales ESPN y HBO. Los noticieros cuentan las horas hasta el próximo debate, encuentro de los candidatos con la ciudadanía para contestar preguntas o las votaciones en las primarias. Cualquier cosa relacionada con el proceso electoral es bienvenido.

"Es como un gran partido de ajedrez", dijo Casey, quien trabaja para un portal de deportes. "Un candidato hace una movida y los demás tienen que responder".

Casey generalmente mira CNN, aunque a veces cambia a MSNBC o Fox para ver más acción. Lisamarie Vana, violinista del norte de Dallas, mira casi exclusivamente Fox.

"Estoy adicta, totalmente adicta", dijo Vana, a quien le encanta Donald Trump. Hasta le tomó antipatía a Megyn Kelly, una de sus periodistas preferidas, después de que tuvo un encontronazo con su nuevo ídolo político.

Hasta este año, Vana, de 45 años, jamás siguió de cerca la política. Demasiado aburrida, dice. Ahora "siento que soy un mejor ser humano al ver la historia que transcurre en tiempo real", comentó.

El máximo ejecutivo de CNN Jeff Zucker observa los ratings en su teléfono y dice que lo que está sucediendo es una "locura". A veces los programas políticos duplican las proyecciones. Las dos noches de primarias más vistas se produjeron en los dos últimos meses. Igual que un hotel de montaña que depende de que nieve mucho, la fortuna de CNN depende del ciclo noticioso. Y ha habido nieve todo el año.

En una conferencia de inversionistas reciente, la directora ejecutiva de CBS Leslie Moonves hizo notar que, con el interés que hay en la política, y la publicidad que va a generar, "este va a ser un muy buen año para nosotros".

Cuando no hay un debate o una primaria, las cadenas generan sus propios eventos, incluidos encuentros en los que los candidatos responden a preguntas del público. Cuando se canceló un de