

*Recensiones*

RABADÁN, Pedro J. (2015) *El sesgo en la televisión. La noticia política en campaña*. Madrid, Editorial Universitas

La aparición de un nuevo libro en el área de las Ciencias de la Comunicación es siempre una muy buena noticia, pero lo es todavía mucho más si se trata de un trabajo riguroso y de calidad fruto de la experiencia profesional, la investigación universitaria y la calidad humana de un autor comprometido con el objeto de estudio y la búsqueda de la verdad en la sociedad. Éste último es el caso del libro titulado ‘El sesgo en televisión. La noticia política en campaña’ (ISBN 978-84-7991-453-0), obra de Pedro J. Rodríguez Rabadán.

A lo largo de las 268 páginas del libro, publicado por la editorial madrileña Universitas en un volumen sólido de tapa blanda, el lector, interesado en el tratamiento informativo en televisión de las campañas electorales, se dará cuenta inmediatamente de que está ante una obra de doble valor, tanto académico como divulgativo. Es un trabajo que conjuga la vertiente investigadora, docente y sobre todo la profesional, en un mismo trabajo sobre cómo se nos informa de los acontecimientos políticos en campaña. ¿Cómo es posible que todos estos aspectos coincidan en un libro? Porque coinciden también en la trayectoria vital de su autor. Pedro J. Rabadán es actualmente el director y presentador del Telenoticias 1 de Telemadrid, Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Pontificia de Salamanca (UPSA) y anteriormente profesor en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Pablo (USP-CEU) de Madrid. De este modo, el libro refleja esa riqueza de perspectivas, aristas y puntos de vista que convergen en la obra y su autor.

Uno de los puntos fuertes del libro es su novedad desde el punto de vista de los estudios audiovisuales de ámbito universitario español. El libro cuenta con un sólido marco teórico que reflexiona como nunca se había hecho hasta ahora sobre el concepto de “sesgo”, diferenciado principalmente de la manipulación, y explicando bien el significado de términos a veces confundidos como independencia, objetividad, neutralidad o equilibrio. No sólo redefine el concepto de sesgo, delimitando con concreción su significado, sino que aporta metodologías para investigarlo, para detectarlo, y más de un centenar de técnicas profesionales y antiprofesionales que se utilizan a diario en las redacciones de informativos de las televisiones.

De la misma manera, el libro de Pedro J. Rabadán también analiza el rol condicionante de los agentes externos como el poder político en la información audiovisual a través de una serie de técnicas y estrategias, y cómo los condicionantes estructurales y técnicos de las propias televisiones pueden producir esa desviación en la noticia que se emite. En esa línea, el autor insiste también en que el sesgo puede ser voluntario o no, y que la propia audiencia puede tener sus prejuicios a la hora de recibir el mensaje. Sus teorías quedan demostradas con un cuidado y desarrollado análisis de un importante número de técnicas de sesgo durante las noticias de la campaña electoral a las elecciones generales en España del año 2011, quedando de manifiesto que son los propios partidos políticos (esos que suelen acusar a las televisiones de manipulación) los principales agentes de sesgo de las noticias a través de sus sistemas audiovi-

suales, de la presión a los periodistas y de una Ley Electoral ideada para garantizar su presencia mediática por encima de los criterios profesionales. Del mismo modo, otro de los méritos del libro es el análisis en profundidad de la legislación española sobre información política en las televisiones, con especial atención a la regulación de las campañas electorales, a las últimas reformas de la Ley Orgánica del Régimen Electoral (LOREG) y a las nuevas decisiones de la Junta Electoral. El análisis de esta documentación deja entrever que las autoridades españolas lamentablemente a través de la legislación que han generado caen indirectamente en el error de confundir los medios de comunicación o medios informativos con canales, vías o herramientas para la propaganda.

Desde el punto de vista de la estructura de la obra, hay que resaltar que el libro tiene tres grandes bloques muy diferenciados. El primero es el de la contextualización teórica y legal. Se revisan los distintos estudios, modelos y enfoques sobre la relación entre los medios de comunicación y el poder político. De acuerdo con este esquema, el libro recoge teorías y las aportaciones de autores como Chomsky y Herman, Curran, Garnham, Habermas, Putnam, Norris, Beneyto, Galdón, Humphreys y sobre todo, las recientes teorías sobre modelos mediáticos de Hallin y Mancini, herederos de la tradición de las cuatro teorías sobre la prensa anteriormente formuladas por Siebert, Peterson y Schramm. Este marco teórico nos permitirá encuadrar a España, por sus características de clientelismo, instrumentalización y baja profesionalización del periodista, dentro del Modelo Pluralista Polarizado (Hallin y Mancini, 2008). Seguidamente, Pedro J. Rabadán recorre las principales tendencias de la comunicación política en televisión con los últimos estudios, y con las realidades que condicionan las noticias hoy en día en los telediarios, como la campaña centrada en los medios, la personalización, el infoentretenimiento y la banalización de los contenidos.

En su segundo bloque, el libro parte de un estudio de la epistemología de la noticia. Se desarrolla el concepto de sesgo a raíz de una metáfora de Denis McQuail en la que lo equipara a una partida de bolos. Esa metáfora queda ampliada con ejemplos que implican no sólo la función del periodista, sino cómo condiciona la información el sesgo estructural, el de poder y el de audiencia. Recoge lo que Edith Efron catalogó como “reglas editorializantes” durante la campaña a la Presidencia de los Estados Unidos de América en la cadena de televisión CBS allá por el año 1968, y amplía esas normas, ahora llamadas técnicas de sesgo, ofreciendo más de un centenar de ejemplos reales que acercan al lector la realidad profesional como no se había conocido hasta ahora, con ejemplos que se han visto en la historia reciente del periodismo español.

Finalmente, la tercera parte del libro incluye el trabajo de campo y las conclusiones a las que se llegan tras el análisis de las noticias. Se explica con detalle la delimitación del análisis, la unidad de análisis, se muestra la plantilla empleada (para que sirva a otros investigadores) y cómo se ha realizado la codificación. Podrán encontrar detalladas las técnicas seleccionadas, ya que sería imposible abarcar un centenar de ellas, pero la muestra elegida es bastante amplia para obtener resultados concluyentes. Se explica qué puede buscar la persona que utilice esa técnica y cómo localizara en una noticia. Al análisis le acompañan gráficos serán de gran utilidad para compren-

der cómo por el cruce de técnicas se puede encontrar alguna estrategia predefinida y quién la puede haber ideado. Una metodología de análisis que abre la puerta a nuevas investigaciones, y que resultará de gran utilidad para comparar el sesgo que se imprime a las noticias durante una campaña electoral, con el que se puede imprimir durante cualquier otro momento de esta “campaña electoral permanente”.

Fruto de la lectura crítica de la obra de Pedro J. Rabadán se puede afirmar sin temor a equivocarse que el autor demuestra un gran conocimiento tanto profesional como teórico de la materia. Se trata de un trabajo valiente, honesto y generoso hacia la formación de otros periodistas, pone al servicio del lector su experiencia como editor de informativos, de seguimiento de campañas electorales y de periodista especializado en información política, al servicio de los investigadores. De la misma manera, este libro pone de manifiesto la importancia de la honestidad periodística y cómo la objetividad sin metodología no es posible.

Se trata sin duda de una visión desde dentro de la televisión para ser entendida desde fuera. Después de leer este libro, el lector cambiará su forma de ver la televisión ya que será capaz de identificar esas prácticas profesionales que en ocasiones se ejecutan como técnicas de sesgo voluntarias o provocadas. Nos encontramos ante una obra académica y divulgativa, de grandísimo interés para investigadores, periodistas, alumnos de Periodismo y Comunicación Audiovisual y para cualquier amante de la política y espectadores en general. El lector, gracias a la obra de Pedro J. Rabadán será capaz de identificar esas tretas audiovisuales que en ocasiones tienen como objetivo pasar desapercibidas para el espectador pero dotar de un sesgo particular la noticia política en medios audiovisuales especialmente en tiempos electorales, como los que estamos viviendo en estos momentos en nuestro país.

Francisco Cabezuelo Lorenzo  
Universidad de Valladolid