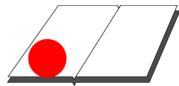


“EL SESGO EN LA TELEVISIÓN La noticia política en campaña”

Pedro J. Rabadán



EDITORIAL UNIVERSITAS, S.A.

ISBN: 978-84-7991-453-0

MADRID, 2015



- Un libro que cambiará la forma de ver las noticias políticas en las TV durante la campaña electoral
- Saca a la luz la batalla entre partidos políticos y televisiones por el control informativo de la noticia política en campaña
- Descubre y analiza las técnicas profesionales de sesgo que se utilizan durante una campaña electoral como nunca antes nadie lo había contado
- Distingue con claridad lo que es el sesgo, quién y cómo se imprime, cómo se detecta en una noticia... y lo pone en práctica analizando los telediarios de la campaña de 2011 en varias cadenas.

¿Qué es el sesgo? ¿Es lo mismo que manipulación o parcialidad? ¿Por qué los políticos y la legislación lo equiparan a un mal reparto de tiempos en sus apariciones televisivas? ¿Quién imprime ese sesgo a las noticias políticas en televisión? ¿Cómo se hace y cómo se detecta? ¿Son justas las acusaciones que hacen políticos, profesionales y ciudadanos a las cadenas de TV? ¿Condicionan gobiernos y partidos los contenidos de las noticias? ¿A quién favorecen las televisiones en España durante una campaña electoral? ¿Se han convertido las TV en agentes políticos? ¿Son los bloques electorales de los telediarios una salvaguarda de la independencia?

Pedro J. Rabadán ofrece respuestas a todas estas cuestiones a través de varias líneas de trabajo. El trabajo se divide en tres partes:

La primera es de contextualización teórica y legal. Se revisan los distintos estudios, modelos y enfoques sobre la relación entre los medios de comunicación y el poder, con especial atención al poder político. La base del análisis girará en torno a las perspectivas desde las que se aborda esta relación que propone Street (2005) y que él denomina pluralista, estructuralista y constructivista. De acuerdo con este esquema, se verán algunas teorías y las aportaciones de algunos autores como Chomsky y Herman, Curran, Garnham, Habermas, Putnam, Norris, Beneyto,

Humphreys y sobre todo, Hallin y Mancini, cuya clasificación desarrollando las cuatro teorías sobre la prensa de Siebert, Peterson y Schramm 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).

Conocer las tendencias de la comunicación política en televisión nos permitirá tener más elementos de juicio para analizar luego las noticias. En pleno siglo XXI, los expertos hablan de Miediápolis (Silverstone, 2007), de campaña electoral permanente (Hallin y Mancini, 2008:231), de la personalización de la política en los candidatos (Dader, 1992), de la tendencia al dramatismo y el espectáculo (Berrocal, 2003), y la búsqueda de escándalos para introducir elementos que pudieran restar credibilidad a los adversarios políticos (Sanders, 2009).

Se profundizará en 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. Se podrá comprobar cómo la legislación española adolece de una visión de los medios de comunicación como medio informativo, ya que parecen verlos sólo como instrumentos de propaganda política (Holgado, 2003). Sin esta visión, no se podrían entender los resultados de la investigación.

La segunda parte del libro se centra en el sesgo. Parte de un estudio de la epistemología de la noticia, para saber diferenciar correctamente los términos objetividad, neutralidad, imparcialidad, manipulación y sesgo. Se verán las distintas y más recientes definiciones de sesgo y sus tipologías. De la mano de Gunter (1996) veremos cómo se debe estudiar el sesgo. De especial importancia resulta ver cómo los partidos políticos y los gobiernos condicionan la información mediante distintas actuaciones y estrategias. Por último, se desarrollan las técnicas de sesgo manifiesto que se utilizan actualmente, ampliando y aportando muchas otras técnicas a lo que ya inició Edith Efron en su estudio de la campaña electoral a la presidencia de Estados Unidos en la cadena CBS y otros medios en 1968.

La tercera parte del libro incluye el trabajo de campo y las conclusiones a las que se llegan tras en 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 comprender cómo por el cruce de técnicas se puede encontrar alguna estrategia predefinida y quién la puede haber ideado. Sirva como adelanto de las conclusiones, que son los propios partidos políticos quienes más sesgo imprimen a las noticias políticas que se emiten en TV durante la campaña gracias al control que ejercen en las cadenas con la ley electoral, pero sobre todo por las técnicas audiovisuales de sesgo que consiguen imprimir en las noticias.

Es un libro dirigido a cualquier espectador, a investigadores, a periodistas y a políticos. En él, encontrarán una nueva forma de aproximarse a la información política. Una visión desde dentro, contada para entenderla desde fuera. Quitará algunas máscaras, acabará con viejos mitos y acusaciones generalizadas, y obtendrá resultados científicos sorprendentes. Cambiará la forma de ver una noticia política.

Pedro J. Rabadán (Madrid, 1979) es doctor en Periodismo, especializado en Televisión y Comunicación Política, profesor en varias universidades (USP-CEU, UFV y UPSA), autor de artículos científicos en revistas especializadas.

Actualmente dirige y presenta el Telenoticias 1 de Telemadrid. Periodista en ejercicio hace más de quince años en varias cadenas de TV y medios de comunicación, ha editado y presentado informativos, tertulias políticas, programas especiales de elecciones, debates electorales, además de dirigir la sección de Política, y cubrir información de campañas electorales, partidos políticos y Congreso de los Diputados.

CONTACTO:

Pedro J. Rabadán: 678496313

pjrodriguezrabadan@gmail.com

Editorial Universitas: 91 563 36 52

<http://www.universitas.es>