

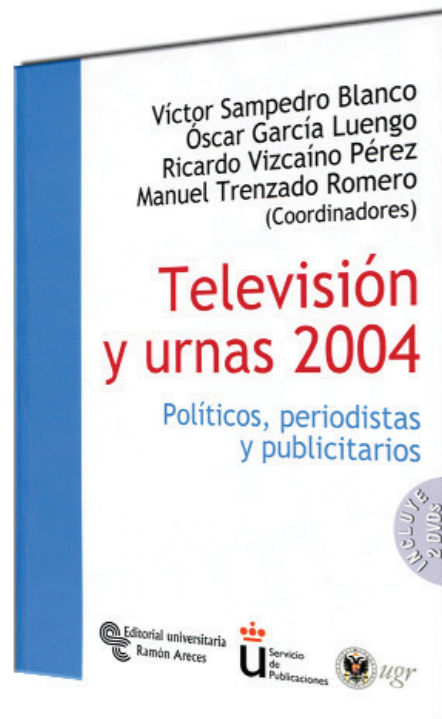
LIBROS

▼ Miguel Vicente Mariño

El equipo dirigido por Víctor Sampedro vuelve a poner sobre la mesa uno de sus detallados estudios en el campo de la comunicación política. Más allá de las diversas interpretaciones que circulen en la esfera pública, pocos momentos de la historia española condensan el significado y la emoción de una forma tan unánime como los sucesos acontecidos entre el 11 y el 14 de marzo de 2004.

Televisión y urnas 2004 es una guía, compuesta por un libro y dos DVD con abundante material de trabajo, que se debe leer en combinación con Medios y Elecciones 2004. La campaña electoral y las «otras campañas», un volumen de corte mucho más tradicional en términos académicos que desglosa las estrategias de comunicación política desplegadas durante los meses previos a las Elecciones Generales de 2004. En esta obra, Sampedro y sus colegas intentan poner un poco de luz sobre la cobertura mediática de las Elecciones a las Cortes Generales de 2004, en un sentido amplio ya que el marco temporal que abarca toma como referencia la difusa noción de campaña permanente que preside la escena política contemporánea. El principal activo de «Televisión y urnas» es que combina la solidez de una investigación empírica seria, con un soporte metodológico y una diversidad de aproximaciones que superan con creces la media de las publicaciones científicas al uso, con un repertorio de materiales que permiten tanto la réplica de muchas de las operaciones realizadas por el equipo investigador para alcanzar sus conclusiones como la difusión de materiales educativos. Se trata, sin duda, de un buen ejemplo de investigación. Las normas básicas de la investigación obligan a que los datos utilizados en el análisis se encuentren a disposición de cualquier otra persona que desee alcanzar los mismos resulta-

dos partiendo de los mismos datos originales. En Televisión y Urnas, los lectores encontrarán un DVD en el que se pueden consultar todos los vídeos emitidos por las cadenas españolas incluidas en el análisis, un recurso muy a tener en cuenta para todas aquellas personas que asumen responsabilidades docentes en campos como la opinión pública, la comunicación política o la información televisiva. Estamos ante una obra que encuentra un precedente en el libro publicado cuatro años antes sobre las Elecciones de 2000. Esta continuidad es, sin duda, otro de los principales valores de este trabajo. En un entorno académico como el español, en el que la posibilidad de articular estudios comparados con series históricas válidas y replicables es escasa, es muy necesario aplaudir la capacidad del equipo de Sampedro para poner en marcha investigaciones sólidas sobre un objeto de estudio imprescindible para muchos campos de conocimiento. En el debe de la obra situaría la sensación de resentimiento que transmite hacia la comunidad investigadora española. La carencia de apoyos económicos a estos proyectos de investigación puede resultar difícilmente comprensible, sobre todo si tenemos en cuenta la elevada visibilidad que adquieren estas publicaciones, pero no debe eclipsar el contenido científico de la obra. En algunas ocasiones, Sampedro pone más énfasis en destacar las trabas superadas que en subrayar las interesantes conclusiones que ofrece su sistemático trabajo. Esta desviación del protagonismo se hace muy patente en la introducción del libro, algo que puede resultar contraproducente de cara a la posterior lectura. De todos modos, nos encontramos ante una obra con dos volúmenes que merece ser consultada y debatida, ensanchando el espacio ocupado por la comunicación política en la escena española y resaltando su relevancia en el proceso educativo de la sociedad civil.



Televisión y urnas 2004. Políticos, periodistas y publicitarios. V. Sampedro, O. García, R. Vizcaíno y M. Trenzado (Coords.). Madrid amón Areces, 2007; 278 páginas