

CEU

Biblioteca

Universidad Cardenal Herrera

MERCADO SÁEZ, María Teresa. "El infoshow con cámara oculta : ¿investigación periodística o espectáculo?". En *Sala de Prensa : web para profesionales de la comunicación iberoamericanos*, año VII, vol. 3, nº 84 (octubre 2005).

El infoshow con cámara oculta : ¿investigación periodística o espectáculo?

Ma. Teresa Mercado Sáez *

RESUMEN: El periodismo de investigación es considerado esencial en las sociedades democráticas para cumplir con la tarea de "perro guardián" que se le asigna a la prensa. El uso de cámaras ocultas en este tipo de programas es práctica habitual ya que puede ser la única forma de comprobar una denuncia o demostrar una situación irregular en determinadas circunstancias. Sin embargo, parece difícil encontrar verdaderos trabajos de investigación que cumplan los requisitos exigidos a una investigación periodística. Por el contrario, hemos asistido a la hibridación del reportaje de investigación con el debate produciendo un nuevo formato televisivo dentro del macrogénero infoshow. Así, en enero de 2003 Tele 5 emite "A corazón abierto", programa que supone la confirmación del formato que se había venido gestando desde el éxito del reportaje "La Gran mentira del Corazón", emitido en Tele 5 el 20 de septiembre de 2001, y el impacto inicial que provocó el programa de investigación "Al Descubierto", visto la temporada siguiente en Antena 3.



CEU

Biblioteca

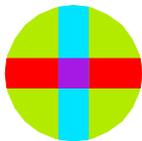
Universidad Cardenal Herrera

El periodismo de investigación es considerado esencial en las sociedades democráticas como tipo de periodismo que cumple con mayor idoneidad la tarea de "perro guardián" que se le asigna a la prensa, ya que los formatos informativos habituales no dan la posibilidad de reflexionar, de buscar más allá de lo evidente, de explicar realidades complejas, cayendo en la superficialidad. Más concretamente, "el papel del 'watch-dog' se materializa mediante la elaboración de los 'reportajes de investigación" (Martínez Albertos, 1997: 79).

Sin embargo, el alto grado de compromiso de los medios de comunicación con grupos económicos o políticos, unido a la situación económica de muchos de ellos que no pueden dedicar un periodista, y menos un grupo, a la tarea exclusiva de investigar, dificultan el ejercicio del periodismo de investigación. El periodista investigador trabaja en asuntos controvertidos, que no necesariamente tienen actualidad noticiosa y que "casi siempre alguien no quiere que se ventilen" (Reyes, 2001), es decir, tiene como objetivo revelar algo hasta esos momentos oculto y de interés público, tanto como para que el periodista se dedique a profundizar en ello e incluso asumir riesgos personales.

El reportaje de investigación se caracteriza por la exhaustividad en la recogida de información, la dificultad de acceso a las fuentes, la contextualización (antecedentes y consecuencias), el análisis e interpretación de los hechos, e incluso la valoración de los efectos que pueda tener la emisión del reportaje, en definitiva, por el cumplimiento de estricto código deontológico.

Para Barroso (2002), en la actualidad su presencia en televisión es mínima debido a la imposibilidad de serializar sus emisiones, los horarios marginales a los que son relegados, y la profundidad y rigor de sus planteamientos informativos, que provocan que la aceptación del público -rara vez logran más de un 2% de cuota de pantalla- no sea proporcional a la calidad y coste del producto. El uso de cámaras ocultas en este tipo de programas es práctica habitual ya que puede ser la única forma de comprobar una denuncia o demostrar una situación irregular en determinadas circunstancias.



CEU

Biblioteca

Universidad Cardenal Herrera

Debido por tanto a las dificultades que se presentan tanto en la elaboración de este tipo de reportajes como en su difícil acoplamiento en las parrillas programáticas, parece difícil encontrar verdaderos trabajos de investigación que aborden asuntos ignorados por los otros medios de información para denunciar aspectos comprometidos de los sujetos que ocupan el Poder. Por el contrario, hemos asistido a la emisión en las televisiones españolas de pseudoreportajes de investigación basados en el uso de cámaras ocultas y que precisamente,

en la mayoría de los casos, convierten este recurso o técnica periodística en el rasgo que les autodefine como periodismo de investigación, olvidando precisamente los rasgos que lo definen anteriormente señalados.

Esta tendencia se ha visto favorecida por el paulatino descenso del número de telespectadores que está incrementando el nivel de sensacionalismo en los medios, junto a la proliferación de mini-cámaras y micrófonos invisibles, que posibilitan grabar y filmar sin que las personas lo perciban.

En 2002, se produce la hibridación del reportaje de investigación basado en la utilización de la cámara oculta con el debate configurando un nuevo formato televisivo dentro del macrogénero infoshow o infotainment, en terminología norteamericana. Emilo Prado, Amparo Huertas, Juan José Perona, Matilde Delgado, Nuria García, y Gemma Larrègola (1999) consideran al infoshow como una de las categorías de programa en que se manifiesta el paso claro de la paleo-televisión a la neo-televisión y el que mayor influencia tiene en la constitución de la identidad de la televisión generalista de nuestros días.

El infoshow se caracteriza por mezclar muchos otros géneros: entrevista, debate, diversas formas de reportaje, sondeos en directo, participación del público en el estudio, por teléfono, variedades, juegos, e incluso la ficción. La puesta en escena se realiza en grandes decorados, convertidos en ágora pública, subrayando la voluntad de participación, el directo, y en los que el público es gran protagonista. “Oficiando las sesión, la figura central del presentador estrella que con su “verbo cálido” da identidad al programa, crea una atmósfera de interpelación y fideliza la audiencia, manteniéndola cautiva durante la emisión, que puede sobrepasar las dos



CEU

Biblioteca

Universidad Cardenal Herrera

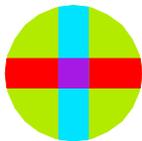
horas. Resultado: una cierta forma de información convertida en gran espectáculo de prime time". (Emilio Prado,1992: 69-70).

En el interior de este macrogénero se configuraron tres formatos diferentes: el debate, el talk-show y el reality-show pero han ido apareciendo nuevos formatos televisivos que como hemos dicho, pueden englobarse dentro del infoshow y que no se adscriben nítidamente a ninguna de las subcategoría señaladas, demostrando que la hibridación o mixtura es la característica esencial del macrogénero. Este es el caso de los programas denominados de investigación por autores y programadores pero que no dejan de ser otra forma de espectáculo.

A corazón abierto, emitido en Tele 5, supuso la última manifestación del formato, hasta el momento, que se había venido gestando a partir del éxito del reportaje La Gran mentira del Corazón, emitido en Tele 5 el 20 de septiembre de 2001, y el impacto inicial que provocó la emisión en Antena 3 de Al Descubierta, presentado por Santiago Acosta en 2002. En algunas televisiones autonómicas se emitían con bastante éxito programas similares como P.V.P o Investigación TV. Todos fueron elaborados por El Mundo TV, empresa dedicada a la producción de reportajes de investigación.

El Mundo TV afirma en su web comercial que "en 2001 se continúa la producción de programas, ampliándose cada vez más los géneros de éstos, lo que lleva a la división de la productora en 2002 en tres diferentes apartados para afrontar el futuro con una mayor especialización dentro de la diversidad de contenidos: El Mundo TV, encargada de desarrollar los programas de investigación y de perfil más periodístico; Mundoficción, destinada a realizar los proyectos de ficción, y EM3, dedicada a desarrollar programas de entretenimiento.

Sin embargo, en su catálogo de programas, emitidos en distintas cadenas públicas y privadas, aparecen dos adscritos al magazine (7 días, 7 noches y Todo Madrid), uno al infoshow (El Planeta de los niños), otro al reportaje/ talk show (El día que vivimos peligrosamente), un docu-soap (Fora de sèrie), programas especiales (Infancia Olvidada, Hay que volver a empezar, sobre malos tratos a niños y mujeres respectivamente), un magazine de consumo (P.V.P) y varios como Investigación: Investigación TV, Primera línea, Al Descubierta y A Corazón abierto.



CEU

Biblioteca

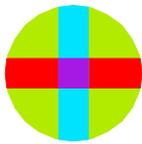
Universidad Cardenal Herrera

Por lo tanto, a pesar de la división orgánica, no se hace distinción alguna entre un programa como Primera Línea y A Corazón Abierto producido por EM3, marca por otra parte desconocida para la audiencia.

En la explicación a pie de logo del catalogado como infoshow El Planeta de los niños se puede leer: “En este programa los padres reciben información sobre todo lo relacionado con el mundo de los niños. El espacio se plasma en un formato ágil y dinámico, y abarca una gran variedad de contenidos, tratados siempre de forma cercana y amena”. Por el contrario, Al descubierto se vende como “lo que siempre se imaginó de los temas más espinosos, sumado a lo que nunca se atrevió a sospechar, lo hemos puesto al descubierto. Y siempre pillando “in fraganti” en el estudio a personajes implicados, asistiendo en directo a la labor de investigación”. “¿Cómo se hace un montaje? ¿Quiénes venden los bombazos informativos del corazón en nuestro país? ¿Cuánto cobran por ellos? ¿Qué esconden los personajes de primera línea de la prensa rosa?”, es el texto que identifica al programa A corazón abierto. Obviamente, el carácter sensacionalista y escandaloso es el gancho comercial del producto frente a lo periodístico.

Ambos programas mezclaban la emisión de imágenes obtenidas mediante cámara oculta, generalmente subtituladas, con el debate, es decir, no se ofrecía un reportaje montado, con un guión y tratamiento definido, sino fragmentos “significativos” que eran comentados por tertulianos y polemistas profesionales enfrentándose a los protagonistas o implicados que acudían al plató.

A Corazón Abierto se estrenó el jueves 23 de enero de 2003 en prime time tras finalizar la cuarta edición de Gran Hermano, presentado por Jordi González, conocido a nivel nacional como moderador del debate de Tele 5 Moros y Cristianos y de Abierto al Anochecer en Antena 3. El programa seguía la misma estructura de Al descubierto: la emisión de un vídeo grabado por periodistas infiltrados se acompaña por una mesa debate con los protagonistas del mismo moderada por González. En este caso, la investigación periodística es sobre el mundo del corazón.



CEU

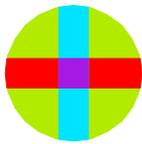
Biblioteca

Universidad Cardenal Herrera

Según El Mundo TV, tras el éxito del reportaje de La gran mentira del corazón, la productora decidió “ahondar en este submundo de personajes que han aireado, sin ningún pudor, su vida privada en todos los medios de comunicación. A través de la cámara oculta, las investigaciones revelan las artimañas de aquellos famosos, sin oficio conocido, que viven de negociar con su vida privada. En el plató de A Corazón Abierto los personajes implicados tienen la oportunidad de ofrecer su visión de los hechos que ocupan la investigación. El programa cuenta también con la presencia de periodistas relacionados con el reportaje y de un personaje fijo: el famoso arrepentido”. Algunos de los famosos que acudieron al plató, más o menos arrepentidos y previo pago, fueron Marujita Díaz, Sara Montiel, Tamara y Margarita Seisdedos, Frank Francés, Aramís Fuster y Alessandro Lecquio.

La gran mentira del corazón se emitió también en Tele 5 el jueves 21 de septiembre de 2001 y fue el espacio más visto ese día, superando a Cuéntame cómo pasó con un 26,7% de share y 4.230.000 espectadores. Ampliamente promocionado, se repitió en la misma cadena el sábado por la tarde siguiente. Su contenido fue comentado en todas las tertulias de radio y televisión españolas y recogido en la prensa diaria y semanal de información general. Resumiendo su contenido, El Mundo TV contrató a un actor desconocido para que se hiciera pasar por un joven en busca de fama que supuestamente había mantenido una relación con la cantante mexicana Paulina Rubio, novia de Ricardo Bofia Jr., ambos personajes habituales de la prensa del corazón. En un acto veraniego con periodistas del corazón, se lanzó el rumor intencionado, y algunos periodistas, que aparecen identificados con nombres y apellidos, dieron por buena la falsa noticia que apareció en los programas del corazón de todas las cadenas. Se mostraba cómo el actor sacaba provecho económico de su popularidad efímera acudiendo a varios espacios. Además, Montse Páez, supuesta amante de Ricardo Bofill, reconocía al actor en una de las imágenes grabadas con cámara oculta que había hecho montajes y que estaba acostumbrada a “vivir del cuento”.

Este reportaje iba a ser emitido por Antena 3 pero finalmente decidió no hacerlo. Según fuentes de la cadena, el programa se apartaba de la línea editorial de sus Especiales Informativos (El País, 20/09/2001). La cadena privada sí emitió Al Descubierta, presentado por Santiago Acosta, y definido por El Mundo TV como “programa que combina reportajes de



CEU

Biblioteca

Universidad Cardenal Herrera

investigación con un debate en plató basado en el tema central de los reportajes. La realización de los reportajes se hace desde la perspectiva que proporciona un trabajo de investigación periodística con cámara oculta. Con estas técnicas, el programa saca a la luz los interrogantes más cuestionados de los temas actuales más polémicos. La polémica suscitada por los temas es la causa de los acalorados debates que tienen lugar en plató, dando la palabra a los `descubiertos` en cada caso, y enfrentándoles a los afectados y a un grupo de excelentes colaboradores” (Ángel Antonio Herrera, periodista y poeta, conocido por su trabajo durante varios años en Tómbola, y Javier Nart, entre otros).

Durante sus más de tres meses en antena se emitieron 18 programas en los que se trataron diferentes temas con una audiencia media de 22% de share. El primer reportaje de Al Descubierto, que sirvió de lanzamiento al programa el pasado 20 de marzo, fue el recordado y polémico “Escándalo en Miss España” que mostraba cómo la delegada de Miss España en Alicante y Murcia, María Elena Dávalos, cobró 27.000 euros (4.500.000 pesetas) para que una periodista infiltrada, Gema García Marcos, fuera elegida Miss Alicante.

El representante legal del concurso, José Manuel Gómez Aranda, denunció las imágenes por un presunto delito de falsedad y por otro contra la intimidad y el derecho a la propia imagen. Según Gómez Aranda, las grabaciones de Gema García podían afectar a las 52 candidatas a miss España, una de ellas era menor de edad, “al haberse podido realizar tomas mientras se cambian de ropa o se duchan”. Pedía el secuestro de las imágenes al juzgado de instrucción número 5 de Algeciras, que procedió a ello dos días antes de la emisión del programa. El Mundo TV envió las cintas a la juez encargada del caso que levantó la medida cautelar basando su decisión en la primacía del derecho a la libertad de expresión e información.

El reportaje se emitió en dos partes. La primera fue seguida por un 29% de la audiencia y 4.228.000 espectadores. La segunda alcanzó un 37,5% de cuota (5.538.000 espectadores), superando a la retransmisión del partido de Liga de Campeones en TVE1 y consiguiendo el mejor prime time del lustro en Antena 3, que fue líder del día, lo que no ocurría desde noviembre de 2000, según datos de GECA. En algunos momentos llegó a ser visto por más de siete millones y medio de espectadores, lo que significa que alcanzó puntas de audiencia



CEU

Biblioteca

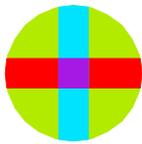
Universidad Cardenal Herrera

superiores al 60%. El reportaje de Miss España tuvo una gran repercusión en todos los medios de comunicación. Incluso Tele 5, la cadena emisora del certamen de belleza, ofreció al día siguiente un improvisado debate especial en prime time moderado por M^a Teresa Campos sobre el escándalo destapado por El Mundo TV, ofreciendo las primeras declaraciones del presidente de la organización de Miss España, Andrés Cid.

Al Descubierta consiguió superar en audiencia a Sardá cuatro miércoles consecutivos, algo que ningún programa había conseguido en cuatro años. El miércoles 20 de marzo, la segunda parte del Escándalo Miss España superó a Sardá en 12 puntos de cuota de pantalla. La siguiente investigación, que revelaba las fraudulentas tácticas de una visionaria sevillana, convocó ante la pequeña pantalla a 3.279.000 fieles (24,9%); a Sardá le siguen 1.671.000 (21.9%). El 3 de abril, Acosta y su equipo ofrece una entrega dedicada a la estafa de conocidos curanderos. La investigación se centra en dos personas bien conocidas en el gremio: Carlos Jesús y Paco Porras: tres millones y medio de personas (26,6%) lo ven mientras Sardá, sólo cuenta con la atención de 1.671.000 espectadores (21.9%). El siguiente miércoles, acerca de las engañosas técnicas de los videntes telefónicos, obtuvo un 22,6% de share, (2.740.000 espectadores).

El programa fue perdiendo audiencia paulatinamente hasta llegar a registrar un 12,1% de cuota con el reportaje “¿Cuidamos de nuestros mayores?”, ofrecido el 15 de mayo. Ninguna de las emisiones posteriores consiguió superar el 20% de share –su mejor dato fue un 19,8% -, por lo que Antena 3 optó por no renovar el programa para la temporada siguiente.

En definitiva, a partir del éxito de audiencia de un reportaje de investigación dedicado a la prensa rosa que no trataba un asunto de interés social que desvelara un aspecto oculto y aportara alguna novedad a los espectadores, sino que sirvió de entretenimiento a los seguidores de la información del corazón, se creó un nuevo formato de infoshow basado en el uso de cámaras ocultas y el debate en el plató. Los recursos económicos y tecnológicos junto a las técnicas de la investigación periodística se dedican a realizar este tipo de programas de entretenimiento, en el caso de A corazón Abierto aprovechándose ‘la fiebre rosa’ que parece haberse adueñado del país.



CEU

Biblioteca

Universidad Cardenal Herrera

El motivo: sus cifras de audiencia frente a las de los reportajes de investigación. Sin embargo, no hay que olvidar que la investigación periodística no consiste sólo en emplear cámaras y micrófonos ocultos o adoptar falsas identidades para denunciar actividades simplemente poco éticas como es el caso de los montajes de la prensa del corazón. A nadie se le ocurrió denominar periodismo de investigación al programa de humor “Inocente, Inocente” y otros en la misma línea basados en el uso de las cámaras ocultas. Del mismo modo, parece adecuado que este tipo de programas orientados también al entretenimiento sean catalogados como espectáculo para no crear equívocos en el público y acabar destruyendo la credibilidad de los verdaderos espacios de Investigación periodística.

Bibliografía:

- AA.VV. (2002): Anuario de la televisión 2002, Madrid, GECA.
- BARROSO, J. (2002): “Reportajes y Nueva Televisión. No hay sitio, ni tiempo, ni dinero”, Caleidoscopio nº 5 (<http://www.uch.ceu.es/caleidoscopio/numeros/cinco/barroso.htm>).
- CAMINOS MARCET, J. M. (1997): Periodismo de investigación. Teoría y práctica, Madrid, Síntesis.
- CEBRIÁN HERREROS (1995): Información audiovisual: Concepto, técnica y expresiones, Madrid, Síntesis.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1989): El espectáculo informativo, Madrid, Akal.
- KLEIN, D (2001). “El papel del periodismo de investigación en la sociedad democrática”, Sala de Prensa nº 29, (<http://www.saladeprensa.org>), marzo de 2001, Año III, Vol. 2.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1997): El ocaso del periodismo, Barcelona, Cims.
- PRADO, E. (1992): “Tendencias internacionales de programación televisiva”, Telos nº 31, Fundesco, Madrid.
- PRADO, E. (2002): “Televisión en la era digital: homogeneización versus diversidad”, Telos nº 51. Madrid.
- PRADO, E., HUERTAS, A. y PERANO, J. J. (1992): “España: nuevos modelos de programación”, Telos nº 31, Cuaderno Central. Fundesco, Madrid.



CEU

Biblioteca

Universidad Cardenal Herrera

- PRADO, E., DELGADO, M., GARCÍA, N., HUERTAS, A., LLARÉGOLA, G y PERANO, J. J. (1997): “El fenómeno infoshow: la realidad está ahí fuera”, Revista CAV1, Universidad Complutense de Madrid. (http://www.ucm.es/info/cavp1/CAVP1/publicaciones/area6_197.htm).
- REYES, G (1998): “Intersticios del periodismo de investigación, Sala de Prensa 1998, Año II, Vol. 1 (<http://www.saladeprensa.org>).
- SALÓ, G.: (2003): ¿Qué es eso del formato?, Gedisa, Barcelona.

* M^a Teresa Mercado Sáez es profesora de Comunicación e Información Escrita I y II en el Departamento de Comunicación e Información Periodística de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad Cardenal Herrera- CEU. Esta comunicación fue presentada en el Foro de Investigación en Comunicación (La Comunicación: Nuevos discursos y perspectivas), celebrado en Madrid del 24 al 26 de noviembre de 2003, y fue remitida por la autora como su primera colaboración para SdP.