

Marta Redondo García
Universidad de Valladolid
Valladolid (España)

marta.redondo@hmca.uva.es

RECIBIDO / RECEIVED

11 de junio de 2013

ACEPTADO / ACCEPTED

18 de junio de 2013

PÁGINAS / PAGES

De la 187 a la 198

ISSN: 1885-365X

El necesario debate ético sobre las técnicas de obtención de información en televisión: cámara oculta y sensacionalismo

The need for ethical reflection on newsgathering techniques on television: hidden camera and sensationalism

El artículo aborda la necesidad de profundizar en el estudio de las técnicas de obtención de información como mecanismos que contribuyen a la “espectacularización” de la realidad, especialmente en el medio televisivo. Analiza la cámara oculta como fórmula de acopio de información que implica graves riesgos éticos, entre ellos: su carácter inculpatario, el planteamiento maniqueo o la participación del periodista como motor de la acción. Finalmente realiza un análisis de contenido de dos de los reportajes realizados con cámara oculta en uno de los programas que con más asiduidad emplea esta técnica, *Diario D* de la cadena Cuatro.

PALABRAS CLAVE: sensacionalismo, ética periodística, televisión, cámara oculta, técnicas de obtención de información.

The article discusses the need to deepen the study of newsgathering techniques as mechanisms that contribute to make reality spectacular, especially on television. It also analyzes hidden camera as a newsgathering method that implies serious ethical risks. Among them are: its accusatory character, its Manichean approach or the journalists' active role in action. It finally performs a content analysis of two of the reports recorded with hidden camera in one of the programs that uses this technique more regularly, *Diario D* on channel Cuatro.

KEY WORDS: sensationalism, journalism ethics, television, hidden camera, newsgathering techniques.

1. La idea de una filosofía concreta

Los periodistas son responsables del producto informativo que hacen público a través de los medios de comunicación pero también de los métodos que emplean para obtener el material con el que lo construyen. Por eso, a la hora de analizar el discurso de los medios, además de prestar atención al resultado de la labor periodística, la noticia elaborada y difundida, resulta imprescindible abordar las técnicas utilizadas para lograr los componentes que luego articularán el texto periodístico, los métodos que los teóricos anglosajones han denominado de *newsgathering*.

El presente artículo se centra en analizar una de las técnicas más controvertidas: la cámara oculta y su utilización en programas de corte sensacionalista. Porque, no sólo la elección del tema, el tratamiento que se le otorga, el lenguaje utilizado y su promoción pueden tomar una deriva sensacionalista, también asumen ese sesgo determinados mecanismos empleados por los informadores para la obtención de noticias. Yendo más lejos, determinadas fórmulas de obtención de información, se emplean “a sabiendas” de que el resultado logrado gracias a ellas será más impactante que si se utilizasen métodos distintos con el mismo objetivo.

2. Metodología

En una primera fase la investigación realiza un análisis conceptual y descriptivo de las principales cuestiones éticas que afectan a las técnicas de obtención de información con el objetivo de conocer el estado de la cuestión y detectar los posibles abusos que pueden derivar de un mensaje sensacionalista. Posteriormente indaga en las causas que han propiciado el oscurantismo de la profesión periodística respecto a las técnicas de *news-gathering* que, en muy escasas ocasiones, son objeto de atención o análisis por parte de los profesionales de la información. Finalmente aborda una de las técnicas que se pueden considerar más controvertidas en cuanto a su utilización en el mensaje televisivo: la cámara oculta, aportando un estudio de caso con el fin de comprobar en la práctica periodística cómo esta fórmula pueden afectar al mensaje y derivar en una información sensacionalista. Para ello se analizan dos reportajes emitidos en la última temporada del programa *Diario D* de la cadena Cuatro, aplicándoles las variables fijadas en el análisis teórico y comprobando su grado de cumplimiento.

3. La ética de los medios y los fines

La ética señala que los métodos empleados para lograr un fin determinan sustancialmente la naturaleza de los fines obtenidos. No se pueden emplear medios perversos para alcanzar un objetivo lícito. Siguiendo ese razonamiento, obtener una información valiosa o demandada no puede excusar el empleo de técnicas de obtención rechazables.

Este principio ético no es compartido de forma unánime por la profesión periodística. En la práctica, se comprueba cómo la utilización de métodos “dudosos” de obtención de información se justifica o no dependiendo del tipo de información que se persiga. Este argumento defendería una deontología maleable que se adapta al caso concreto. Sin embargo, cada vez son más las voces que entienden que toda ética debe ser universal, debe componerse de principios fijos, inmóviles para resultar verdaderamente útil como guía moral de actuación. Bonete Perales (1999: 54) recoge este espíritu:

“El utilitarismo representa una ilícita introducción de factores externos en el ámbito de la moralidad: el cálculo cualitativo de ventajas, de consecuencias, de resultados o el cálculo cuantitativo de mayor número de individuos, de los más elevados beneficios económicos... En el fondo el teleologismo desvirtúa la fuente de la obligatoriedad de los imperativos morales e impide su universalidad”.

El análisis de la cuestión se complica puesto que, en el caso del sensacionalismo informativo, el fin último es generar un escándalo en la opinión pública. La licitud de la noticia se mide por la audiencia conseguida o los comentarios provocados, es decir, en términos

de rentabilidad económica o publicitaria para el medio de comunicación y no en términos de trascendencia porque el asunto abordado afecte a un gran número de personas o su desvelamiento beneficie a muchas.

Pese a la importancia de la cuestión, hay poca teoría y bastante más casuística acerca de las fórmulas válidas de acopio de información. La profesión reacciona *a posteriori* analizando el producto periodístico concreto ya difundido para determinar si un artículo o reportaje resulta admisible éticamente. Esta circunstancia es especialmente destacable en el mensaje audiovisual donde, de forma habitual, se emplean métodos intrusivos para obtener noticias. La toma de imágenes a gran distancia mediante potentes zooms, la cámara oculta, la mentira del periodista en torno a su identidad, el acoso a ciertas “víctimas” que son perseguidas sistemáticamente, el engaño a través del montaje, incluso el chantaje de hacer público cierto material si no se concede una entrevista o se admite ser fotografiado son prácticas que se evidencian como frecuentes pese a su dudosa legitimidad.

4. Fórmulas de obtención de información. Razones de su desconocimiento

Las fórmulas de obtención de información son numerosas y muchas no han sido clasificadas ni estudiadas académicamente. De hecho, a pesar de su importancia, no existe un registro de métodos de recopilación de noticias y datos.

A los métodos clásicos: la observación directa de la realidad, la entrevista a las fuentes o la búsqueda, comprobación y confrontación de documentación, se añaden otras que, en ocasiones, responden a estrategias personales de cada profesional. Muchas de ellas pertenecen al ámbito privado del periodista que, para conseguir información, utilizará desde su capacidad de seducción o su insistencia, su agenda, sus amistades personales e incluso presiones a posibles contactos o a determinados confidentes, de forma que le proporcionen los datos que precisa.

La dificultad del análisis de los métodos de obtención de información radica en que los medios no suelen ser transparentes a la hora de reconocer y exhibir sus técnicas de trabajo. La labor de acopio de información pertenece a las “bambalinas” del oficio y permanece oculta a la opinión pública que, obviamente, se concentra en consumir el resultado de ese esfuerzo profesional: la información difundida.

Tampoco el periodista, como principal altavoz de los temas de interés público, suele mirarse a sí mismo como objeto de atención informativa. Está más concentrado en elaborar la noticia que proporciona a los receptores que en analizar y desvelar sus formas de obtenerla. Al constatar la desatención de los periodistas por explicar sus técnicas profesionales, no queremos que se deduzca de ello un afán deliberado de ocultación, aunque esa intención existirá en determinadas ocasiones, sino tan sólo la focalización de su objetivo en la noticia y no en la exposición de sus métodos. Por ello, la labor periodística no se abre habitualmente al escrutinio público sobre sus usos y formas de operar; solamente la investigación y las demandas judiciales o las eventuales reclamaciones que reciben los escasos organismos de vigilancia de la ética periodística existentes en nuestro país revelan las técnicas empleadas en la obtención y procesamiento de la información. De hecho, exclusivamente los tribunales pueden forzar esa labor de indagación -cuando media una denuncia- para desvelar cómo se consiguieron determinados materiales aunque en muchas ocasiones, incluso en este caso, el secreto profesional ampare el silencio del periodista respecto a ciertos detalles del andamiaje de su oficio.

En el ámbito académico, hay que lamentar el hecho de que no se haya realizado en

España un estudio en profundidad acerca de los métodos de obtención que los periodistas están dispuestos a emplear similar al realizado por Weaver y Wilhoit en Estados Unidos. A su *Retrato de la gente de la prensa y su oficio* publicado en 1986, le siguió una revisión de los parámetros obtenidos a la luz de las nuevas tendencias profesionales seguidas una década después. Según su estudio, desde 1982 a 1992 se incrementó considerablemente el porcentaje de profesionales que se mostraban dispuestos a utilizar métodos de dudosa honorabilidad con el fin de obtener información, un incremento que Weaver (1999: 228) achaca a la “presión competitiva entre los medios por conseguir primicias e historias cargadas de dramatismo con las que derrotar a la competencia”. Entre las técnicas de *newsgathering* que Weaver y Wilhoit ponían de manifiesto, se encontraban: la obtención de cartas y fotografías personales sin permiso de los afectados, la utilización de documentos empresariales o gubernamentales sin autorización, la ocultación de micrófonos y cámaras para grabar declaraciones, la infiltración del periodista como empleado dentro una institución o empresa para conseguir información reservada desde dentro o el pago a cambio de obtener una información. Paradójicamente, los profesionales que se mostraron más proclives al empleo de estas tácticas eran los periodistas más jóvenes y, por tanto, los que mejor formación habían recibido, lo que hacía concluir a los investigadores que el incremento de años de formación no se correspondía necesariamente con una mayor sensibilidad ética.

5. Lo que dicta la ley y lo que aconseja la deontología

A pesar de la falta de estudios pormenorizados sobre las distintas técnicas de *newsgathering*, sí que se encuentran referencias y límites a la actuación de los periodistas, tanto en la ley como en determinados códigos éticos.

La Ley de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar, y a la propia imagen que desarrolla la consideración constitucional de estos derechos como derechos fundamentales, concluye que distintas técnicas de obtención de información resultan ilícitas y detalla las siguientes: el emplazamiento y utilización de cualquier aparato que sirva para grabar y reproducir la vida íntima de las personas, sus manifestaciones privadas o sus cartas; la divulgación de hechos relativos a la vida privada de una persona o familia que puedan afectar a su reputación y su buen nombre; la revelación o publicación del contenido de cartas, memorias u otros escritos personales de carácter íntimo; la revelación de datos privados de una persona o familia conocidos a través de la actividad profesional u oficial de quien los revela; la captación, reproducción o publicación de la imagen de una persona en lugares o momentos de su vida privada (a excepción de las personas que ejerzan un cargo público) y, por último, la utilización del nombre, de la voz o de la imagen de una persona para fines publicitarios, comerciales o de naturaleza análoga¹. La ley tan sólo contempla dos excepciones a la intromisión ilegítima: no se aprecia su existencia cuando esté expresamente autorizada por ley o cuando el titular del derecho otorgue su consentimiento expreso.

No sólo la ley castiga el empleo de determinados métodos para conseguir información, también los códigos deontológicos, libros de estilo y demás documentos de autorregulación periodística, abordan los mecanismos de acopio de información y lo hacen para censurar determinadas prácticas. De hecho, la mayoría insiste en la necesidad de que estos métodos sean lícitos. Sin embargo, buena parte de los tratados se limita a ofrecer una recomendación genérica sin explicitar cuáles entrarían dentro de esta categoría y cuáles quedarían fuera, y en qué casos; dejando la decisión al criterio del profesional o el medio.

La Resolución 1.003 sobre ética del periodismo del Consejo de Europa, en su punto 25 señala: “En el ejercicio de la profesión periodística, el fin no justifica los medios y, por tanto, la información debe obtenerse por medios legales y éticos”. Por tanto, se apela a la legalidad y a la ética pero no existe una ulterior clasificación de esos medios para ayudar a diferenciar los admisibles de los que no lo son.

Los documentos de autorregulación españoles atienden a similar recomendación sin entrar en consideraciones más profundas. El Código Deontológico de la profesión periodística de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE) señala: “En el desempeño de sus obligaciones profesionales, el periodista deberá utilizar métodos dignos para obtener la información, lo que excluye los procedimientos ilícitos”. Nuevamente, la recomendación se queda en el adjetivo y la referencia a la ley porque no se detalla qué procedimientos son indebidos.

El Código deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña, a la hora de pormenorizar los criterios de actuación, recomienda “utilizar métodos dignos para obtener información o imágenes sin recurrir a procedimientos ilícitos”. En esta ocasión, el reglamento sí concreta algunas de las actuaciones que se consideran exigibles en periodismo. Recoge la obligación del periodista de respetar el *off the record* cuando éste haya sido expresamente invocado y reconoce el derecho de las personas individuales y/o jurídicas a no proporcionar información ni responder preguntas; un reconocimiento que deslegitima el acoso periodístico en la obtención de noticias y que se complementaría con el punto noveno que recomienda: “respetar el derecho de las personas a su propia intimidad e imagen, especialmente en casos o acontecimientos que generen situaciones de aflicción o dolor, evitando la intromisión gratuita y las especulaciones innecesarias sobre sus sentimientos y circunstancias, especialmente cuando las personas afectadas lo expliciten”.

A la vista de la imprecisión de los códigos éticos entendemos necesaria una mayor profundización en los riesgos que representa la utilización de determinadas técnicas de obtención de información, especialmente abundantes en el mensaje sensacionalista. Por eso, deseamos en esta aportación realizar un análisis de una de las potencialmente más perjudiciales: la cámara oculta.

6. Cámara oculta, una técnica sensacionalista de obtención de información

La cámara oculta es un recurso utilizado para grabar a las personas sin su conocimiento y, por tanto, sin su consentimiento. Es una técnica muy utilizada en la televisión sensacionalista que así consigue imágenes y declaraciones imposibles de obtener mediante otros mecanismos. En la mayoría de las ocasiones, el periodista logra, además, las grabaciones mediante un engaño añadido, ocultando su profesión y su verdadera intención, de forma que el entrevistado desconozca, tanto la identidad de su interlocutor, como el hecho de que sus palabras y acciones serán difundidas a través de un medio de comunicación.

La cámara oculta se emplea eminentemente para descubrir irregularidades, poner en evidencia a determinados personajes o grabarles cometiendo una ilegalidad o corruptela. En esa capacidad de desvelamiento reside, precisamente, la gran atracción que este mecanismo de obtención de información logra sobre la audiencia; se la invita a presenciar realidades que desean ser ocultadas.

Los reportajes realizados con cámara oculta reúnen, habitualmente, una serie de características que dotan a lo grabado de una naturaleza intrínsecamente deshonestas:

- La persona que protagoniza el reportaje desconoce que está siendo grabada, lo cual resulta abusivo y, normalmente, atentatorio contra sus derechos. Cualquiera se comportaría de forma distinta si está en un ámbito de confianza -sea personal o profesional- que si sabe que sus opiniones y declaraciones adquirirán una relevancia pública. Desde ese punto de vista, cualquier declaración hecha a cámara oculta, se podría interpretar como un *off the record*, puesto que se enmarca dentro de un ámbito de privacidad e incluso confidencialidad.

- Al ignorar la persona el mecanismo de grabación, se le hurta cualquier oportunidad de defensa. En muchas ocasiones, el protagonista es consciente de que la grabación se ha producido únicamente *a posteriori*, cuando el resultado del trabajo periodístico es difundido y, por tanto, cuando su comportamiento es exhibido ante la opinión pública.

- El reportaje con cámara oculta a menudo está montado sobre un planteamiento maniqueo y simplificador. La utilización de este método ya indica que el protagonista de la información es alguien ruin que, por tanto, no merece que con él se empleen técnicas tradicionales de obtención de información, como la entrevista de un periodista que se identifica como tal para obtener los datos que precisa.

- El periodista adquiere un protagonismo indeseable en la historia dado que actúa como “gancho”, haciéndose pasar por otra persona, simulando una profesión distinta, entrando en contacto con el personaje y ganándose su confianza, por tanto interviniendo como elemento provocador.

- La cámara oculta puede falsear la realidad. Si cualquiera es grabado durante varios días de forma inopinada es probable que se obtenga material suficiente para perjudicar su reputación e imagen. Gestos, comentarios, ademanes bien escogidos y editados podrían llevar al espectador a falsas conclusiones. Así lo constataba el *Washington Times* en un editorial publicado en 1993:

“Insinuar la culpabilidad es fácil cuando se cuenta con una cámara oculta. Ponga una de esas cámaras diminutas en una maleta, dépositela a la altura de la rodilla en la misión de la madre Teresa de Calcuta y el material obtenido tendrá un aire de corrupción indudable. La cámara oculta produce el equivalente en imágenes a la pregunta tramposa ¿Aún sigue maltratando a su mujer?”

- Algunos programas de cámara oculta completan la emisión del reportaje con un debate en el que diversos expertos o pseudo-expertos comentan las imágenes y sacan conclusiones. Según M^a Teresa Mercado Sáez (2005), fue en el año 2002 cuando comenzó a emitirse en España esta fórmula híbrida entre reportaje y debate que se incluye dentro del macrogénero del *infoshow*. El complemento de la discusión en el plató, contribuye a sugerir nuevas interpretaciones, a menudo polémicas, a los documentos obtenidos. De hecho, muchos de los invitados a este tipo de programas son lo que Mercado denomina “polemistas profesionales”, expertos en encontrar los aspectos más sensacionalistas de la realidad y realizar las observaciones más extremas. Su nómina resulta extensa y bien conocida por los espectadores, dada la asiduidad de sus intervenciones y su capacidad para participar en programas diversos. Así, a la dudosa legitimidad de la información obtenida a través de cámara oculta, se une el tratamiento que se le da cuando se acompaña de un debate, en el que personajes populares, periodistas y “opinadores” se dedican a intensificar el efecto del material conseguido

7. La utilización de cámara oculta en el programa *Diario D* de la cadena Cuatro

Aunque la sentencia 12/2012 del Tribunal Constitucional condenando la utilización de la

cámara oculta como técnica de investigación periodística ha restado legitimidad al empleo de este método, lo cierto es que ha seguido siendo uno de los instrumentos de obtención de información en algunos programas de gran audiencia: *Diario D* (Cuatro), *Equipo de Investigación* (Antena 3) *Sálvame* (Telecinco) y en algunos magazines matutinos como *Espejo Público* (Antena 3), entre otros. Algo que se explica, en buena medida, porque ese mecanismo incrementa el valor de la grabación en clave sensacionalista. Como señala Gubern (2002): “la espectacularidad del método contribuye a alterar la jerarquía de lo noticioso. Es más noticia simplemente por cómo se ha obtenido, aunque el contenido sea el mismo”.

En esta aportación queremos analizar el uso de la cámara oculta en uno de los espacios que más asiduamente la ha empleado: *Diario D* y explorar la forma en que esta técnica puede actuar en contra de la ética periodística.

Diario D es un programa de reportajes que investiga las denuncias de carácter social, económico, laboral, sanitario, etc. que realizan personas anónimas. El espacio se emitió en Telecinco desde mayo de 2004 hasta diciembre de 2010 cuando pasó a emitirse en Cuatro tras la fusión de las dos cadenas. En enero de 2013 desapareció de la parrilla aunque la cadena sigue ofreciéndolo en *streaming* en su página web. Ha regresado a las pantallas televisivas en mayo bajo el título: *Diario D... a pie de calle*.

Las señas características del programa que se define como de investigación periodística son:

- La importancia que cobra su presentadora Mercedes Milá², una periodista veterana de la televisión en España que aborda la investigación en primera persona: es ella quien protagoniza todas las entradillas del programa, introduce la voz en *off* y realiza buena parte de las entrevistas que se emiten. De la importancia de su figura en el espacio da cuenta la página web que la presenta del siguiente modo: “Mercedes Milá: dura e inquisitiva. No soporta las injusticias”. Y anima a los usuarios a realizar una denuncia apoyándose en su credibilidad: “Tú denuncia, Mercedes Milá responde. Tenemos un compromiso contigo y el equipo de *Diario D* responde. ¡Palabra de Mercedes Milá!”

- La utilización de la cámara oculta que ha sido una de las herramientas básicas para la obtención de grabaciones en la realización de sus reportajes a lo largo de la historia del programa.

A la hora de realizar un análisis de contenido de los reportajes grabados con cámara oculta en este espacio, se seleccionó la Temporada 11, la más reciente, eligiendo de entre los cinco promocionados en la página web de la cadena³, aquellos que habían sido grabados por los redactores de *Diario D* y no ofrecidos al programa por los propios denunciantes.

Con el fin de detectar aquellos elementos susceptibles de suponer un elemento contrario a la ética, aplicaremos las variables anteriormente expuestas y que quedan reflejadas en la Tabla I.

* TABLA I | Variables contrarias a la ética de la cámara oculta

1. Carácter inculpatório (presunción de culpabilidad)
2. Planteamiento maniqueísta
3. Periodista inductor
4. Situación artificial diseñada para el reportaje
5. Edición sesgada
6. Ausencia de entrevista posterior a las personas grabadas
7. Posibilidad de haber utilizado métodos menos intrusivos

Fuente: Elaboración propia

7.1. “Vandalismo sindical”

El reportaje titulado “Vandalismo sindical” se emitió en la cadena Cuatro dentro del programa 119 de la temporada 11. Recoge la denuncia de los dueños de una pizzería que, tras haber despedido a dos trabajadores, sufren las protestas y pintadas del sindicato CNT-Joaquín Costa que exige una indemnización y el abono de los pagos adeudados a los ex empleados.

Los materiales con los que se construye el reportaje son:

- Entrevistas a los propietarios que explican varios de los episodios que han sufrido y cuentan la situación de incomodidad que les causan.
- Imágenes de recurso de carteles y pintadas que el sindicato ha realizado para reclamar el pago de la indemnización a los despedidos.
- Grabación de una de las manifestaciones del sindicato realizadas a las puertas del establecimiento.
- Grabación realizada con cámara oculta por un miembro del equipo del programa que registra la reunión entre los dueños de la pizzería y dos integrantes del sindicato.

Veamos cuáles de las variables señaladas se cumplen en este caso:

1. El carácter inculpatario de la utilización de la cámara oculta deriva del mismo planteamiento del programa: la labor informativa de *Diario D* se concentra en certificar la situación denunciada por el ciudadano y jamás pone en duda la verosimilitud de la acusación. Además, en este caso, se evidencia también en la presentación del reportaje donde se asegura que el sindicato tiene “actitudes mafiosas” y que “extorsiona, amenaza, presiona a unos pequeños empresarios que tienen una pizzería de barrio”.

2. El planteamiento maniqueo del reportaje se deriva de las distintas intervenciones de la presentadora en las que Milá señala:

“Estas pintadas y destrozos (se refiere a las imágenes que cubren la voz en *off*) llevan la marca de un sindicato. Miembros de esta organización llevan semanas boicoteando salvajemente a los dueños de un pequeño negocio cuyo único delito ha sido despedir a dos empleados que trabajaban solo unas horas a la semana”.

La adjetivación empleada contrapone el salvajismo de la organización con la situación de debilidad (“pequeño negocio”) de los empresarios, restando legitimidad a la demanda de los trabajadores por el hecho de haber estado empleados únicamente unas horas semanales.

A pesar de que se señala que el único delito cometido por los empresarios es haber despedido a los dos empleados, de la conversación grabada con cámara oculta se desprende que pagaban a los trabajadores por debajo del salario establecido en convenio y que les adeudaban cantidades de varios miles de euros en concepto de abono de horas extras. Sin embargo en ningún caso estos extremos son reseñados en el reportaje.

3. Respecto a la participación de la periodista que actúa encubierta, en el reportaje se limita a acompañar a los propietarios y a registrar la conversación sin intervenir en ella.

4. Tampoco se da una situación artificial generada para el reportaje puesto que se señala que reuniones similares con los mismos protagonistas habían tenido lugar previamente.

5. La edición del material grabado resulta evidente puesto que se introducen *flashes* y cortes para enlazar los planos elegidos, y se parcelan los fragmentos de la conversación. Es imposible conocer el contenido de los fragmentos desechados en la edición final.

6. Los miembros del sindicato no aportan su versión sobre los acontecimientos tras la grabación con cámara oculta y no se menciona que ese ofrecimiento haya sido rechazado por ellos como sí sucede en otros reportajes de *Diario D*.

7. En cuanto a la posibilidad de haber obtenido el material con cámara oculta mediante otros métodos, dada la relación habitual de los sindicatos con los medios de comunicación, es probable que éstos hubieran accedido a responder las preguntas del periodista en una entrevista convencional y hubieran planteado los abusos que los propietarios habían realizado con respecto a los trabajadores despedidos.

7.2. “En esta tienda de ropa se vende cocaína”

El reportaje emitido en el programa 125 de la Temporada 11 se hace eco de la denuncia de un joven que asegura que fue testigo de cómo en un comercio textil del centro de Madrid se vendían estupefacientes.

Los materiales con los que se construye el reportaje son:

- Testimonio del denunciante donde explica la escena de venta de droga que se encontró en la tienda.
- La grabación con cámara oculta realizada a lo largo de varios días que registra cómo una colaboradora del programa entra en la tienda a encargar distintas cantidades de cocaína.

A la hora de analizar las variables definidas para medir su licitud ética comprobamos lo siguiente:

1. La presunción de inocencia no se guarda. Desde la presentación se señala que en el comercio se vende droga, es más, que la tienda es una tapadera para la venta de estupefacientes. Según indica la voz en *off* de la presentadora: “En el centro de Madrid la video vigilancia ha hecho que algunos vendan la droga en las tiendas (...) Nosotros lo hemos comprobado” y asegura que la dueña de la tienda “utiliza su tienda de ropa para captar clientes”.

2. No existe un planteamiento maniqueo puesto que no existen versiones enfrentadas de una realidad sino que se trata de poner en evidencia la comisión de un delito.

3. Respecto a la función del periodista, la “colaboradora del programa” urde un engaño para conseguir que la fuente cometa la irregularidad que posteriormente denuncia. Este hecho afecta a la legitimidad del material obtenido y a la propia credibilidad del informador porque, como señala Quintana (2006: 74), “nosotros, que empezamos mintiendo (aunque fuese ‘por una buena causa’) seremos en justicia los menos indicados para reprochar a otros sus mentiras”.

4. También se cumple la variable de situación artificial diseñada para ilustrar el reportaje. Aunque una escena similar se había producido en el pasado, a la luz de la denuncia del ciudadano anónimo, tanto las circunstancias como las cantidades de droga encargadas (25 gramos) son definidas por el programa. Además, aunque la locución reitera en varias ocasiones que el verdadero negocio de la tienda es la venta de droga y la ropa sólo es la tapadera, de la grabación se extraen conclusiones distintas: el dependiente sólo afirma haber comprado droga para sí mismo con ocasión de la visita de amigos: “A veces le he cogido para unos colegas de Cádiz”; “Yo muchas veces le he cogido cuando han venido mis amigos de Cádiz”. E incluso insta a la periodista encubierta a que acuda a la cita para recoger la cocaína porque de otro modo le pondrá en un compromiso: “No me vayas a dejar tirado; no me vaya a ver yo con diez gramos y sin saber qué hacer”. De lo que se deduce que se trata más una venta eventual y a personas conocidas que un negocio abierto al público.

El texto señala que el comercio se dedica a la venta de “cantidades importantes de droga” pero lo cierto es que cuando la reportera encarga 25 gramos, el dependiente sólo lleva al encuentro 10 gramos. La cita para la entrega se realiza fuera del establecimiento y cuando acude el dependiente es detenido por la policía.

5. La selección del material se deduce de la edición de los brutos. Es de suponer que en el montaje final se dé prioridad a los testimonios donde están más claros los argumentos que sustenta el reportaje, sin embargo, incluso así, hay declaraciones que suavizan y minimizan el resultado.

6. El reportaje no da opción a la defensa. No se contacta posteriormente ni con los propietarios ni con el resto de dependientes del establecimiento para que puedan argumentar a su favor o poner los hechos en su justo término.

7. Dado el carácter delictivo de la situación grabada parece improbable que se hubiera conseguido el material por otros medios, pero sí se podía haber abordado el tema del tráfico de droga en la calle Montera entrevistando a dependientes y vecinos para verificar si esa situación es tan habitual como se señala en las entradillas del programa. La cámara oculta no es un complemento del reportaje sino que todo el material se consigue mediante este método. Por tanto, su uso es la justificación de todo el trabajo periodístico y lo es, precisamente, por la espectacularidad del mecanismo de obtención de información.


8. Conclusiones

La utilización de cámara oculta supone inevitablemente una injerencia que violenta el derecho que tiene cualquier persona de saber que le están grabando y que esa grabación tendrá una difusión pública.

La utilización de cámara oculta contribuye a teñir de sospecha el material con ella logrado y, por tanto, a incrementar su valor espectacular en clave sensacionalista. El ingrediente inculpatario que introduce en la información ha de ser tenido en cuenta por el periodista cuando opta por este mecanismo y no otro para lograr una noticia.

La cámara oculta nos lleva a cuestionar la licitud de una información que se ha conseguido mediante el engaño. Utilizar la trampa en la realización de un trabajo periodístico acaba por afectar a la información obtenida y pone en duda la legitimidad pública del reportero que hace uso de ese recurso.

A menudo, la misma metodología del reportaje realizado con cámara oculta impide la objetividad al buscar la prueba del hecho denunciado. El reportero se aleja del rigor para tomar partido a favor de la versión más escandalosa de unos hechos que contribuye a cometer.

Los temas abordados utilizando la cámara oculta se podrían cubrir mediante otros métodos menos agresivos. Interpretamos que si la cámara oculta se utiliza es porque el resultado de la grabación resulta más espectacular y atrayente para los espectadores a quienes se invita a ser testigos un acto cuyos protagonistas no quisieran ver difundido. 

Notas al pie

¹ Interpretando este último punto en clave mediática, habría que incluir en este apartado aquellas autopromociones habituales en la programación televisiva. Se da la paradoja de que la imagen y las declaraciones de un personaje conseguidas mediante técnicas intrusivas y que atentan contra su buen nombre, son utilizadas como promociones de programas que redundarán en perjudicarlo y afectar a su intimidad. Así, el personaje contribuye, indeseadamente, a hacer promoción del producto que le degrada.

² *Diario D...a pié de calle* ha dejado de contar con la periodista, concentrada en el programa *Gran Hermano*, y son los denunciantes particulares quienes exponen las distintas situaciones que se abordan.

³ <http://www.cuatro.com/diario-de/>. Consultada el 25 de febrero de 2013.

El necesario debate ético sobre las técnicas de obtención de información en televisión: cámara oculta y sensacionalismo

Marta Redondo García

Bibliografía / Bibliography

- BONETE PERALES, Enrique (Ed.). *Ética de la comunicación audiovisual. Materiales para una ética mediática*. Madrid: Tecnos, 1999.
- COLEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA. *Código deontológico del Colegi de Periodistes de Catalunya* [en línea] [Consulta: 5 de junio de 2009]. <<http://www.periodistes.org/ca/home/documentacio/cataleg-en-linia.html>>
- FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PERIODISTAS DE ESPAÑA. *Código Deontológico de la profesión periodística de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España* (FAPE) [en línea] [Consulta: 15 de mayo de 2012]. <<http://www.fape.es/codigo-deontologico.htm>>
- GUBERN, Roman y ESPADA, Arcadi (2002). "Hay subproductos periodísticos que fabrican la realidad. Debate sobre los medios de comunicación entre Román Gubern y Arcadi Espada". *El País*. Abril 7, 2002. [en línea] [Consulta: 12 de octubre de 2012]. <http://elpais.com/diario/2002/04/07/domingo/1018151561_850215.html>
- MERCADO, M^a Teresa. "El infoshow con cámara oculta: ¿investigación periodística o espectáculo?". *Sala de Prensa*. 2005, n^o 3.
- QUINTANA, Miguel Ángel. "Cámaras ocultas y ética periodística: ¿una pareja mal avenida?". *Cuadernos de Periodistas*. 2006, n^o 8, pp. 69-79.
- TRIBUNAL CONSTITUCIONAL. *Sentencia 12/2012*. [en línea] [Consulta: 12 de octubre de 2012]. <<http://www.tribunalconstitucional.es/es/jurisprudencia/paginas/Sentencias.aspx>>
- WEAVER, David y WILHOIT, Cleveland. *The American Journalist: a Portrait of U.S. News People and their Work*. Bloomington: Indiana University Press, 1986.
- WEAVER, David y WILHOIT, Cleveland. *The American journalist in the 1990's. News people and the End of an Era*. Mahwah: Erbaum, 1996.
- WEAVER, David. "Periodismo y nuevas tecnologías: Perfiles de los periodistas del siglo XXI". *Cuadernos de Información y Comunicación CIC*. 1999, n^o 4, pp. 219-229.