



**Universidad
de La Laguna**

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Periodismo

**Intrusismo laboral en la televisión en España:
Mediaset y Atresmedia**

Alumnos: Elia González Pérez y Adrián Tarife Afonso

Tutora: Dra. Milena Trenta

Curso académico

2020/2021

Resumen

El intrusismo laboral supone una pérdida de oportunidades para los periodistas titulados y pone en riesgo la credibilidad de la profesión. En esta investigación se pretende analizar los efectos del intrusismo laboral en las televisiones de Mediaset y Atresmedia en España y obtener una tendencia sobre el tipo de programas que son más susceptibles al intrusismo, así como conocer la visión de los telespectadores como consumidores de información televisiva. Se ha realizado un exhaustivo trabajo de campo (revisión bibliográfica, análisis de programas y entrevista) y se han volcado las opiniones de una muestra de la ciudadanía en una encuesta que ha sido estudiada. El resultado muestra que las emisiones de Telecinco presentan un mayor grado de intrusismo con respecto a las de Antena 3 y La Sexta, las cuales son más informativas.

Palabras clave: intrusismo, periodismo, televisión, Mediaset, Atresmedia, Telecinco, La Sexta, Antena 3

Abstract

Labor intrusion means a loss of opportunities for certified journalists, which therefore, jeopardizes the profession's reputation. The aim of this study is to examine the effects of labor intrusion on two Spanish televisions, Mediaset and Atresmedia, and determine a pattern on the types of programs that are more vulnerable to intrusion, as well as learn about viewers' perspectives as consumers of such television information. A thorough field investigation was conducted (bibliographic review, program analysis and interview), and the opinions of a random sample of people were collected on a survey that was later analyzed. The findings reveal that Telecinco's broadcasts are more intrusive than those of Antena 3 and La Sexta, which are more informative.

Keywords: intrusion, journalism, television, Mediaset, Atresmedia, Telecinco, La Sexta, Antena 3

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. OBJETIVOS, PREGUNTAS E HIPÓTESIS	3
3. MARCO TEÓRICO	3
4. METODOLOGÍA	10
5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	13
5.1. ANÁLISIS DE LAS FICHAS	13
5.1.1. <i>‘El programa de Ana Rosa’ vs. ‘Espejo Público’</i>	14
5.1.2. <i>‘Al rojo vivo’ vs. ‘Ya es mediodía’</i>	16
5.1.3. <i>‘Sálvame’ vs. ‘Más vale tarde’</i>	19
5.2. ENCUESTA	22
5.3. ENTREVISTA	26
6. CONCLUSIONES	27
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	29
8. ANEXO	32

1. Introducción

El intrusismo laboral en el Periodismo puede cuestionar la credibilidad de la profesión. Según la Red de Colegios Profesionales de Periodistas (Colegiosperiodistas, s. f.), las administraciones públicas deben ser un ejemplo en la lucha contra el intrusismo laboral y asumir el deber de que las personas que ejercen funciones de comunicación y/o informaciones propias de la actividad periodística deben contar con la titulación universitaria oficial.

Para Ramón Salaverría (2019) la aparición de blogs incorporó la voz de los ciudadanos a la comunicación pública en general y al propio periodismo. Los medios, desde largo tiempo atrás, habían abierto tímidamente las puertas a los ciudadanos con las cartas al director. Surgió de repente una división: el periodismo profesional y los contenidos publicados por los ciudadanos. A mediados del 2000 se popularizó el llamado periodismo ciudadano. «En expresión de Manuel Castells, se estaba pasando de la comunicación de masas a una *mass self-communication*» (Salaverría, 2019:6). En este sentido, Luis Palacio (2019), director de la decimosexta edición del Informe de la Profesión Periodística, editado por la Asociación de Prensa de Madrid (APM), afirma que el Periodismo se enfrenta a la redefinición de su papel en un mundo que ya es prácticamente digital. Con la revolución tecnológica cualquier persona puede crear una página web y generar contenidos y esto tiene como consecuencia el surgimiento de noticias falsas que circulan por la red, por lo que la desinformación constituye uno de los principales problemas del intrusismo laboral después del paro. De hecho, los periodistas encuestados a través de la APM para dicho informe sitúan el origen de la desinformación en «personajes con capacidad de influencia en las redes sociales, seguidos por el ámbito de la política, la publicidad y el mundo de la empresa» (Martín, 2019).

Desde la Federación de Sindicatos de Periodistas (FeSP, 2021) se reivindica la regulación de la profesión con el fin de que se apruebe una ley de comunicación que regule quién es periodista y quién no y qué derechos y obligaciones tienen los *freelances*. Mientras tanto, la FAPE intenta buscar soluciones. El 22 de junio de 2019 se aprobó una medida que establece que no podrán entrar a formar parte de la primera organización profesional de periodistas a nivel nacional quienes no estén en posesión del título de Periodismo, independientemente de que estén ejerciendo como tales. La propuesta entró en vigor el 30 de marzo de 2020 y su objetivo, según Nemesio Rodríguez (2019), presidente de la Federación, es «darle valor al título de periodismo y tratar el problema del intrusismo».

Desde la perspectiva de los autores de este Trabajo de Fin de Grado (TFG), se consideran necesarias dichas propuestas. Son los medios de comunicación los que tienen que estudiar los currículums de sus futuros trabajadores, con el objetivo de conseguir un equipo formado y experimentado en el Periodismo para realizar trabajos de calidad y en consecuencia aumentar su prestigio y credibilidad ante la audiencia.

Teniendo en cuenta que una de las hipótesis de este estudio señala a la televisión como un medio susceptible al intrusismo, la finalidad de la presente investigación es descubrir cómo ha evolucionado el fenómeno en dos de los grupos de comunicación líderes en España en la actualidad (Atresmedia y Mediaset España). Por otro lado, se pretenden entender los efectos que produce en la reputación del Periodismo y en la sociedad. Por ello, se ha elaborado una ficha de análisis para seis programas televisivos: tres de Telecinco ('El programa de Ana Rosa', 'Ya es mediodía' y 'Sálvame'), uno de Antena 3 ('Espejo Público') y dos de La Sexta ('Al rojo vivo' y 'Más vale tarde'). Además, se ha difundido una encuesta de diez preguntas en las redes sociales de cada uno de los creadores de este proyecto, con el objetivo de conocer la perspectiva de una muestra de personas sobre la situación de las televisiones del país. Finalmente, para comprender la visión de un especialista en la materia se ha acudido a la Federación de Asociaciones de Periodista de España (FAPE).

A fin de contextualizar lo que supone el intrusismo en la profesión periodística se han consultado diversas fuentes bibliográficas, entre las que se incluyen obras o artículos de autores de un prestigio incuestionable. De esta manera, se pretende valorar la repercusión del intrusismo en el Periodismo desde múltiples perspectivas. A través del trabajo realizado y los datos recabados por medio de las fuentes documentales y la metodología se puede concluir que el principal motivo del intrusismo laboral en las televisiones es la falta de ética de los programas, que incluyen en sus plantillas de trabajadores a personas sin formación periodística para hablar de temas de interés general. La televisión, por tanto, ha integrado una nueva narrativa en sus emisiones, la de la espectacularización de la realidad, que prima conseguir audiencia por encima de cuidar la reputación del medio.

En términos generales, este TFG es una manera de reivindicar la importancia de realizar un filtrado a la hora de contratar al personal que forma parte de los medios de comunicación en España, para garantizar un ejercicio de la profesión transparente y riguroso.

2. Objetivos, preguntas e hipótesis

Los objetivos de este trabajo son: examinar los efectos que el intrusismo laboral tiene sobre la profesión periodística, esclarecer en qué medida está difundido este fenómeno en la televisión y por qué motivos, conocer la opinión de las personas que consumen televisión y descubrir qué tipo de programas son los más susceptibles al intrusismo.

Las preguntas que marcarán el camino de la investigación serán:

P₁ ¿Es la televisión un medio en el que existe intrusismo?

P₂ ¿Los trabajadores de los programas televisivos son mayormente personas sin formación en Periodismo?

P₃ ¿Cuáles son las emisiones en las que existe mayor intrusismo?

P₄ ¿Qué opinan los telespectadores sobre este fenómeno?

Las hipótesis que darán respuesta a las preguntas planteadas son:

H₁ La televisión es un medio marcado por una fuerte presencia de intrusismo.

H₂ A las televisiones les interesa que sus trabajadores sean personajes conocidos, influyentes y llamativos antes que profesionales de la información titulados y cualificados.

H₃ Los programas de entretenimiento generalmente están presentados y/o acompañados de colaboradores que actúan como periodistas a pesar de no tener titulación.

H₄ Los telespectadores identifican intrusismo en la televisión.

3. Marco teórico

El periodismo ciudadano puede definirse como «la necesidad ciudadana de participar en la construcción de la realidad social» mediante la incorporación de sus opiniones a la información periodística (Chillón, 2010:1). Esta modalidad comprende una subdivisión de dos tipos: el periodismo ciudadano tradicional propuesto por los medios de comunicación, por ejemplo, mediante cartas al director, interpelaciones al defensor del lector, participación en tertulias, o el periodismo cívico contemporáneo ejercido por los propios ciudadanos a través de redes sociales, blogs, foros, etc. (Chillón, 2010).

Davies Merritt (Montoya, 2006:5), considerado por muchos como el padre del *civic journalism*, resume las características fundamentales del periodismo ciudadano:

Incorporar a los periódicos y a los periodistas, junto con sus grupos de lectores, como participantes activos en la vida pública de la sociedad, en vez de actuar pasivamente como meros espectadores; convertir los periódicos en foros de discusión sobre comunidades de interés; atender especialmente a los sucesos, acontecimientos y problemas de la gente ordinaria, que son los que verdaderamente importan e interesan; configurar la opinión pública a través del proceso de discusión y debate establecido entre los miembros de la sociedad; y tratar de servirse del periodismo como de un enlace de reunión, colaboración e intercambio y ensamblaje social entre los ciudadanos (Montoya, 2006:5).

Para Chillón (2010) es fundamental el papel del periodismo ciudadano como acicate para la revitalización de la democracia, pero también «de la propia profesión expuesta continuamente a la crítica de los ciudadanos, recordemos, en buena medida responsables, también, de hacer cambiar las erróneas praxis informativas». Asimismo, hace alusión a que la veracidad y el interés público son dos condiciones legales esenciales para garantizar la libertad de expresión en los estados constitucionales. «Se puede reconocer que ambas condiciones están sometidas a un control democrático, al menos desde el momento en el que los afectados pueden reclamar el amparo constitucional que valorará el nivel de cumplimiento de tales premisas» (Chillón, 2010:7).

En la misma línea, Nuria Almirón (2006:2) destaca las palabras de Alexis de Tocqueville sobre la libertad de prensa: «constituye un recurso democrático de la mayor importancia para constituir una opinión pública independiente que actúe de salvaguarda de las libertades». Para que haya opinión pública se necesita libertad de expresión. El artículo 20 de la Constitución Española recoge el derecho a:

Expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción, a la producción y creación literaria, artística, científica y técnica, a la libertad de cátedra y a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades (art.20.1, Constitución Española, 1978).

Asimismo, Almirón (2006) expone que, si la democracia depende del periodismo socializado gracias a las TIC, está desembocado al fracaso, porque para hacer periodismo se requiere una implicación intelectual que un ciudadano sin titulación no es capaz de realizar. La función de búsqueda de la verdad de forma desinteresada

(objetivamente, con un método) es lo que diferencia al periodismo de otras formas de comunicación, en palabras de Kovach y Rosenstiel.

Según una investigación del periódico universitario de la Universidad Complutense de Madrid en la Web 2.0 (2016), cada año se titulan aproximadamente 2.000 periodistas de todas las facultades de España. De los cuales solo un 50% encuentra trabajo en el sector. «¿Qué pasa con la otra mitad? Parte de ese otro 50% tiene que competir con el intrusismo laboral» (Rubio, Fernández y Peña, 2016).

El artículo 403 del Código Penal reconoce como delito de intrusismo la siguiente conducta:

El que ejerciere actos propios de una profesión sin poseer el correspondiente título académico expedido o reconocido en España de acuerdo con la legislación vigente, incurrirá en la pena de multa de doce a veinticuatro meses. Si la actividad profesional desarrollada exigiere un título oficial que acredite la capacitación necesaria y habilite legalmente para su ejercicio, y no se estuviere en posesión de dicho título, se impondrá la pena de multa de seis a doce meses (Código Penal. Ley Orgánica 1/2015 de 30 marzo. Art. 403. 2015 España).

Rubio, Fernández y Peña (2016) consideran que entre los medios más afectados por la irrupción de falsos periodistas destaca la televisión, ya que utiliza el entretenimiento y el espectáculo para ganar audiencia. Asimismo, los *realities* (un género de televisión en el que se intenta mostrar la realidad que le ocurre a la gente común en un determinado contexto) han posicionado en el panorama televisivo a personajes que no tienen titulación y ejercen como colaboradores, comentaristas, etc., poniendo en riesgo la credibilidad del periodismo al permitirse informar sobre asuntos actuales de interés general.

Vicente Trullench, jefe de comunicación corporativa de Iberdrola y con experiencia en los medios de comunicación extiende este problema, además, al mundo deportivo «hoy en día, la retransmisión de un partido de fútbol la da una persona que es exfutbolista y ni siquiera habla bien español, en lugar de un periodista deportivo que ha podido estudiar seis cursos en dicha materia» (Rubio, Fernández y Peña, 2016).

En opinión de Sergio Martínez Mahugo (2006), el intrusismo se ha multiplicado con la revolución tecnológica. Sin embargo, supone una ventaja para garantizar la democracia en el periodismo y una mayor independencia con respecto a los dueños de grandes grupos mediáticos. Añade que al intrusismo solo debería tenerle miedo el periodista que no sepa realizar sus funciones correctamente y se exponga a que otro las haga mejor.

Cuando el profesional de la información es capaz de aportar valor añadido a sus trabajos no tiene nada que temer. Internet no ha favorecido el surgimiento de nuevos periodistas, sino que ha permitido a la gente expresar sus opiniones. «Y precisamente por ello es ahora cuando son más necesarios los buenos periodistas: los profesionales que verifiquen, contextualicen y puedan acreditar la veracidad necesaria de los mensajes» (Mahugo, 2006:15).

Los profesionales de la información cada vez están más formados. De hecho, Philip Meyer (2010) afirma que las carreras universitarias han incluido en sus programas contenido destinado a enseñar la ética profesional y al menos una asociación profesional, como es la Society of Professional Journalists, publica y revisa de forma regular un código ético de la profesión. «Este tipo de códigos se cumplen mejor cuando se sacan a la luz pública las infracciones» (Meyer, 2010:43).

La adaptación de la sociedad a la era digital pone a disposición de los ciudadanos más medios por los que informarse, pero esta información es, en muchos casos, más superficial. «Guy Durandin se expresaba en este sentido cuando hablaba del sobreflujo informativo, el cual no presupone un mayor conocimiento de la realidad, sino una vía más para la desinformación, para la información ausente» (Battle y Aguilar, 2011:10-11).

Battle y Aguilar (2011:11) opinan que los nuevos gustos informativos valorizan más la información banal y de menor profundidad, lo cual supone un riesgo para la salud informativa en una sociedad que necesita el trabajo de un periodista capaz de garantizar la independencia y el rigor.

Los periodistas compiten ahora con el resto de los ciudadanos en la Web 3.0, por lo que requieren un mayor nivel de especialización para realizar un trabajo diferenciado y de calidad. Según Meyer (2010:43) «necesitamos sistemas más amplios de estudios básicos de formación y certificación que están en proceso de creación». Asimismo, «este fenómeno está aún rodeado de muchas incertidumbres. Una de ellas es el código de conducta a respetar en este entorno, y que diferencia el trabajo de un profesional de la información del elaborado por un simple aficionado» (Palomo, 2006:5). En palabras de Salaverría (2006:8): «Desde sus orígenes, la profesión periodística se ha visto acompañada siempre por una constante: la necesidad de acomodarse a los cambios. El futuro, más que nunca, exigirá seguir por ese camino».

El nuevo panorama comunicacional ha transformado el papel de los tradicionales medios de comunicación de masas: la televisión, la radio y el periódico. Gustavo Cardoso (2011) afirma que:

Actualmente estamos siendo testigos de la construcción de un nuevo modelo de comunicación que se ajusta al modelo informacional de desarrollo en nuestras sociedades. Así que deberíamos tener presente que la comunicación en red está sustituyendo de forma paulatina, aunque constante a la comunicación de masas y a sus paradigmas comunicacionales en nuestras sociedades (Cardoso, 2011).

Además, añade «las pantallas de Internet y de la televisión representan, respectivamente, los conceptos de ‘buscar’ y ‘navegar’ y los de ‘transmitir’ y *zapping*». En otras palabras, existen diferentes grados de interacción en la comunicación. Por tanto, en la actual época «el eje principal es el paso del concepto de ‘público’ al concepto de ‘participante’ (Silverstone, 2006) y de ‘usuario’, independientemente del grado de interactividad que dicho uso del medio de comunicación presente» (Cardoso, 2011). Por otro lado, matiza que el nuevo modelo de comunicación llamado ‘comunicación en red’ (Castells, 2002) «no reemplaza a los modelos presentes, sino que los interconecta produciendo nuevos formatos de comunicación y permitiendo, al mismo tiempo, nuevas formas de ‘empoderamiento’ y, por lo tanto, de autonomía comunicativa» (Cardoso, 2011). Finalmente, concluye que estamos ante un nuevo sistema de medios de comunicación en el que los protagonistas son la televisión e Internet: «la televisión, con su transmisión y *zapping* para prácticas de baja interactividad e Internet, con su búsqueda y navegación para prácticas de alta interactividad» (Cardoso, 2011).

Frente a este intrusismo que sufre el periodismo por culpa de las facilidades que la red ofrece a la ciudadanía para manifestar sus ideas y pensamientos o incluso, para ejercer de periodistas sin título que lo avale, el sector periodístico está obligando a una «búsqueda desesperada de un modelo de negocio exitoso», expresa Nemesio Rodríguez, presidente de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (APM, 2019). Por su parte, Victoria Prego (2019), presidenta de la Asociación de Prensa de Madrid, manifiesta que la sociedad ha asumido que es dueña de la información de forma errónea, lo que la convierte en poco crítica. Por ello, opina que la solución del descrédito periodístico podría pasar por la imposición del modelo de pago por noticias en España: «será inevitable que quienes paguen sean los ciudadanos más formados, por lo que hemos de ser conscientes de que se dejará fuera a la mayor parte de la población, que seguirá sometida a todo tipo de manipulaciones» (APM, 2019). La gratuidad en el consumo de información supone «una banalización de la información, al

convertirla en más ligera y superficial. De esta forma, las reducciones de plantilla y la banalización de la información están haciendo que se resientan la calidad y la credibilidad del conjunto» (Batlle y Aguilar, 2011:3). Es decir, tal y como sostienen Battle y Aguilar (2011:5), se ha reducido la plantilla de trabajadores sin valorar cómo afecta esto al medio y al periodismo. De esta forma, «estamos a punto de hacer realidad esa paradoja que hace unos años se utilizaba como algo extravagante: hacer periódicos sin periodistas».

Como apunta Diezhandino (2005), es preciso concretar que la desprofesionalización del trabajo del periodista supone un tratamiento estandarizado y sensacionalista de los contenidos e imágenes. De modo, que el periodismo está en una crisis de credibilidad de la información, pues el público carece de confianza hacia el papel del comunicador. «El intrusismo periodístico y la nueva ola de personajes reinantes, así como la falta de ética personal o la omisión de las normas deontológicas, propician sin lugar a duda ese periodismo sensacionalista que lidera los índices de audiencia» (Batlle y Aguilar, 2011:6).

Suelen ser presentadores de televisión de éxito, locutores de radio sonora voz, articulistas en la red, más o menos ocasionales, propugnadores de la tabla rasa en la formación de comunicadores hasta llegar a la desaparición de la profesión de periodista como tal, por entender que cualquiera (gracias a Internet) puede ser hoy periodista, por tener capacidad física, material de introducir noticias, rumores, publicidad, programas de todo tipo, etc., en la Red y mantener interesantísimos blogs sin ninguna formación académica previa, técnica y mucho menos ética» (Fernández Areal, 2010).

En opinión de Laura Soto (2005:205) uno de los problemas del periodismo actual es «el sensacionalismo, esa “tendencia a producir sensación, emoción o impresión, con noticias, sucesos, etc.”, según la definición del DRAE, y que obtiene importantes índices de audiencia». Además, considera que los sentimientos son una herramienta necesaria de la cultura televisiva, derivada de la cultura light. Esta es una cultura vana, a la que le sobra la sustancia, «esa materia fundamental de la cual están formados todos los cuerpos. Y esa materia se llama, de otro modo: espíritu. El reinado de la banalidad no permite sustancia espiritual sino material».

Según Soto (2005:205), esta forma de hacer periodismo alimenta el concepto de telebasura, «imponiéndose con total impunidad en el sector audiovisual». Esta fórmula no solo se utiliza en los programas del corazón, sino que cada vez es más habitual en los informativos de televisión, «en los que la narración se ve acompañada de imágenes absolutamente repulsivas y violentas que nada aportan de substancial a lo dicho».

Manuel Parés i Maicas (2006:1) considera que a medida que la televisión se ha convertido en un elemento imprescindible para la sociedad «asistimos al hecho preocupante de que sus objetivos fundacionales propios de cualquier medio de comunicación: informar, educar, culturalizar y distraer o entretener van desdibujándose cada vez más». Por otro lado, las preferencias de consumo de la audiencia son las que favorecen la existencia del sensacionalismo en la televisión, que se posiciona como un elemento de ocio para la sociedad: «indudablemente la televisión constituye hoy una de las formas preferidas por la ciudadanía, lo que puede comprobarse por el elevado índice de audiencia que tienen los programas televisivos. Y entre ellos, con una especial relevancia, los denominados como “telebasura”» (Parés i Maicas, 2006:2).

Dada la diversidad de contenidos televisivos que pueden encuadrarse en este fenómeno, no resulta fácil formular una definición del mismo, al menos según mis noticias. Por ello me parece interesante citar el estudio de opinión pública del CAC de 2004, donde a la pregunta “Los siguientes aspectos ayudan a definir la teleporquería (un sinónimo en catalán de telebasura). ¿Para Vd. quien lo definiría mejor?”, las respuestas son:

- Creación de personajes famosos sin ningún mérito profesional o artístico: 36,2 por ciento.
- Intromisión en la vida privada de las personas: 21,7 por ciento.
- Difusión de rumores e informaciones no contrastadas: 9,5 por ciento.
- Lenguaje soez: 7,4 por ciento.
- Visión degradada y negativa de la mujer: 2,8 por ciento.

(Parés i Maica, 2006:2).

Para Parés la televisión da una imagen distorsionada de la realidad y se aleja de la ética, al mismo tiempo que se acerca a la ficción. «Desde luego, este fenómeno se inserta plenamente en la evolución de gustos, comportamientos y costumbres que, en este caso, puede estar señalando un cambio social de carácter negativo y retrógrado» (Parés i Maica, 2006:2).

Sin duda alguna, la presencia de prensa del corazón en los espacios televisivos se debe al elevado porcentaje de audiencias «con la consiguiente captación de publicidad, y, por ende, con el aumento del beneficio económico, superior al que sería presumible. Sus principales argumentos para actuar así son el de la libertad de expresión y el de satisfacer la demanda» (Parés i Maica, 2006:3).

En definitiva, la finalidad de la televisión debe ser informar, educar y culturizar «y por lo que respecta a los espacios de ocio, bajo ningún aspecto deben constituir un

instrumento de degradación de gustos y costumbres, con el consiguiente riesgo de mimetismo y de imitación por parte de los receptores» (Parés i Maica, 2006:4).

4. Metodología

Con el fin de profundizar en el objeto de esta investigación se ha efectuado un análisis cualitativo y cuantitativo.

Según un informe de Statista de 2021 sobre la cuota de pantalla de los principales canales de televisión en España en 2020, Telecinco y Antena 3 fueron los más vistos con un 14,6 % y 11,6 % respectivamente. Por ello, se han seleccionado seis programas de televisión de los grupos de comunicación españoles Mediaset España y Atresmedia, a los que pertenecen estos canales. Tres de ellos son de Telecinco y los restantes de Antena 3 y La Sexta. Se ha incorporado a esta última con el fin de poder establecer una comparativa entre los programas que se emiten en horarios similares, teniendo en cuenta que en sus contenidos se traten temas de actualidad y que la hora de inicio de estos haya estado comprendida entre las 8 am y las 4 pm aproximadamente. A continuación, se adjunta una tabla (Tabla 1) con los programas seleccionados, el canal y grupo de comunicación al que pertenecen y el tramo horario (peninsular) que abarcan:

Tabla 1. Programas estudiados

MEDIASET ESPAÑA		ATRESMEDIA	
TELECINCO	ANTENA 3	LA SEXTA	
El programa de Ana Rosa (9.00- 13.30)	Espejo Público (9.00- 13.30)		
Ya es mediodía (13.30- 15.00)		Al rojo vivo (11.00- 14.20)	
Sálvame (16.00- 21.05)		Más vale tarde (17.15- 20.00)	

Fuente: Elaboración propia

Además, para estudiar las tendencias más actuales hemos acotado el proceso de observación y análisis de los programas a dos semanas, desde el 15 hasta el 28 de marzo de 2021. Después de la visualización de cada uno de ellos se ha procedido a la realización de una tabla comparativa (Tabla 2 y Tabla 3) en la que se han reflejado los resultados obtenidos para el posterior desarrollo de una conclusión.

La Tabla 2 se compone de tres bloques. En primer lugar, se incluyen datos referentes al programa para poder identificarlo. El bloque uno recoge cuestiones relacionadas con

las características del programa; el segundo se refiere a preguntas de sí o no, destinadas a descubrir si las personas que realizan el programa tienen la titulación en Periodismo y si su trabajo se corresponde con la ética y deontología periodística y, por último, el tercer bloque, también de cuestiones sí o no, se refiere a la clasificación temática. La Tabla 3 es para observaciones y aspectos llamativos.

La selección de las variables volcadas en las tablas se ha realizado en base al método cuantitativo, pues los resultados son el reflejo de la concertación de los criterios de análisis de cada uno de los investigadores y autores de este TFG. Asimismo, los aspectos estudiados en las tablas se han escogido de acuerdo con los criterios que se consideran necesarios para un desarrollo de la profesión periodística riguroso y de calidad.

Tabla 2. Ficha de análisis

FICHA DE ANÁLISIS		
Nombre del programa		
Grupo de comunicación		
Canal		
Horario		
Temática		
Bloque I		
Número de presentadores		
Número de colaboradores		
Secciones del programa		
Género del programa		
CUESTIONES	SÍ	NO
Bloque II		
¿El presentador es periodista?		
Presentador 1		
Presentador 2 (por si hay más de uno, si no quitan esta opción)		
¿Los colaboradores son periodistas?		
Colaborador 1		
Colaborador 2		
Colaborador 3		
Colaborador 4		
Colaborador 5		

Colaborador 6		
Colaborador 7		
Colaborador 8		
¿Los colaboradores hacen referencia a fuentes de datos fiables en sus intervenciones?		
¿Los colaboradores utilizan un lenguaje correcto?		
¿Se representan los puntos de vista de todas las partes implicadas en el asunto a comentar?		
Bloque III		
¿Se tratan temas de interés general?		
Salud		
Sociedad		
Seguridad		
Política		
Crónica		
¿Se tratan temas del corazón?		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Observaciones

Nombre del programa	Observaciones
El programa de Ana Rosa	
Espejo Público	
Ya es mediodía	
Al rojo vivo	
Sálvame	
Más vale tarde	

Fuente: Elaboración propia

También, para recolectar datos y transformarlos en estadísticas útiles se ha difundido una encuesta a través de las redes sociales con la intención de conocer la opinión de la ciudadanía con respecto al intrusismo laboral en el Periodismo. Esta ha sido diseñada a través de la herramienta Google 'Formularios'.

El día 22 de marzo se publicó por primera vez el sondeo en las redes sociales de cada uno de los autores de este trabajo y se consiguieron en menos de 24 horas más de 100

respuestas. El formulario estuvo activo hasta el 15 de abril en las plataformas de Instagram y Twitter, pero su enlace se compartió también en diversos grupos de WhatsApp, llegando a una muestra heterogénea de personas.

Para contextualizar la encuesta, se eligió un título que resumiera el tema y se adjuntó una breve explicación de este, en la cual se especificaba que los resultados se recopilaban para un Trabajo de Fin de Grado (Véase Anexo).

El cuestionario consta de 10 preguntas que pretenden descubrir las tendencias de la población encuestada con respecto a los programas estudiados y su opinión sobre su veracidad y rigor periodístico. Para las respuestas, se ha utilizado la metodología de la escala Likert: 1 'nada', 2 'poco', 3 'algo', 4 'mucho' y 5 'bastante'.

En primer lugar, interesa saber la frecuencia con la que las personas encuestadas consumen televisión, qué género de programas suelen ver (informativos, entretenimiento, prensa rosa, deportes, etc.) y cuáles de los estudiados conocen o han visto alguna vez. Después, a título individual se ha preguntado por el nivel de confianza que genera cada uno de ellos y finalmente en cuáles creen que hay presentadores o colaboradores sin titulación en Periodismo.

Por último, se ha contactado con la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) para tener una visión objetiva de cómo ha afectado el intrusismo a la televisión. Las preguntas que se realizaron en la entrevista fueron las siguientes:

- ¿Cuál es el soporte periodístico que se ha visto más afectado por el intrusismo laboral?
- ¿El periodismo ha perdido credibilidad como consecuencia del intrusismo?
- ¿Cómo podría controlarse el intrusismo en la profesión periodística?
- ¿Quiénes son los responsables del intrusismo en las televisiones?
- ¿Cómo influye el periodismo ciudadano en esta profesión?
- ¿Es el intrusismo laboral el principal motivo de paro en el periodismo?
- ¿Cree que a las televisiones les interesan que sus trabajadores sean personajes conocidos, influyentes y llamativos antes que profesionales de la información titulados y cualificados?

5. Análisis de los resultados

5.1. Análisis de las fichas

Para conocer si nuestras hipótesis se corresponden con la realidad, se han analizado seis programas televisivos: tres de Mediaset y tres de Atresmedia. Teniendo en cuenta que estas emisiones abarcan desde las 9.00 hasta las 20.00 horas (horario peninsular), se podrá extraer una conclusión sobre el modo de hacer periodismo en las televisiones modernas de España. A fin de obtener una conclusión precisa, se compararán los programas de los diferentes grupos de comunicación que se emiten en franjas horarias similares.

5.1.1. 'El programa de Ana Rosa' vs. 'Espejo Público'

Tabla 4. Comparativa entre 'El programa de Ana Rosa' y 'Espejo Público'

FICHA DE ANÁLISIS	EL PROGRAMA DE ANA ROSA		ESPEJO PÚBLICO	
Nombre del programa	El programa de Ana Rosa		Espejo Público	
Grupo de comunicación	Mediaset España		Atresmedia	
Canal	Telecinco		Antena 3	
Horario	9.00- 13.30		9.00- 13.30	
Temática	Actualidad (calado social, crónica de sucesos) y corazón		Actualidad	
Bloque I				
Número de presentadores	1		2	
Número de colaboradores	12 o más		14 o más	
Secciones del programa	Actualidad (entrevistas, reportajes, tertulias, etc.) Prensa rosa		Informativos con entrevistas (actualidad, temas políticos, económicos y sociales) Entretenimiento (prensa rosa) A veces incluyen al final del programa 'El Tiempo' e información de 'Última Hora' para cerrar.	
Género del programa	Magacín matinal		Magacín matinal	
CUESTIONES	SÍ	NO	SÍ	NO
Bloque II				
¿El presentador es periodista?				
Presentador 1	Ana Rosa		Susanna Griso	
Presentador 2 (por si hay más de uno, si no quitan esta opción)	Joaquín Prat		Lorena García	
Presentador 3	Ana Terradillos (sustituyó a Ana Rosa en plató porque estuvo en cuarentena por coronavirus)			
¿Los colaboradores son periodistas?				
Colaborador 1	Cruz Morcillo		Arsenio Escolar	

Colaborador 2		Rocío Ramos Paul (psicóloga)	Francisco Marhuenda	
Colaborador 3	Mayka Navarra			Ignacio Ruíz-Jarabo (economista)
Colaborador 4		Lecquio (Licenciado en Historia y conocido por su relación con Ana Obregón)	Gonzalo Bans	
Colaborador 5	Antonio Rossi		Nacho Abad	
Colaborador 6	Jano Mecha		Marta Robles	
Colaborador 7	Esther Palomera			Lucía Etxebarria (escritora)
Colaborador 8	Paloma García		Diego Revuelta	
Colaborador 9		Bibiana Fernández (actriz, cantante y modelo)		Antonio Miguel Carmona (economista)
Colaborador 10	Pepe Real		Ainhoa Martínez	
Colaborador 11		Isabel Pantoja, alias Chabelita (Hija de Isabel Pantoja)		Joaquín Moeckel (abogado)
Colaborador 12		Miguel Ángel Nicolás (no hay información)	Roberto Brasero	
Colaborador 13			Patricia Escalona	
Colaborador 14				Daniel Lacalle (economista)
¿Los colaboradores hacen referencia a fuentes de datos fiables en sus intervenciones?	Sí		Sí	
¿Los colaboradores utilizan un lenguaje correcto?	Sí		Sí	
¿Se representan los puntos de vista de todas las partes implicadas en el asunto a comentar?	Sí		Sí	
Bloque III				
¿Se tratan temas de interés general?	Sí		Sí	
Salud	Sí		Sí	

Sociedad	Sí		Sí	
Seguridad	Sí		Sí	
Política	Sí		Sí	
Crónica	Sí		Sí	
¿Se tratan temas del corazón?	Sí		Sí	

Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, se estudian ‘El programa de Ana Rosa’, de Telecinco y ‘Espejo Público’, de Antena 3, televisados desde las 9.00 hasta las 13.30 horas de lunes a viernes. Ambos magazines abarcan temas de actualidad y tienen una sección dedicada a la prensa rosa. Asimismo, tanto el primero como el segundo tienen más de 8 colaboradores. Los presentadores y copresentadores (Ana Rosa Quintana y Joaquín Prat, en ‘El programa de Ana Rosa’, y Susanna Griso y Lorena García en ‘Espejo Público’) están licenciados en Periodismo. En cuanto a los colaboradores, hay que destacar que en ‘Espejo Público’ la mayoría son periodistas y los restantes suelen ser expertos invitados para hablar sobre temáticas de economía, política, etc. Por su parte, en ‘El programa de Ana Rosa’ ocurre algo similar. Sin embargo, los que no son periodistas, no son expertos en otras materias. Por ejemplo, la hija de Isabel Pantoja, conocida coloquialmente como Chabelita, o Bibiana Fernández, que es actriz, cantante y modelo. A pesar de esto, en ambos programas se ofrece información fiable, se utiliza un lenguaje correcto y se representan los puntos de vista de las partes implicadas en los asuntos a comentar. Por último, es preciso destacar que a través de un exhaustivo trabajo de investigación en plataformas webs y redes sociales se ha descubierto que el programa de Telecinco tiene una peor fama, porque en ocasiones su presentadora no es neutral en sus intervenciones, siendo esta característica fundamental en el ejercicio del periodismo.

5.1.2. ‘Al rojo vivo’ vs. ‘Ya es mediodía’

Tabla 5. Comparativa entre ‘Al rojo vivo’ y ‘Ya es mediodía’

FICHA DE ANÁLISIS	AL ROJO VIVO	YA ES MEDIODÍA
Nombre del programa	Al rojo vivo	Ya es mediodía
Grupo de comunicación	Atresmedia	Mediaset España
Canal	La Sexta	Telecinco
Horario	11.00- 14.20	13.30- 15.00
Temática	Actualidad	Actualidad y prensa rosa
Bloque I		
Número de presentadores	1	2
Número de colaboradores	Más de 11	17
Secciones del programa	Noticias Entrevistas Debate	Información sobre aspectos políticos, sociales, económicos, etc.

	El Tiempo	Ya es mediodía Fresh (sección dedicada a la prensa rosa y reality shows del canal)		
Género del programa	Informativo	Informativo		
CUESTIONES	SÍ	NO	SÍ	NO
Bloque II				
¿El presentador es periodista?				
Presentador 1	Antonio García Ferreras		Sonsoles Ónega	
Presentador 2 (por si hay más de uno, si no quitan esta opción)	Ana Cuesta		Javier Negre	
Presentador 3				
¿Los colaboradores son periodistas?				
Colaborador 1	Graziella Almendral			Rosa Benito (mujer de Amador Mohedano y ganadora de Supervivientes)
Colaborador 2	Diana Mata		Javier Gallego	
Colaborador 3	Jesús Maraña		Javier Negre	
Colaborador 4	Pilar Gómez		Dani Montero	
Colaborador 5	Isabel Zubiarre (meteoróloga)		Villarubia	
Colaborador 6		Lluís Orriols (docente)	Isabel Rábago	
Colaborador 7	Ignacio Escolar			Alba Carrillo (modelo)
Colaborador 8	Gabriel Sanz			Miguel Ángel Nicolás (no hay información)
Colaborador 9	Gema Llamazares (redactora)		Carlos Cuesta	
Colaborador 10	Julio Suárez (redactor de Deportes)		Ana Tarradillos	
Colaborador 11			Juan Luis Tena	
Colaborador 12				Marta López (exconcurante de Gran Hermano)
Colaborador 13			Vanesa Lozano	
Colaborador 14			Marta Nebot	
Colaborador 15				Cristina Cifuentes (política)
Colaborador 16			Javier Ruíz	

Colaborador 17				Sofía Suescun (exconcurante de Gran Hermano).
¿Los colaboradores hacen referencia a fuentes de datos fiables en sus intervenciones?	Sí		Sí, en los temas informativos	No, en la sección de prensa rosa
¿Los colaboradores utilizan un lenguaje correcto?	Sí		Sí, en los temas informativos	No, en la sección de prensa rosa
¿Se representan los puntos de vista de todas las partes implicadas en el asunto a comentar?	Sí		Sí	
Bloque III				
¿Se tratan temas de interés general?	Sí		Sí	
Salud	Sí		Sí	
Sociedad	Sí		Sí	
Seguridad	Sí		Sí	
Política	Sí		Sí	
Crónica		No	Sí	
¿Se tratan temas del corazón?		No	Sí	

Fuente: Elaboración propia

De lunes a viernes, desde las 11.00 hasta las 14.20 horas, se emite 'Al rojo vivo' en la Sexta y, tiempo después, 'Ya es mediodía' en Telecinco (13.30- 15.00). Mientras que el primero, dirigido por los periodistas Antonio García Ferreras y Ana Cuesta, es un informativo que trata temas de aspectos políticos, sociales, culturales, etc., el segundo, presentado por la periodista Sonsoles Ónega y, en ocasiones, Javier Negre, es un magacín. Además de cubrir temas actuales, tiene una sección, 'Ya es mediodía Fresh', relacionada con el mundo del corazón y los *reality shows* de la cadena. Esto se ve reflejado en la cantidad de colaboradores sin titulación en Periodismo: Rosa Benito, conocida por ser la mujer del hermano de Rocío Jurado y por ganar 'Supervivientes' en 2011; Alba Carrillo, modelo; Marta López, exconcurante de 'Gran Hermano 2'; Sofía Suescun, exconcurante de 'Gran Hermano 16' y 'Supervivientes 2018', y Cristina Cifuentes, polémica política por 'El caso Cifuentes', en el que se cuestionó la veracidad de su Máster en Derecho Autonómico. El programa de La Sexta presenta una estructura mucho más periodística, puesto que casi la totalidad de sus colaboradores son periodistas y además, los datos, el lenguaje y puntos de vista representados son correctos desde el punto de vista ético y deontológico. En cambio, en la sección Fresh de 'Ya es Mediodía' se ha observado que no se hace referencia a fuentes de datos

fiables y que los colaboradores utilizan un lenguaje más coloquial, llegando incluso a levantar la voz o a enfrentarse entre ellos. Finalmente, como dato a destacar es preciso añadir que ‘Al rojo vivo’ hace uso de la realidad aumentada y utiliza el formato podcast para presentar sus entrevistas.

5.1.3. ‘Sálvame’ vs. ‘Más vale tarde’

Tabla 6. Comparativa entre ‘Sálvame’ y ‘Más vale tarde’

FICHA DE ANÁLISIS	SÁLVAME		MÁS VALE TARDE	
Nombre del programa	Sálvame		Más vale tarde	
Grupo de comunicación	Mediaset España		Atresmedia	
Canal	Telecinco		La Sexta	
Horario	16.00- 21.05		17.20- 20.00	
Temática	Corazón		Actualidad	
Bloque I				
Número de presentadores	3		2	
Número de colaboradores	18		Más de 13	
Secciones del programa	Limón Naranja Tomate		Actualidad (entrevistas) Debate Redes sociales y vídeos Expediente Marlasca El Tiempo	
Género del programa	Corazón		Magacín	
CUESTIONES	SÍ	NO	SÍ	NO
Bloque II				
¿El presentador es periodista?				
Presentador 1	Carlota Corredera		Mamen Mendizábal	
Presentador 2 (por si hay más de uno, si no quitan esta opción)		Jorge Javier (licenciado en Filología Hispánica)	Hilario Pino	
Presentador 3		Paz Padilla (cómica y actriz)		
Presentador 4		Kiko Hernández (exconcursante de Gran Hermano)		
¿Los colaboradores son periodistas?				
Colaborador 1		Belén Esteban (conocida por ser la expareja del torero Jesús Janeiro)	José Yélamo	

Colaborador 2		Kiko Hernández	Javier Fuentes	
Colaborador 3	Lydia Lozano		Manuel Marlasca	
Colaborador 4		Kiko Matamoros (exrepresentante de famosos)	Isabel Zubiaurre	
Colaborador 5		Rafa Mora (extronista de Mujeres y Hombres y Vicerversa)	María Lamela	
Colaborador 6		Víctor Sandoval (cantante y actor)	Sara Ramos (redactora)	
Colaborador 7	Gustavo González		Daniel Cervera	
Colaborador 8	María Patiño		Carmen Ferrero	
Colaborador 9	Gema López		Luis Sanabria	
Colaborador 10	Laura Fa		Juande Colmenero	
Colaborador 11		Kiko Jiménez (Grado Superior de Actividades Físicas y Deportivas. Conocido por haber sido la pareja de Gloria Camila)	Juanlu Sánchez	
Colaborador 12	Miguel Frigenti			César Carballo (Médico)
Colaborador 13		José Antonio Canales (torero)		Carmen Cámara (Médico especialista en Inmunología)
Colaborador 14		Antonio David (conocido por ser la expareja de Rocío Carrasco)		
Colaborador 15	Chelo García			
Colaborador 16		Alonso Caparrós (exconcurante de Gran Hermano)		
Colaborador 17	Antonio Montero			
Colaborador 18		Marta López (exconcurante de Gran Hermano)		

¿Los colaboradores hacen referencia a fuentes de datos fiables en sus intervenciones?		No	Sí	
¿Los colaboradores utilizan un lenguaje correcto?		No	Sí (Sí, aunque más informal que en el resto de los programas analizados. Incluso a veces hacen bromas).	
¿Se representan los puntos de vista de todas las partes implicadas en el asunto a comentar?		No	Sí	
Bloque III				
¿Se tratan temas de interés general?			Sí	
Salud		No	Sí	
Sociedad		No	Sí	
Seguridad		No	Sí	
Política		No	Sí	
Crónica		No	Sí	
¿Se tratan temas del corazón?	Sí			No

Fuente: Elaboración propia

‘Sálvame’ de 16.00 a 21.05 horas se presenta como el programa en el que más intrusismo hay de los analizados. Con un total de 4 presentadores (Jorge Javier Vázquez, Paz Padilla, Carlota Corredera y Kiko Hernández), solo una es periodista: Carlota Corredera. Además, de los 18 colaboradores analizados durante las dos semanas de estudio, 10 no son periodistas. El programa del corazón no trata temas de interés general, no aporta fuentes de datos fiables y los colaboradores no utilizan ni un lenguaje, ni un comportamiento correcto: comen en el plató, gritan, insultan, etc. Asimismo, a pesar de ser prensa rosa, se hace eco de los acontecimientos relevantes que suceden en la esfera pública con el fin de captar audiencia. Por ejemplo, durante el ‘Caso Julen’, el niño que cayó en un pozo en Totalán, el programa realizó una excesiva cobertura del tema, llegando incluso a ser criticado por la frivolidad y morbosidad con la que se trató la noticia.

Por su parte, ‘Más vale tarde’ es un magacín en el que únicamente se tratan temas de actualidad. Es destacable que tiene una sección dedicada a redes sociales y vídeos y

otra llamada 'Expediente Marlasca', dirigida por el periodista Manuel Marlasca. De los más de 13 colaboradores identificados, solo dos carecen del título en periodismo y acuden al programa en calidad de expertos para tratar temas relacionados con la crisis sanitaria ocasionada por la Covid-19: César Carballo, médico, y Carmen Cámara, médica especialista en Inmunología. Asimismo, a pesar de ser un programa periodístico desde el punto de vista de las fuentes, el lenguaje y las perspectivas representadas, los presentadores (Mamen Mendizábal e Hilario Pino, periodistas) y colaboradores utilizan un estilo más informal en sus intervenciones, por ejemplo, mediante el uso de chistes, bromas, ironías, etc.

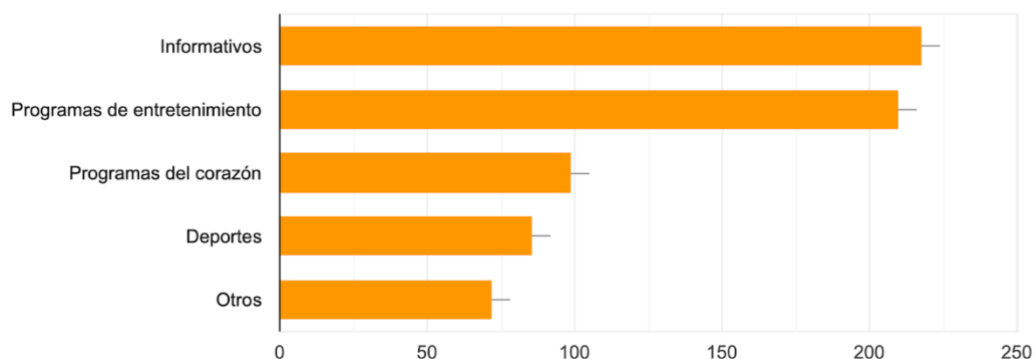
5.2. Encuesta

Para conocer las tendencias de la población a la hora de consumir televisión se ha elaborado una encuesta que trata de comparar los programas analizados. El objetivo es descubrir la opinión de los telespectadores con respecto a la información actual y la credibilidad que tiene el periodismo. A continuación, se exponen los resultados más relevantes.

En el Gráfico 1 podemos observar que, de los 312 encuestados, el 57,8 % consume televisión de forma regular (más de una hora diaria). Entre los programas más vistos el mayor porcentaje, con un 69,9 %, es para los informativos, seguido de los programas de entretenimiento con un 67,3 %.

Gráfico 1. Géneros más vistos

¿Qué tipo de programas suele ver? (posibilidad de respuesta múltiple)
312 respuestas



Fuente: Elaboración propia

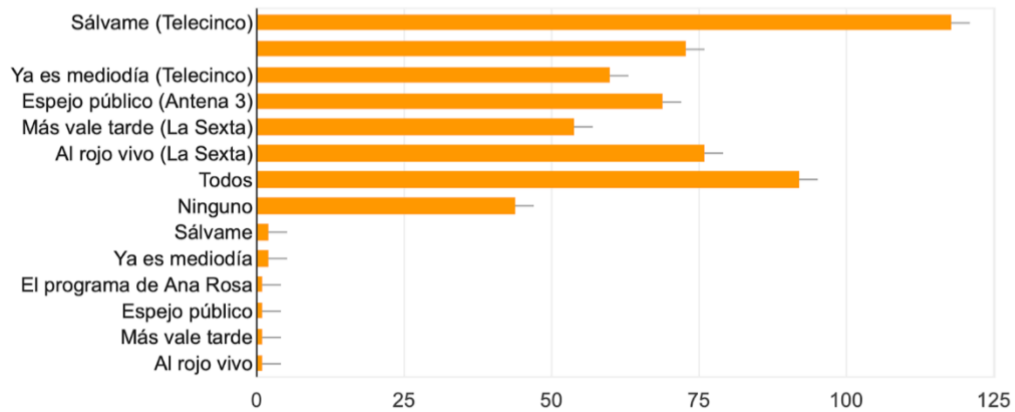
A pesar de que 92 personas han visualizado alguna vez todos los programas, los favoritos de la audiencia son 'Sálvame' con un 38,4 % y 'El programa de Ana Rosa' con

un 23,7 % (Gráfico 2). En conclusión, los espacios televisivos más vistos son los de Telecinco (81,90 %).

Gráfico 2. Programas

¿Alguna vez ha visto alguno de estos programas? (posibilidad de respuesta múltiple)

312 respuestas



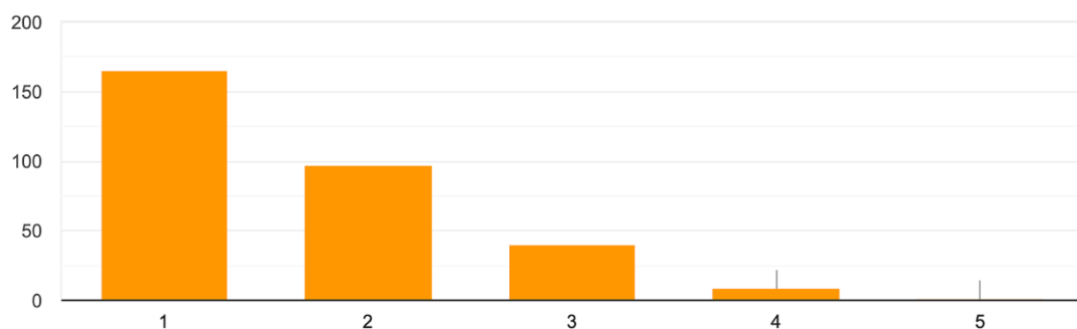
Fuente: Elaboración propia

Para estudiar los programas de forma individual se ha utilizado una escala Likert de 5 puntos, siendo 1 'nada', 2 'poco', 3 'algo', 4 'mucho' y 5 'bastante'. Teniendo en cuenta esto, la pregunta objeto de análisis es: ¿tiene la credibilidad de la audiencia la información difundida por estos programas? Lo cierto es que el 84 % confía nada o poco en la información difundida por 'Sálvame' (Gráfico 3), un dato llamativo, dado que es el programa más visto. De hecho, solo una persona confía plenamente en sus contenidos. Con 'El programa de Ana Rosa' (Gráfico 4) se observa una tendencia similar, pues únicamente dos personas se fían bastante de su información.

Gráfico 3. Sálvame

¿Cuánto confía en la información difundida en 'Sálvame'?

312 respuestas

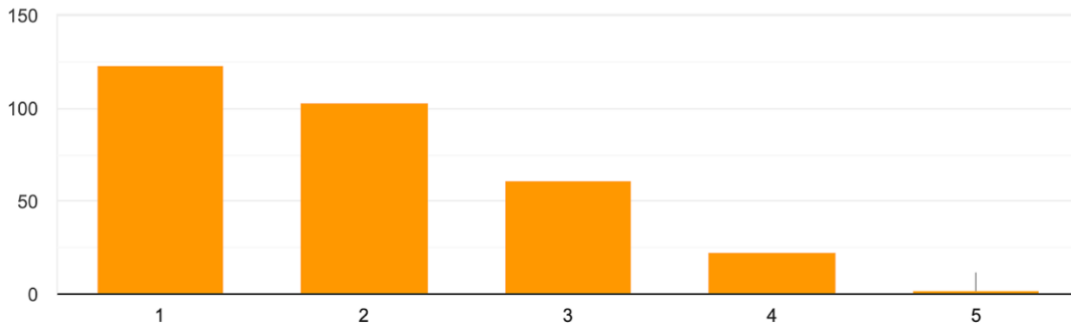


Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4: El programa de Ana Rosa

¿Cuánto confía en la información difundida en 'El programa de Ana Rosa'?

312 respuestas



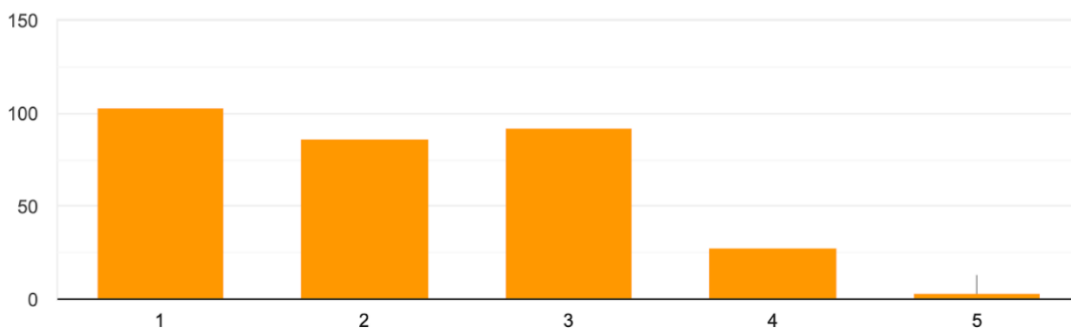
Fuente: Elaboración propia

De los analizados, 'Ya es mediodía' (Gráfico 5) es el programa de Telecinco que goza de mayor credibilidad según la audiencia. Un 29,5 % confía 'algo' en los contenidos que difunden, frente al 27,6 %, que confía 'poco'. Aun así, sigue teniendo mayor peso el porcentaje de personas que no sienten que sus informaciones sean creíbles: un 33 %.

Gráfico 5. Ya es mediodía

¿Cuánto confía en la información difundida en 'Ya es mediodía'?

312 respuestas

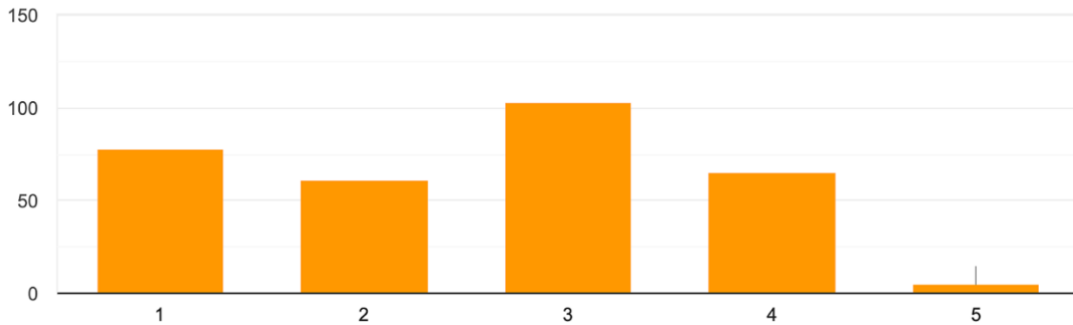


Fuente: Elaboración propia

Entre los programas de Atresmedia, el más creíble es 'Al rojo vivo' (Gráfico 8). Un 66,1% de los encuestados confía 'algo', 'mucho' o 'bastante' en este programa. De ellos, el 15 % considera que su información merece bastante credibilidad. Tanto en 'Espejo público' (Gráfico 6) como en 'Más vale tarde' (Gráfico 7) el porcentaje mayor es el de 'confía algo'. Lo que demuestra que aparentemente los programas de Atresmedia son más periodísticos y fiables que los de Telecinco.

Gráfico 6. Espejo público

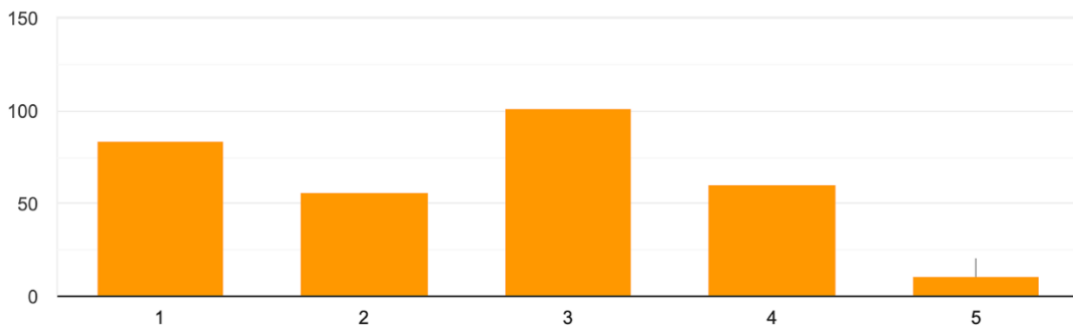
¿Cuánto confía en la información difundida en 'Espejo público'?
312 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 7. Más vale tarde

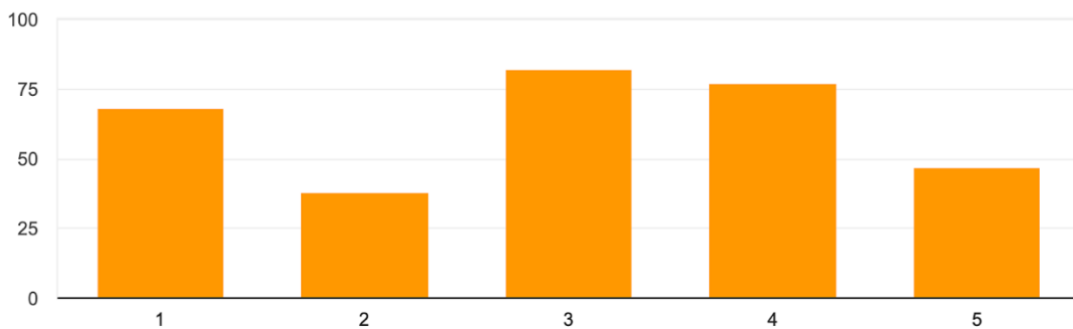
¿Cuánto confía en la información difundida en 'Más vale tarde'?
312 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 8. Al rojo vivo

¿Cuánto confía en la información difundida en 'Al rojo vivo'?
312 respuestas

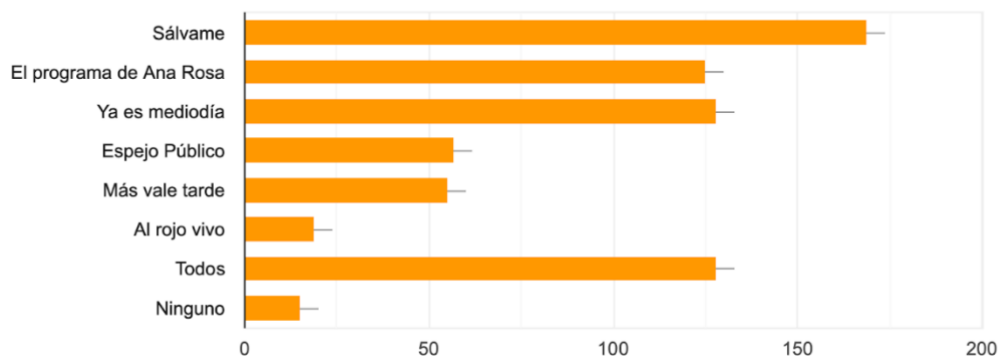


Fuente: Elaboración propia

A la pregunta “¿cree que hay presentadores y/o colaboradores de alguno de estos programas que no tienen titulación en Periodismo?” (Gráfico 9), más de la mitad ha señalado a ‘Sálvame’ como programa en el que se registra más intrusismo laboral, seguido de ‘Ya es mediodía’ y ‘El Programa de Ana Rosa’, ambos con porcentajes similares. En cambio, 128 personas opinan que en todos los programas objeto de estudio hay presencia de presentadores y/o colaboradores que no disponen del graduado en Periodismo. En conclusión, de manera individual la audiencia considera que en los programas de Telecinco hay más intrusismo que en los de La Sexta y Antena 3. Finalmente, un dato a destacar es que de 312 personas solo 15 piensan que en ninguno de estos programas se da este fenómeno.

Gráfico 9. Titulación en Periodismo

¿Cree que hay presentadores y/o colaboradores de alguno de estos programas que no tienen titulación en Periodismo? En caso afirmativo, selec...e cuál o cuáles (posibilidad de respuesta múltiple)
312 respuestas



Fuente: Elaboración propia

5.3. Entrevista

Una vez conocida la opinión de la muestra encuestada, es preciso acudir a expertos en la disciplina periodística para preguntar cómo es la realidad del intrusismo en la profesión. Se ha contactado con dos federaciones de referencia en España: Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) y Federación de Asociaciones de Radio y Televisión. Sin embargo, solo se ha obtenido respuesta de la primera. A continuación, se exponen las declaraciones más relevantes del vicesecretario general de la FAPE, Carlos Sanz Estables.

A la pregunta “¿Cuál es el soporte periodístico que se ha visto más afectado por el intrusismo laboral?”, el entrevistado, representante de la FAPE, responde que los medios digitales son el soporte en el que actualmente existe mayor intrusismo. «La facilidad para crear este tipo de empresas y los pocos medios económicos que precisan lo permiten», añade. En cuanto al papel de los programas televisivos en los que aparecen personajes que no tienen el título de Periodismo, pero ejercen como periodistas, considera que: «No podemos ni debemos confundir a estos personajes conocidos, influyentes y llamativos que, evidentemente, interesan a las televisiones por la audiencia, con los profesionales de la información. Los primeros ni son ni hacen periodismo, simplemente dan espectáculo, perfectamente legítimo, pero no es periodismo».

«Actualmente, hay más demanda que oferta. En cambio, hace años, titulados en otras carreras de humanidades podían acceder a puestos de periodistas y es este motivo el que propició la existencia de intrusismo en la profesión», ha comentado Carlos Sanz. A pesar de esto, considera que el intrusismo no tiene que suponer un problema para el periodismo. «El profesional de la información es capaz de diferenciarse de los falsos periodistas y para ello, es necesario respetar las normas básicas de contrastar fuentes y ser rigurosos en el ejercicio profesional y el Código Deontológico», ha recalcado. Asimismo, matiza que «desde la FAPE hemos cerrado el acceso al Registro Profesional de Periodistas que gestionamos para quienes no son titulados, y en los últimos años el acceso de no titulados a la profesión era anecdótico, aunque cuando estaba abierto el acceso a no titulados, el número de solicitudes era muy limitado».

6. Conclusiones

Una vez analizados y discutidos los datos se pueden extraer una serie de conclusiones. En primer lugar, la televisión es un medio en el que existe intrusismo, pero con respecto a los programas analizados, se observa claramente que en el grupo de comunicación de Mediaset España hay una mayor presencia que en Atresmedia. De hecho, de los tres programas analizados de Telecinco (‘El programa de Ana Rosa’, ‘Ya es mediodía’ y ‘Sálvame’) hay intrusismo en todos.

Por otro lado, en ‘Sálvame’ es donde se aprecia de forma más significativa este fenómeno, pues la gran parte de los colaboradores y/o presentadores no tienen el certificado en Periodismo y participan en el programa por su condición de ser personajes conocidos por *reality shows* o familiares de artistas o famosos. Se ha demostrado que los programas más informativos, como ‘Al rojo vivo’, se centran exclusivamente en dar

información siguiendo la deontología periodística y la ética profesional y que a la hora de debatir y comentar las diferentes temáticas recurren a colaboradores expertos en la materia que se plantea. También es destacable que, en los programas televisivos, como 'Más vale tarde' y 'Espejo público', hay una sección dedicada al entretenimiento, pero no por ello son menos informativos. Al contrario que en 'Ya es mediodía' y 'El programa de Ana Rosa', donde la primera parte está retransmitida por periodistas y cuando se abarcan temas más banales y relacionados con el corazón los colaboradores son en su mayoría ajenos a la profesión. Por este motivo, se puede decir que a ciertos medios les interesa tener en sus plantillas a personajes conocidos, influyentes y llamativos con el fin de ganar audiencia.

En cuanto a la opinión de los telespectadores, de los 312 encuestados, 297 consideran que en todos estos programas hay intrusismo. Sin embargo, paradójicamente los más vistos (81,90 %) son los de Telecinco. De esta manera, se puede afirmar que la cuarta hipótesis (los telespectadores identifican intrusismo en la televisión) se cumple.

En definitiva, el intrusismo supone una pérdida de credibilidad para la profesión periodística, pero no es un problema para los profesionales de la información, porque hace que su papel sea cada vez más indispensable en la sociedad. Es decir, el hecho de que haya personajes públicos en la televisión que informan y participan en debates sobre temas de interés general desprestigia la profesión, al mismo tiempo que favorece la necesidad de que los periodistas ofrezcan información veraz y contrastada para garantizar a la ciudadanía un servicio de calidad y su confianza hacia las noticias que consumen. Como se ha demostrado, aunque estos programas tienen audiencia, no gozan de la fiabilidad de los telespectadores.

En base a lo anterior, se puede afirmar que el principal motivo del intrusismo laboral radica en la falta de ética de las televisiones, que priorizan la espectacularización de la realidad antes que el rigor informativo. Entonces, cabría plantearse ¿todo vale para conseguir audiencia? El principal objetivo de los medios televisivos es mantener y aumentar el número de telespectadores. Hay que tener en cuenta que lo digital afecta ya desde la creación de las noticias y el formato de presentación, hasta la forma de consumir información. Por eso, el Periodismo reclama cada vez más nuevos perfiles profesionales y narrativas que se adecúen a las necesidades cambiantes de la sociedad. En el caso de las televisiones la innovación se aplica en formatos periodísticos como el infoentretenimiento, surgido como reclamo a las carencias de una audiencia que se enfrenta a una crisis lectora y comprensiva y que demanda cada vez menos esfuerzo mental para entender las informaciones. Ahora bien, la mezcla de información y

entretenimiento, así como cualquier otra transformación digital que incorporen las televisiones y medios de comunicación en general no debe desprestigiar la profesión periodística y debe cumplir su código deontológico. Por eso, ante la incorporación de nuevas plataformas y modos de presentar los hechos, el papel de los informadores es más necesario que nunca para darle valor al título de Periodismo. En resumen, los medios de comunicación deben adaptar los contenidos a los intereses de los receptores de la información sin perder su identidad.

Por todo esto, se puede concluir que, aunque el intrusismo laboral provoca ciertas limitaciones en el ejercicio periodístico, no debería ser visto como un problema porque lo que hace es que el periodista se enfrente a retos y tenga la necesidad de formarse y especializarse cada vez más, distinguiéndose de los no titulados y siendo capaz de ofrecer información diferenciada y que aporta valor añadido para la sociedad y el prestigio de la profesión. No olvidemos que el informador ofrece un servicio de carácter social y es por ello por lo que se deben garantizar sus buenas prácticas: neutralidad, veracidad, contrastación de datos, pluralidad de contenidos y perspectivas, confidencialidad de las fuentes, etc.

7. Referencias bibliográficas

APM (2019, 21 junio). La precariedad laboral, las presiones, la mercantilización y la búsqueda de la audiencia mediante el espectáculo amenazan la ética periodística.

Apmadrid.es. Recuperado de <https://www.apmadrid.es/la-precari-idad-laboral-las-presiones-la-mercantilizacion-y-la-busqueda-de-la-audiencia-mediante-el-espectaculo-amenazan-la-etica-periodistica/>

Almirón, N. (2006). Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder. *Revista Latina de Comunicación Social*, 9(61).

Cardoso, G. (2011). Más allá de internet y de los medios de comunicación de masas. El nacimiento de la comunicación en red. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (86), 14-22.

Chillón, J. M. (2010). Oportunidades y amenazas del periodismo ciudadano en la sociedad globalizada. *Eikasia Revista de Filosofía*, 31, 1-14.

Código Penal [CP]. Ley Orgánica 1/2015 de 30 de marzo. Art. 403. 2015 (España).

Colegiosperiodistas. (s. f.). La Red de Colegios Profesionales de Periodistas considera que las bases de la oferta de empleo de técnico de Comunicación en Medialab Prado fomentan el intrusismo. Red de Colegios Profesionales de Periodistas. Recuperado de <https://www.colegiosperiodistas.es/la-red-de-colegios-profesionales-de-periodistas-considera-que-las-bases-de-la-oferta-de-empleo-de-tecnico-de-comunicacion-en-medialab-prado-fomentan-el-intrusismo/>

Diezhandino, P. (2005). España: periodistas y medios de comunicación en el escenario del siglo XXI. Que la esperanza sea lo último que se pierda. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación* (63), 54-65.

Farias Batlle P. y Gómez Aguilar M (2011). El estado de la profesión periodística y la crisis de los medios en España. *Revista Razón y Palabra*, 1 (77), 3-5, 10-11.

Federación de Asociaciones de Periodistas de España. (2019, 22 junio). La FAPE solo admitirá a profesionales titulados. Recuperado de <https://fape.es/la-fape-solo-admitira-a-profesionales-titulados/>

Federación de Sindicatos de Periodistas. (2021, 29 abril). 1 y 3 de mayo: Desconfiar la información y vacunarla contra la mentira. Recuperado de <https://fesperiodistas.org/1-y-3-de-mayo-desconfiar-la-informacion-y-vacunarla-contra-la-mentira/>

Fernández Areal, M. (2010). Una profesión titulada periodismo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/10/art/879_Vigo/01_MF_Areal.html

La Constitución española de 1978, Título I. De los derechos y deberes fundamentales. Cap. 2. De los derechos fundamentales y de las libertades públicas. Art. 20: Página Oficial del Congreso Español.

Mahugo, S. M. (2006). La influencia del periodismo ciudadano en los medios tradicionales. *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital- VII Congreso Nacional Periodismo Digital*, 2 y 3 de marzo de 2006 (Huesca). 318-333.

Martín, X. (2019, 18 diciembre). Informe de la Profesión Periodística 2019: Aumenta un 2,6% el paro de los periodistas, tras seis años de caída. *Asociación de la Prensa de Madrid*. <https://www.apmadrid.es/comunicado/informe-de-la-profesion-periodistica-2019-aumenta-un-26-el-paro-de-los-periodistas-tras-6-anos-de-descensos/>

Meyer, P. (2010). La supervivencia en la Web 3.0. *Infoamérica: Revista Iberoamericana de Comunicación*, (2), 39-44.

Montoya, P. G. A. (2006). Periodismo digital y periodismo ciudadano. *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital- VII Congreso Nacional Periodismo Digital*, 2 y 3 de marzo de 2006 (Huesca). 251-262.

Muñoz, J., Navarrete, A., & Quintana, S. (2016, 22 febrero). Intrusismo laboral en el periodismo. PERIÓDICO UNIVERSITARIO UCM EN LA WEB 2.0. <http://generaciondospuntocero.com/intrusismo-laboral-en-el-periodismo/>

Palomo, B. (2006). Periodistas 3.0: de plumillas a activos Ciudadanos digitales. *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital- VII Congreso Nacional Periodismo Digital*, 2 y 3 de marzo (Huesca).36-43.

Parés I Maicas, M. (2006). La telebasura: un fenómeno social preocupante. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación* (66). Recuperado de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero066/la-%c2%93telebasura%c2%94-un-fenomeno-social-preocupante/?output=pdf>

Pinto, T. (2019). ¿Debe un periodista tener la carrera de Periodismo? *elDiario.es*. Recuperado de https://www.eldiario.es/sociedad/periodismo_1_1451891.html

Salaverría, R. (2006). Construyendo un nuevo periodismo. Diez años de logros y retos en la prensa digital. *Comunicação e Sociedade*, vol. 9-10, 129-137.

Salaverría, R. (2019). "Digital journalism: 25 years of research. Review article". *El profesional de la información*, vol. 28, n. 1, e280101. Recuperado de <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>

Soto Vidal, L. (2005). Prensa rosa: el juego sucio de periodistas y famosos. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 11, 193 - 209. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0505110193A>

8. Anexo

INTRUSISMO LABORAL

Este formulario tiene la misión de conocer cómo ha afectado al Periodismo que las personas sin titulación puedan ejercer como periodistas, siendo la televisión el objeto de estudio. Los resultados se plasmarán en un Trabajo de Fin de Grado.

¿Con qué frecuencia ve la televisión? *

	1	2	3	4	5	
Poco (1h al día)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bastante (4h al día o más)

¿Qué tipo de programas suele ver? (posibilidad de respuesta múltiple) *

- Informativos
- Programas de entretenimiento
- Programas del corazón
- Deportes
- Otros

¿Alguna vez ha visto alguno de estos programas? (posibilidad de respuesta múltiple) *

- Sálvame (Telecinco)
- El programa de Ana Rosa (Telecinco)
- Ya es mediodía (Telecinco)
- Espejo público (Antena 3)
- Más vale tarde (La Sexta)
- Al rojo vivo (La Sexta)
- Todos
- Ninguno

¿Cuánto confía en la información difundida en 'Sálvame'? *

	1	2	3	4	5	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bastante

¿Cuánto confía en la información difundida en 'El programa de Ana Rosa'? *

	1	2	3	4	5	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bastante

¿Cuánto confía en la información difundida en 'Ya es mediodía'? *

	1	2	3	4	5	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bastante

¿Cuánto confía en la información difundida en 'Espejo público'? *

	1	2	3	4	5	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bastante

¿Cuánto confía en la información difundida en 'Más vale tarde'? *

	1	2	3	4	5	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bastante

¿Cuánto confía en la información difundida en 'Al rojo vivo'? *

	1	2	3	4	5	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bastante

¿Cree que hay presentadores y/o colaboradores de alguno de estos programas que no tienen titulación en Periodismo? En caso afirmativo, seleccione cuál o cuáles (posibilidad de respuesta múltiple) *

- Sálvame
- El programa de Ana Rosa
- Ya es mediodía
- Espejo Público
- Más vale tarde
- Al rojo vivo
- Todos
- Ninguno