

Serie “Educación mediática para una ciudadanía crítica” Temporada 03. Periodismo y educación mediática

1.- Título y Autoría

Unidad temática nº 7

Infoentretenimiento y periodismo sensacionalista

Maria Josep Picó Garcés, Universitat de València

2.- Duración del vídeo

4'58”, 4 minutos y 58 segundos

3.- Contenido del vídeo

Las nuevas dinámicas de consumo de contenidos en el paradigma digital y la búsqueda de audiencias, cada vez más fragmentadas y con gran capacidad de interacción, ha favorecido nuevos desafíos para el desarrollo del periodismo de calidad. La inmediatez, la agilidad y los contenidos extraordinariamente breves son definitorios del nuevo entorno mediático en el que las redes sociales han adquirido un papel fundamental, junto con la capacidad de difusión de la ciudadanía. En este contexto, además de los riesgos de la desinformación y las noticias engañosas, se agravan tendencias peligrosas para la conformación de una opinión pública cualificada. Entre ellos, un fenómeno antiguo, el amarillismo o sensacionalismo, que encuentra en el ámbito digital un fabuloso en el ecosistema de las TIC y los algoritmos.

De hecho, los contenidos más sorprendentes, con mayor capacidad de atracción, a pesar de su baja fiabilidad o veracidad, pueden tener un gran éxito de audiencia, seguidores, difusión y lograr la ansiada viralidad. Los medios audiovisuales, especialmente la televisión, también han beneficiado tendencias como el infoentretenimiento, un género en alza gracias a las nuevas herramientas digitales y sus dinámicas de transmisión e interacción, como también la Inteligencia Artificial. Esta tendencia puede presentar aspectos positivos para la captación de audiencia. Sin embargo, al mismo tiempo, también revela riesgos para el periodismo de calidad ya que suele mezclar la información con la opinión y el espectáculo con la finalidad de conseguir la máxima audiencia o consumo en la divulgación de contenidos. Sensacionalismo e infoentretenimiento se consideran ya elementos de la posverdad ante la influencia que ejercen en la conformación de la opinión pública.

4.- Objetivos de la Unidad Temática

- Conocer las características del periodismo sensacionalista y del periodismo de calidad.
- Analizar la evolución del infoentretenimiento desde la era analógica a la digital y de la IA.
- Descubrir las claves del infoentretenimiento en el paradigma digital para evitar los riesgos para la opinión pública.

5.- Actividades de aula

5.1. Trabajos de análisis diversos con:

- **Línea audiovisual con películas:**
 - *Los archivos del Pentágono* (*The Post*, Steven Spielberg, 2017)
 - *Spotlight* (Tom McCarthy, 2015)
 - *El Escándalo* (*Bomshell*, Jay Roach, 2019)
- **Línea con documentales:**
 - *El dilema de las redes sociales* (*The Social Dilema*, Jeff Orlowski, 2020)
 - *No se mata la verdad* (Coizta Grecko, 2019)
 - *Breaking the news* (Heather Courtney, Princess A. Hairston y Chelsea Hernandez, 2023)
- **Línea con producciones televisivas:**
 - Programas de la televisión convencional: *El Intermedio*, *Cuarto Milenio*.

5.2. Creaciones audiovisuales y de podcast de infoentretenimiento y sensacionalismo

- Elaborar un podcast conversacional de infoentretenimiento.
- Editar píldoras audiovisuales para difundir en redes sobre noticias de actualidad pasadas por el tamiz sensacionalista.

6.- Recursos adicionales

Tutoriales que advierten sobre los peligros de la información en Internet o sobre qué hacer ante las noticias falsas (cuando sospechamos que pueden serlo):

- Desinformación: 10 pasos para protegerse y proteger a los demás. <https://shre.ink/qfXU>
- TED Social media: https://www.youtube.com/watch?v=Czg_9C7gw0o
- Podcast: <https://www.npr.org/2020/04/17/837202898/comic-fake-news-can-be-deadly-heres-how-to-spot-it>
- Instituto Nacional de Ciberseguridad. Recursos formativos contra la desinformación. <https://www.incibe.es>
- Learn to Check. Formación contra la desinformación. <https://learntocheck.org>

7.- Referencias seleccionadas

Berrocal Gonzalo, Salomé; Redondo García, Marta y Campos Domínguez, Eva (2012). Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras. *adComunica*, 63–79. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2012.4.5>

Ferré Pavia, Carme (2013). *Infoentretenimiento: El Formato Imparable de la Era del Espectáculo*. Barcelona: Editorial UOC.

García-Avilés, Juan Antonio (2021). El reportaje de infoentretenimiento: evolución del género en las televisiones generalistas en España (1990-2020). *Revista de Comunicación*, 20(2), 171–188. <https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A9>

Ortells Badenes, Sara (2015). Los magazines de actualidad basados en el infoentretenimiento: nuevos rasgos del lenguaje audiovisual en el periodismo televisivo. *Signo y Pensamiento*, vol. 34, n. 66, 44-61. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp34-66.mabi>

Rey Morató, Javier del (1998). El naufragio del periodismo en la era de la televisión: la industria del infoentretenimiento, de Aristóteles a Walt Disney. Madrid: Fragua.

Vázquez La Hoz, Brenda y Román Portas, Mercedes (2013). "Vidas Anónimas" (La Sexta): equilibrio entre realidad auténtica y realidad dirigida. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 1067-1075. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42191

8.- Ficha técnica del vídeo

Dirección de proyecto: Javier Marzal Felici y Teresa Sorolla Romero

Producción: Roberto Arnau Roselló y Antonio Loriguillo López

Guión y realización: Maria Josep Picó Garcés

Presentadores: Lara Piñana y Vicent Moya

Equipos audiovisuales y plató: Laboratori de Ciències de la Comunicació UJI

Dirección de fotografía: Juan Plasencia García

Edición y postproducción: Claudia Ferrando Paulo

Ayudante de postproducción: Rubén Nieto González

Supervisión de montaje: Jordi Montañana

Dirección de arte: Daniel Zomeño

Grafismo y efectos de postproducción: Adam Brenes, Micrea Film Projects S.L.

Imágenes: Artgrid, À Punt Mèdia

Música: Artlist

Con la colaboración de: Universitat de València, Universitat Jaume I, À Punt Mèdia, CEFIRE Artístic-expressiu de la Conselleria d'Educació de la Generalitat Valenciana

Una producción del: Laboratorio de Ciencias de la Comunicación, UJI

Con el apoyo de: Cátedra Interuniversitaria de Análisis y Prospectiva Audiovisual en la Universitat Jaume I del Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana, Cátedra RTVE-UJI "Cultura Audiovisual y Alfabetización Mediática" y Proyecto de Investigación "Alfabetización mediática en los medios de comunicación públicos" (AMI-EDUCOM) PID2022-1288NB-I00, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y la Agencia Estatal de Investigación.

