

## Sèrie “Educació mediàtica per a una ciutadania crítica”

### Temporada 03. Periodisme i educació mediàtica

#### 1.- Títol i Autoria

Unitat Temàtica núm. 7

**Infoentreteniment i periodisme sensacionalista**

**Maria Josep Picó Garcés, Universitat de València**

#### 2.- Durada del vídeo

4',53", 4 minuts i 53 segons

#### 3.- Contingut del vídeo

Les noves dinàmiques de consum de continguts al paradigma digital i la recerca d'audiències, cada cop més fragmentades i amb gran capacitat d'interacció, han afavorit nous desafiaments per al desenvolupament del periodisme de qualitat. La immediatesa, l'agilitat i els continguts extraordinàriament breus són definitoris del nou entorn mediàtic on les xarxes socials han adquirit un paper fonamental, juntament amb la capacitat de difusió de la ciutadania. En aquest context, a més dels riscos de la desinformació i de les notícies enganyoses, s'agreugen tendències perilloses per a la conformació d'una opinió pública qualificada. Entre ells, un fenomen antic, la premsa groga o la premsa sensacionalista, que troba en l'àmbit digital un fabulós en l'ecosistema de les TIC i els algorismes.

De fet, els continguts més sorprenents, amb més capacitat d'atracció, malgrat la baixa fiabilitat o veracitat que tenen, poden tenir un gran èxit d'audiència, seguidors, difusió i aconseguir l'anhelada viralitat. Els mitjans audiovisuals, especialment la televisió, també han beneficiat tendències com l'infoentreteniment, un gènere en alça gràcies a les noves eines digitals i les dinàmiques de transmissió i interacció, com també la Intel·ligència Artificial. Aquesta tendència pot presentar aspectes positius per a captar audiència. Alhora, però, també revela riscos per al periodisme de qualitat ja que sol barrejar la informació amb l'opinió i l'espectacle amb la finalitat d'aconseguir la màxima audiència o consum en la divulgació de continguts. Sensacionalisme i infoentreteniment ja es consideren elements de la postveritat davant la influència que exerceixen en la conformació de l'opinió pública.

#### 4.- Objectius de la Unitat Temàtica

- Conèixer les característiques del periodisme sensacionalista i del periodisme de qualitat.
- Analitzar l'evolució de l'infoentreteniment des de l'era analògica a la digital i la IA.
- Descobrir les claus de l'infoentreteniment al paradigma digital per evitar els riscos per a l'opinió pública.

## 5.- Activitats d'aula

### 5.1. Treballs d'anàlisi diversos amb:

- **Línia audiovisual amb pel·lícules:**
  - *Los archivos del Pentágono* (*The Post*, Steven Spielberg, 2017)
  - *Spotlight* (Tom McCarthy, 2015)
  - *El Escándalo* (*Bomshell*, Jay Roach, 2019)
- **Línia amb documentals:**
  - *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)
- **Línia amb produccions televisives:**
  - Programas de la televisión convencional: *El Intermedio*, *Cuarto Milenio*.

### 5.2. Creacions audiovisuals i de podcast d'infoentreteniment i sensacionalisme

- Elaborar un podcast conversacional d'infoentreteniment.
- Editar píndoles audiovisuals per difondre en xarxes sobre notícies d'actualitat passades pel tamís sensacionalista.

## 6.- Recursos addicionals

Tutorials que adverteixen sobre els perills de la informació a Internet o sobre què fer davant les notícies falses (quan sospitem que ho poden ser):

- Desinformació: 10 passos per protegir-se i protegir els altres. <https://shre.ink/qfXU>
- TED Social media: [https://www.youtube.com/watch?v=Czg\\_9C7gw0o](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>
- Institut Nacional de Ciberseguretat. Recursos formatius contra la desinformació. <https://www.incibe.es>
- Learn to Check. Formació contra la desinformació. <https://learntocheck.org>

## 7.- Referències seleccionades

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](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42191)

## 8.- Fitxa tècnica del vídeo

**Direcció de projecte:** Javier Marzal Felici; Marta Martín Núñez; Teresa Sorolla Romero

**Producció:** Roberto Arnau Roselló y Antonio Loriguillo López

**Guió i realització:** Maria Josep Picó Garcés

**Presentadors:** Lara Piñana y Vicent Moya

**Equips audiovisuals i plató:** Laboratori de Ciències de la Comunicació UJI

**Direcció de fotografia:** Juan Plasencia García

**Edició i postproducció:** Claudia Ferrando Paulo

**Ajudant de postproducció:** Rubén Nieto González

**Supervisió de muntatge:** Jordi Montañana

**Direcció d'art:** Daniel Zomeño

**Grafisme i efectes de postproducció:** Adam Brenes, Micrea Film Projects S.L.

**Revisió lingüística:** Grup d'Investigació I.T.A.C.A.-UJI

**Imatges:** Artgrid, À Punt Mèdia

**Música:** Artlist

**Amb la col·laboració de:** Universitat de València, Universitat Jaume I, À Punt Mèdia, CEFIRE de Castelló de la Conselleria d'Educació de la Generalitat Valenciana

**Una producció del:** Laboratorio de Ciencias de la Comunicación, UJI

**Amb el suport de:** Càtedra Interuniversitaria de Análisis y Prospectiva Audiovisual en la Universitat Jaume I del Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana, Càtedra RTVE-UJI "Cultura Audiovisual i Alfabetització Mediàtica" i Projecte de Recerca "Alfabetització mediàtica als mitjans de comunicació públics" (AMI-EDUCOM) PID2022-1288NB-I00, finançat pel Ministeri de Ciència, Innovació i Universitats i l'Agència Estatal de Recerca.

