Isaac López Redondo
Maritza Sobrados-León
(coordinadores)

Los peligros que acechan al Periodismo

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

SALAMANCA
2022

1ª edición: Salamanca (España), 2022.

Esta obra, tanto en su forma como en su contenido, está protegida por la Ley, que establece penas de prisión y multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaren, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización por escrito del titular de los derechos de explotación de la misma.

Diseño y producción gráfica: Pepa Peláez, Editora.

Del texto: © *by* Los Autores, 2022.

De esta edición:
Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, sello propiedad de:
© *by* Pedro J. Crespo, Editor (2022).

Contacto:
Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca, España.
Taller editorial y almacén:
c/ Escuelas, 16. 49130 Manganeses de la Lampreana (Zamora, España)

info@comunicacionsocial.es
https://www.comunicacionsocial.es

ISBN: 978-84-17600-53-2
Depósito Legal: DL S 112-2022
Impreso en España. *Printed in Spain*

Sumario

Prólogo **9**

1. Sintomatología de un periodismo necesario: amenazas, carencias y oportunidades, *por Ángeles Fernández Barrero* **15**
1. Introducción *15*
2. Reducción de la inversión publicitaria *17*
3. Innovación tecnológica *19*
4. La situación sociolaboral de la profesión *21*
5. Periodismo participativo *22*
6. La noticia falsa *23*
7. Recuperar la credibilidad *25*
8. Reciclaje tecnológico *25*
9. Conclusiones *27*
Referencias bibliográficas *28*

2. Riesgos y oportunidades del periodismo en tiempos de redes: ¿Hacia la devaluación de los criterios profesionales periodísticos?,
por María José Ufarte Ruiz; Francisco J. Murcia Verdú **31**
1. Introducción *31*
2. Material y métodos *34*
3. Resultados *35*
3.1. Las redes como oportunidad para el periodismo *35*
3.2. Principales riesgos y retos para el sector *36*
3.2.1. Entre la desinformación y el número de clics *37*
3.2.2. Contraste vs inmediatez por ser los primeros *38*
3.2.3. Relatos fragmentados *40*
4. Discusión y conclusiones *42*
5. Referencias bibliográficas *44*

3. Los leedores de titulares: una generación perdida por culpa del *'clickbait'*, *por Juan Pablo Bellido-Muñoz*..... 49
1. Introducción 49
2. Metodología 51
3. Marco teórico 52
4. Estudio de caso 57
5. Conclusiones 61
Referencias bibliográficas 63

4. El Periodismo Inmersivo. Apuesta, riesgos y condicionantes de la Tecnología Transmedia en el Periodismo en España. El caso RTVE Lab, *por Inés Méndez Majuelos*..... 65
1. Introducción y estado de la cuestión 65
2. Material y Método 69
3. Análisis 70
4. Resultados y Discusión 73
5. Conclusiones 76
Referencias bibliográficas 77

5. Consecuencias de la aplicación del muro de pago en los medios digitales, *por Francisco J. Olivares-García*..... 81
1. Introducción 81
2. Evolución de la comercialización del Periodismo Digital 84
2.1. Ingresos basados en la publicidad 85
2.2. Ingresos basados en el pago por suscripción 86
3. El caso de los muros de El País y El Mundo 89
4. Conclusiones 93
Referencias bibliográficas 94

6. Alternativas en la prensa especializada en videojuegos ante un medio de financiación en declive: el caso de IGN.com, *por Ricardo Martínez Cantudo*..... 97
1. Introducción 97
2. Metodología 98
3. La prensa digital en España 99
4. IGN.com, pionera en su especialidad 101
5. El papel de la prensa especializada española 103
6. Conclusiones 109
Referencias bibliográficas 111

7. Oportunidades y amenazas para la crítica de videojuegos, un género periodístico imprescindible en la prensa especializada,
por Isaac López Redondo; Maritza Sobrados-León **..... 113**
1. Introducción 113
2. Metodología y objetivos 115
3. La crítica como género periodístico..... 117
4. Una aproximación a la crítica de videojuegos 119
4.1. Por qué lo llaman análisis cuando quieren decir crítica..... 121
4.2. La crítica, ¿una herramienta comercial?..... 122
4.3. Usuarios empoderados y críticos extenuados 125
5. Conclusiones 127
Referencias bibliográficas..... 129

8. Prescriptores de noticias: La distribución de la información en la era digital, *por Luisa Graciela Aramburú-Moncada* **..... 131**
1. Introducción..... 132
2. Objetivo y metodología..... 135
3. La constante transformación del periodismo y s u búsqueda de las audiencias 136
4. ¿Qué hacemos? A la gente también le gusta contar historias 141
5. Los medios y el reto de la Agenda Setting dentro del nuevo escenario comunicacional 144
6. ¿Qué pasa con el gatekeeper*? 148*
7. Los nuevos prescriptores de las noticias y la infoxicación ... 151
8. Conclusiones. El reto de los nuevos tiempos: periodismo de calidad 157
Referencias bibliográficas 158