

# La informació electoral en l'era de l'infoentreteniment

Nereida Carrillo Pérez

PID\_00189957

Material docent de la UOC

**Nereida Carrillo Pérez**

Llicenciada en Periodisme i magíster per la UAB amb un treball de recerca sobre l'infoentreteniment i la informació electoral. Combina la recerca amb la faceta professional com a periodista i redactora multimèdia.

L'encàrrec i la creació d'aquest material docent han estat coordinats per la professora: Pilar Ficapal Cusi (2012)

Primera edició: abril 2012  
© Nereida Carrillo Pérez  
Tots els drets reservats  
© d'aquesta edició, FUOC, 2012  
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona  
Disseny: Manel Andreu  
Realització editorial: Eureka Media, SL



*Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los i transmetre'ls públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>*

## Introducció

La informació electoral és avui una realitat esquarterada per una crisi triple: la crisi del periodisme, la de la política i la del concepte de ciutadania. Cap de les tres vicissituds no se'ns dibuixen com a turbulències puntuals i fàcilment resolubles sinó més aviat com a signes de caducitat d'uns models i com a mostres d'unes necessitats de catarsi clares.

La crisi del periodisme presenta diverses arestes: problemes en el model de negoci agreujats per la crisi econòmica, una crisi de paradigma amb canvis profunds en els pilars de la disciplina i també una crisi de credibilitat i llenguatge que està produint un cert allunyament dels seus espectadors, oïdors o lectors. En definitiva, un trencament amb els usuaris.

El periodisme, una disciplina molt dinàmica, ha canviat tant que ha deixat obsolets alguns dels termes emprats per a referir-s'hi. Així, la paraula alemanya per a designar les notícies, *Nachrichten*, ha perdut tot el sentit. Es pot descompondre en *nach*, que traduïm com *després*, i *Richten*, que es refereix als *fets*. Però el periodisme avui ha deixat de ser essencialment un relat posterior als fets.

Els canals 24 hores, però també l'impacte de les xarxes socials, han provocat una immediatesa que no solament ha canviat el temps de les notícies sinó que també està modelant les rutines i els continguts. D'altra banda, el periodisme –com veurem amb més profunditat– ha deixat de ser només el relat dels fets per incorporar també les narracions sobre les percepcions, les emocions, els rumors, els futurs que es poden predir, les "hiperrealitats" o realitats creades... Sens dubte, la base de les històries està canviant i, amb això, també ho fa el periodisme.

La crisi de la política tampoc no se'ns presenta com una qüestió trivial, tot i que hi ha molts interessos que impel·leixen a tractar el problema d'una manera parcial i tangencial. A Catalunya, entre el 2003 i el 2010, la participació en tots els comicis efectuats baixa si es compara amb la mateixa cita electoral anterior. En els comicis al Parlament de Catalunya del 28-N de 2010 i en les eleccions municipals del 22-M de 2011, la participació s'incrementa, però en les eleccions al Congrés del 20-N de 2011 torna a baixar. Els vots en blanc i nuls també creixen i, alhora, s'acumulen els estudis demoscòpics que dibuixen un malestar més gran amb la política i una certa desil·lusió per una gestió que els ciutadans, en general, consideren poc resolutiva, és a dir, que no serveix per a superar els problemes que tenen.

Paral·lelament, en els darrers anys s'han succeït casos de presumpta corrupció i han aparegut arreu del món, promoguts amb l'ajuda de les xarxes socials, moviments de malestar amb la política i de demanda d'altres gestions públi-

ques (la primavera àrab, el 15-M, Occupy Wall Street, les iniciatives a Islàndia que van posar fi al Govern i van proposar una nova Constitució...). La crisi econòmica també ha impactat en aquest context: les dificultats de l'euro i la crisi del deute estan contribuint a posar en relleu, cada cop més, que la sobirania dels països, dels Estats, està amenaçada pel que dicten els mercats.

Els ciutadans es troben enmig de totes aquestes crisis que els impacten, mentre miren de contenir-les, d'eludir-les o de lluitar-hi en contra. Algunes veus critiquen que els mitjans no estan exercint la funció fiscalitzadora del poder que se suposa que tenen, a la vegada que clamen que els partits polítics basen l'agenda pública en qüestions que no interessin als ciutadans i que se centren en el joc partidista i en els interessos propis. Per a alguns ciutadans, la política i el periodisme parlen de temes que no els atreuen i amb un llenguatge que no és el seu.

I és en aquest panorama de gran complexitat que se situa la informació electoral, tocada per múltiples crisis, explorant nous models, en canvi constant. Com han de recuperar el periodisme i la política la confiança i la il·lusió perduda per part dels ciutadans? L'entreteniment banalitzava la política i els seus dirigents o es presenta com una eina útil per acostar la política a grups socials com els joves o els menys informats que, d'una altra manera, no serien públic objectiu?

Els interrogants que ens podem plantejar continuen. L'impacte i les formes de l'espectacle són necessaris per seduir i captar l'atenció d'una audiència cada vegada més dispersa, sotmesa a un excés d'impactes comunicatius i allunyada de la política tradicional? Les formes de l'espectacle i l'entreteniment poden aconseguir despertar una acció crítica en l'audiència, donar-li poder?

Tenint en compte les tres crisis que hem esmentat abans, tot aquest reguitzell d'interrogants es poden incloure en un de més general: poden els models de l'entreteniment contribuir a un canvi positiu o agreugen les tres crisis –del periodisme, de la política, de la ciutadania– que afecten la informació electoral? És un debat tan obert com interessant.

## Continguts

Mòdul didàctic 1

### **La informació electoral en l'era de l'infoentreteniment**

Nereida Carrillo Pérez

1. L'infoentreteniment: característiques i història. Cap a la hibridació de gèneres i formats
2. La informació política i electoral en l'era de l'espectacle
3. La producció de textos periodístics de temàtica electoral

