



Association PILAR¹

(Presse, Imprimés, Lecture dans l'Aire Romane)

<http://www.pilar.fr/>

Jornada de Estudios de PILAR 2025

Escándalo y sensacionalismo en los medios de comunicación

Convocatoria de propuestas / Appel à communication

La Asociación PILAR, conforme a la decisión adoptada en su Asamblea General del 19 de octubre de 2024, dedicará su próxima Jornada de Estudios anual, que tendrá lugar en el **Colegio de España en París el sábado 11 de octubre de 2025**, a reflexionar sobre el siguiente objeto de estudio: el escándalo y el sensacionalismo en los medios de comunicación del área hispanófono y/o lusófono.

El sensacionalismo informativo, como fenómeno periodístico (y discursivo), busca generar sensaciones, deformando o exagerando la información para conmover a la audiencia². Se trata de una práctica que construye mediáticamente la realidad a partir del filtro de las sensaciones con la intención de alcanzar una audiencia más amplia. Su capacidad para captar lectores mediante la circulación de contenidos impactantes y con gran carga dramática y emocional le granjeó a esta fórmula un notable éxito, lo que conllevó su rápida expansión. De este modo, pasó a desarrollarse, primero, bajo la forma de la crónica de sucesos en los orígenes de la prensa de masas, bajo cabeceras como *The New York Sun* (1833) o *The New York Herald* (1835) para,

¹ Association Loi 1901, Préfecture de la Gironde, Bordeaux, 1998.

² TORRICO VILLANUEVA, E.R. (2002): "El sensacionalismo: algunos elementos para su comprensión y análisis", *Sala de Prensa*, vol. 2, nº 45 (2002). <http://www.saladeprensa.org/art374.htm>

finalmente, convertirse en una categoría propia, el periodismo amarillo o amarillista, y en una rentable política editorial³.

El sensacionalismo ha pervivido en el tiempo y no ha escapado ni a medio (prensa, televisión, redes sociales...) ni a temática alguna, desde la crónica de sucesos como el crimen de la Calle Fuencarral (Madrid, 1888) o como la del reciente caso Daniel Sancho (2024), hasta parte del tratamiento de crisis sanitarias como el Covid-19. Los objetivos que llevan a su empleo varían y se entrecruzan: el mero beneficio económico, como parte de una campaña para defender determinadas posturas políticas o como instrumento para orientar la opinión pública, entre otros. Sea como fuere, el sensacionalismo guarda una estrecha relación con la otra noción de interés para el propósito de esta jornada: el escándalo. Definido por la RAE como aquel «Hecho o dicho considerados inmorales o condenables y que causan indignación y gran impacto públicos» el escándalo se convierte en un espacio privilegiado para fomentar un tratamiento sensacionalista de la actualidad o, incluso, es el enfoque sensacionalista el que potencia o amplifica el impacto de unos hechos que, a priori, no tienen por qué ser escandalosos per se. Esta relación dialéctica entre los hechos y su correlato nos interesa particularmente desde la óptica de una forma de hacer periodismo caracterizada por un enfoque que escapa de la descripción realista y de los canales de interpretación intelectuales o racionales para abrazar lo sensacional apelando a los sentidos y las emociones.

El sensacionalismo, con todo, cuenta con una larga tradición en lo que se refiere a su estudio desde un prisma académico, habiendo sido objeto de numerosos trabajos en la historiografía que se ocupa de esta temática por investigadores como Bermeosolo (1962) o Álvarez (1987)⁴. Los últimos lustros su renovada presencia en los medios ha despertado el interés de otras publicaciones como Del Rey Morató (1998), Sánchez Noriega (1997) así como la obra colectiva de Celso J. Almuiña (et. al) *Sensacionalismo y amarillismo en la historia de la comunicación* (2016)⁵, interpretándose este fenómeno o como un indicio de la pauperización

³ BERNAL RODRÍGUEZ, M. (2001): “La crónica de sucesos entre dos seducciones: sensacionalismo y literatura”, en Espejo, C. y otros (coordinadores), *Periodismo: propuestas de investigación*, Sevilla, Padilla Libros Editores & Libreros, pp. 137-158; CARRATALÁ, Adolfo (2016): “De la redacción al juicio: la primera acción popular como explotación periodística del suceso criminal”, *Revista internacional de Historia de la Comunicación*, vol. 1, n.º5 (2015), pp. 1-16.

⁴ F. Bermeosolo (1962): *El origen del periodismo amarillo*. Madrid: Rialp; J. T. Álvarez (1987): *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX: el nuevo orden informativo*. Barcelona: Ariel.

⁵ Javier del Rey Morató (1998): *El naufragio del periodismo en la era de la televisión. La industria del infoentretenimiento: de Aristóteles a Walt Disney*. Madrid, Editorial Fragua; José Luis Sánchez Noriega (1997): *Crítica de la seducción mediática: comunicación y cultura de masas en la opulencia informativa*. Madrid: Tecnos; Celso J. Almuiña Fernándezm Ricardo Martín de la Guardia, José Vidal Pelaz y Lucía Esteban

de la calidad informativa como consecuencia de la anteposición de los intereses mercantiles frente a las funciones estrictamente informativas de las empresas mediáticas. Así, el objetivo de esta jornada es generar un espacio de reflexión y análisis riguroso acerca de las visiones del escándalo y de las prácticas periodísticas sensacionalistas que atraviesan la historia de los medios de comunicación en el espacio hispanófono y lusófono. Esperamos contribuir de este modo a expandir el interés por estos fenómenos y a propiciar un debate que, partiendo del estudio del pasado, nos permita (re)conocer fórmulas sensacionalistas de representar la realidad y escándalos sociales, políticos y mediáticos que se dan desde el presente.

Problemáticas posibles donde enmarcar las propuestas (listado no exhaustivo):

- ¿Cómo se ha construido históricamente el tratamiento sensacionalista de la realidad? ¿Qué estrategias se han empleado? ¿Se han desarrollado temáticas más propicias para este enfoque? ¿Cómo ha reaccionado el público ante este tipo de periodismo?
- ¿Qué papel tienen el miedo y la violencia a la hora de configurar representaciones del escándalo? ¿Cómo se interrelacionan sensacionalismo y moral? ¿Qué forma acogen, desde la óptica sensacionalista, secciones como la crónica de sucesos o la crónica de guerra en los medios hispanófonos/lusófonos?
- ¿Qué nexos existen entre sensacionalismo y política? ¿Es el sensacionalismo una herramienta de (des)movilización ciudadana? ¿El tratamiento de los hechos en clave sensacionalista puede orientar el sentido del voto o los apoyos de la opinión pública a una determinada sensibilidad o causa política? ¿Mediante qué mecanismos?
- ¿Qué rasgos presenta el discurso periodístico sensacionalista cuando se refiere a aspectos relacionados con la salud? ¿Existe algún vínculo entre este enfoque y el alarmismo social? ¿Qué papel tiene el escándalo en las representaciones vinculadas a la consideración social de la salud mental? ¿Son compatibles sensacionalismo y divulgación científica? ¿Qué relación se da entre ambas nociones?

- ¿Qué características asume el mensaje periodístico sensacionalista cuando se refiere a clases particulares o a colectivos como los migrantes o miembros de la comunidad LGTBI+, entre otros? ¿Existe algún vínculo entre el escándalo y el fenómeno de la estratificación o la diferenciación social? ¿Qué rol juega el sensacionalismo aquí?
- ¿Qué propiedades muestra el producto mediático sensacionalista cuando se refiere a las mujeres? ¿y a las (nuevas) masculinidades? ¿Qué resultados emergen al analizar el sensacionalismo y el escándalo desde la perspectiva de género?
- Cuando el sensacionalismo se refiere a la presentación de hechos pasados... ¿Qué visiones de la historia se presentan? ¿Cómo influye el periodismo, en general, y este tipo de aproximaciones, en particular, en la configuración de memorias colectivas?
- ¿Cómo la imagen o la relación entre imagen y texto se articula en los dispositivos mediáticos sensacionalistas? ¿Cómo se construye el discurso visual del escándalo?
- ¿Cómo ha influido la era digital en el desarrollo del sensacionalismo en los medios? ¿Existen diferencias o semejanzas con respecto a los contextos analógicos?

Ejes temáticos a los que podrían adscribirse las comunicaciones:

- Violencia, miedo y sensacionalismo (análisis de géneros como la crónica de sucesos, la crónica negra, la crónica roja, la crónica de guerra y catástrofes, etc.).
- Sensacionalismo y salud: alarmismo social, divulgación científica, salud mental y crisis sanitarias en los medios de comunicación tradicionales y digitales.
- Representaciones sensacionalistas de colectivos migrantes o grupos sociales desfavorecidos (la comunidad LGTBI+, por ejemplo).
- Escándalo, sensacionalismo y perspectiva de género en los medios de comunicación.
- Relación entre tratamiento sensacionalista, escándalo y desinformación.
- Memoria colectiva y sensacionalismo en los medios de comunicación.
- Discursos visuales sensacionalistas (caricaturas, grabados, fotografías de prensa, etc.)
- Medios digitales (redes sociales, periodismo en Internet, nuevos lenguajes de comunicación, etc.) y sensacionalismo.

Propuestas de comunicación

Los y las autores interesados en participar en la Jornada de Estudios deberán enviar sus propuestas de comunicación entre el **24 de febrero** y el **15 de mayo de 2025** a las siguientes direcciones: ruben.cabal@unir.net ; raquel.irisarri@unirioja.es ; assoc.pilar@gmail.com

El resumen en francés, español o portugués respetará las normas y la estructura siguiente:

- Formato: .doc o .docx
- Estilo: Times New Roman, 12, interlineado 1.5
- Estructura:
 - o Título
 - o Datos personales del autor/a:
 - Nombre
 - Apellidos
 - Institución
 - Dirección postal
 - Teléfono
 - Email
 - o Breve CV incluyendo una selección de publicaciones recientes (máx. 300 caracteres)
 - o Resumen de la propuesta de comunicación (máx. 600 caracteres)
 - o Eje (o ejes) temático(s) en el que se desea inscribir la propuesta de comunicación.

Las comunicaciones aceptadas se comunicarán el **30 de mayo del 2025**. Tras la Jornada se publicarán las comunicaciones que hayan superado la evaluación científica externa por doble ciego en un libro electrónico de la colección PILAR bajo el sello editorial SILEX⁶.

La participación en las Jornadas requiere del pago de la cuota de inscripción:

- Docentes universitarios y otros comunicantes: 35€
- Estudiantes (doctorandos y becarios): 20 €

⁶ Los volúmenes se editan en el año siguiente a la realización de la jornada, por lo que su publicación requerirá abonar la cuota de inscripción del año correspondiente.

El pago de dicha cuota incluye, además, la afiliación como socio de pleno derecho de la Asociación PILAR durante el año en curso.

Las modalidades de pago serán precisadas en una segunda circular.