

[Inicio](#)[¿Quiénes somos?](#)[Sobre nosotros](#)[Premio Vicente Verdú](#)[Idea, diseña, emprende](#)[IR AL MÁSTER](#)

Informe

Análisis de las tendencias e innovaciones en el ecosistema mediático de España y Portugal (2025-2030)



Especial fin de año: Análisis de las tendencias e innovaciones en el ecosistema mediático de España y Portugal (2025-2030)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 09/12/2023



Entradas recientes

De la hoja de cálculo a la línea de código... con la IA en el horizonte. Así expresen la tecnología los

Jeff Bezos, el fundador de Amazon, cuenta que a menudo le suelen preguntar qué es lo que va a cambiar en el ámbito empresarial y tecnológico durante la próxima década. Y Bezos en seguida responde: “Para mí lo importante no es saber lo que cambiará de aquí a diez años, sino saber lo que no va a cambiar porque una estrategia empresarial solo se puede construir sobre lo que permanece, lo inmutable”. En un mundo que se mueve a gran velocidad, sometido a un cambio vertiginoso y cada vez más disruptivo, las empresas de comunicación necesitan información destilada y fiable que les permita adoptar decisiones estratégicas y planificar el futuro. Sin ideas no es posible progresar. Conocer las tendencias en un sector determinado contribuye a mejorar los procesos de gestión y de innovación empresarial.

periodistas de datos en España

ENRIQUE RIBERA Y FÉLIX ARIAS —
04/01/25

El medio hiperlocal Pamplonews gana el V Premio Vicente Verdú de Periodismo e Innovación

MIGUEL CARVAJAL — 03/28/25

Las narrativas más innovadoras de 2024 (3)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/23/25

Fuera de los medios tradicionales: periodistas independientes en la era de la suscripción y los boletines (1)

MIGUEL CARVAJAL — 03/11/25

Informe

Análisis de las tendencias e innovaciones en el ecosistema mediático de España y Portugal (2025-2030)



A lo largo de los próximos días, en el blog del Máster en Innovación en Periodismo vamos a ir publicando un análisis prospectivo de **16 tendencias e innovaciones que impactarán en el panorama mediático en España y Portugal durante el próximo quinquenio**. Se trata de una iniciativa del [proyecto IBERIFIER](#) para guiar la toma de decisiones de los directivos de medios, las empresas de comunicación, responsables políticos y demás actores sociales. El informe refleja un panorama complejo y dinámico del sector en la península ibérica, donde la innovación tecnológica y la adaptación constante son claves para mantener la relevancia en la comunicación y el periodismo.

Las narrativas más innovadoras de 2024 (2)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/11/25

Las narrativas más innovadoras de 2024 (1)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/04/25

¿Conoces el *Local Data Lab*?

Es un seminario integrado por profesionales, profesores y alumnos que producen historias locales apoyadas en datos

El informe, que podrá consultarse y descargarse en enero [en la web de IBERIFIER](#), ha sido elaborado por un equipo de investigadores con experiencia y con publicaciones relevantes sobre comunicación y periodismo en general y sobre innovación en particular, pertenecientes a la Universidad Miguel Hernández de Elche en España y a OberCom e ISCTE-IUL en Portugal, integrantes en el proyecto IBERIFIER. La relación de investigadores, que elaboran las tendencias que publicamos en el blog, es la siguiente:

- Miguel Crespo, ISCTE-IUL
- Miguel Paisana, OberCom - Observatório da Comunicação
- Dina Margato, CIES – ISCTE
- Caterina Foá, ISCTE-IUL
- Alicia de Lara González, UMH
- Miguel Carvajal Prieto, UMH
- Félix Arias Robles, UMH
- Alba García Ortega, UMH
- Jose María Valero Pastor, UMH
- Borja Quiles Morán, UMH
- Jose Alberto García Avilés, UMH

Descarga gratis el libro *La crisis del informativo televisivo*

Contribuciones a las XIV Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

Descarga gratis el libro *Pistas y tendencias sobre innovación en periodismo*

Este libro recoge los mejores post publicados en el blog durante los últimos cinco años

Descarga gratis el libro *Mobile first: comunicación*

Este informe estratégico es una de las contribuciones del proyecto IBERIFIER. Mediante el mapeo de los medios de comunicación en España y Portugal, el observatorio IBERIFIER se propone elaborar una investigación científica sobre el desarrollo del ecosistema ibérico de medios, y esta contribución sobre el futuro del sector forma parte del objetivo de establecer indicadores de calidad.

Uno de los grandes retos de este informe de IBERIFIER es identificar las oportunidades que los medios pueden encontrar en las tendencias y contribuir así a su adaptación a las transformaciones del mercado. Además, también pretende alertar de los riesgos y amenazas a los que se enfrentan o se enfrentarán los medios en un futuro próximo, permitiéndoles anticiparse a los problemas y tomar medidas preventivas o, en el mejor de los casos, aplicar procesos de innovación.

Para llevar a cabo la investigación, identificamos más de 90 expertos en Portugal y España con conocimientos, experiencia o investigaciones relevantes en cada una de las áreas, lo que dio lugar a decenas de entrevistas. Sus aportaciones constituyen la materia prima de este documento, junto con los datos e ideas extraídas de estudios, informes y publicaciones especializadas. Además, realizamos una encuesta a más de 100 directivos de medios de España y Portugal que valoraron el posible impacto de las tendencias detectadas, lo que permitió obtener una visión más amplia en cada una de las áreas y tratar de salvar la posible brecha entre las opiniones de los profesionales del periodismo y los expertos.

multipantalla

Contribuciones a las XI
Jornadas Internacionales de
Innovación en Periodismo de
la UMH

Descarga gratis el libro *Cómo innovar en periodismo*

Este libro reúne entrevistas a
27 profesionales que han
pasado por el Máster

Descarga gratis el libro *Innovar en periodismo*

Contribuciones a las X
Jornadas Internacionales de
Innovación en Periodismo de
la UMH

De este modo, hemos podido cruzar puntos de vista diversos, internos y externos al sector periodístico, sobre cada una de las 16 áreas de investigación y elaborar un análisis cuantitativo y cualitativo. En cierta medida, la metodología de análisis de las señales débiles se utiliza para identificar y estudiar signos tempranos y sutiles de posibles tendencias o disrupciones futuras que pueden no ser aún evidentes, lo que permite el desarrollo de escenarios para explorar los diferentes futuros posibles. Los escenarios de futuro ayudan a las organizaciones a comprender las posibles implicaciones y tomar decisiones estratégicas mejor informadas. El análisis se beneficia de un enfoque interdisciplinario, ya que las tendencias y disrupciones pueden originarse en diversos campos, lo que exige aportes de expertos en diferentes ámbitos, como hemos tratado de hacer en este informe.

Ranking de Innovación Periodística 2014

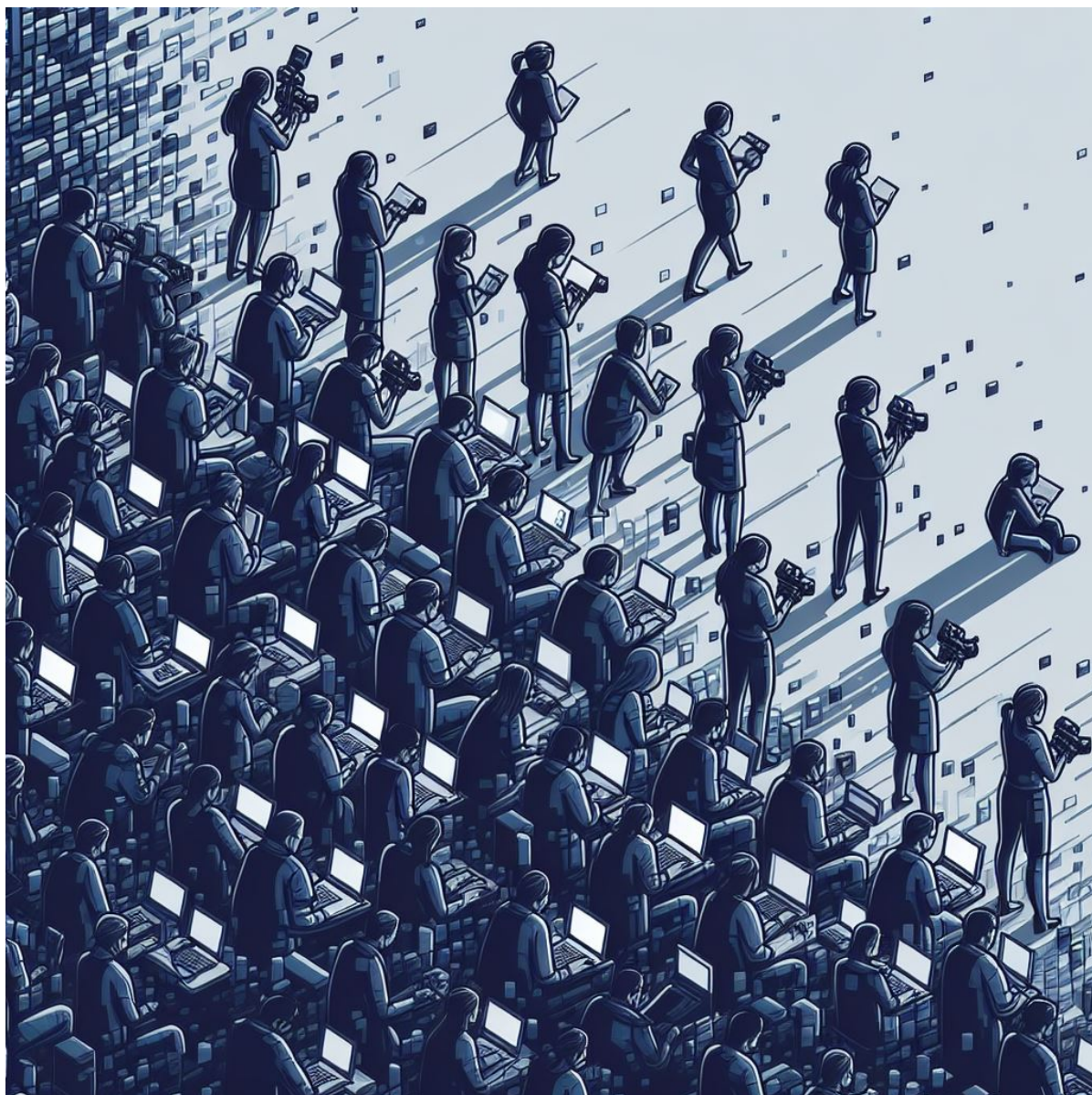
Descubre este informe que analiza las iniciativas periodísticas más innovadoras en España

Consulta el *Diccionario del cliché*

Un proyecto de innovación docente desarrollado por profesores y estudiantes del Máster y el Grado en Periodismo de la Universidad Miguel Hernández

¿Quieres conocer a otros *periodistas de datos*?

Este innovador proyecto de profesores del Máster te ofrece una lista de



profesionales en España y
Latinoamérica

Universidad con Sello de Excelencia Europea

La Universidad Miguel
Hernández de Elche consiguió
el Sello de Excelencia Europea
500+ en 2004, y
posteriormente fue renovada
en dos ocasiones
consecutivas, la primera en
2007 y la segunda en 2009.

En el caso de los medios de comunicación, el análisis prospectivo de las tendencias puede ser decisivo para contrarrestar la situación de fragilidad y gran incertidumbre que atraviesan en el contexto global (y en España y Portugal) debido al fracaso de los modelos de negocio tradicionales, la caída de la inversión publicitaria, la competencia de las grandes plataformas de agregación y las redes sociales en la distribución de contenidos. El informe comienza identificando las tendencias actuales y los factores que podrían configurar el futuro, ya sea a corto, medio o largo plazo. De este modo, el análisis prospectivo pretende ayudar a las organizaciones a anticiparse y adaptarse a los posibles cambios, minimizando los riesgos y aprovechando las oportunidades, con objeto de prepararse para una variedad de futuros posibles que les ayuden a tomar decisiones estratégicas.

Áreas de las tendencias seleccionadas

Los medios de comunicación se hallan entre las organizaciones que afrontan una mayor disrupción en todo el mundo, debido a la repercusión de las tecnologías, la amenaza de nuevos actores desde dentro y fuera del sector, la volatilidad de las audiencias, y la transformación acelerada del modelo de negocio por el desplome de los ingresos publicitarios. Por tanto, la palabra que mejor define la situación del entorno mediático actual es “incertidumbre”.

La perspectiva sectorial resulta esencial para reducir dicha incertidumbre y anticiparse a las necesidades cambiantes en cuanto a los procesos, recursos, y futuras inversiones. Inicialmente, identificamos 16 áreas del

ecosistema mediático ibérico que son el objeto de nuestro análisis. Dichas áreas son los ámbitos clave donde se están produciendo los cambios más trascendentes en el sector mediático:

Inteligencia Artificial: Aplicación de los recursos de aprendizaje automatizado para la optimización de los procesos de producción, distribución, organización y comercialización.

Big Data: Procesamiento de grandes volúmenes de datos estructurados para el análisis de métricas internas y la generación de contenidos

Fact-checking y desinformación: Comprobación de las informaciones que se difunden en los medios de comunicación y las redes sociales con el objetivo de combatir los bulos.

Audiencias: Análisis del consumo de los distintos tipos de medios y de las tendencias en la evolución de los parámetros de comportamiento de los usuarios.

Empresas: Tendencias, retos y estrategias de las plataformas digitales y los medios en la economía de la atención.

Negocio y marketing: Estrategias, planes y modelos de negocio innovadores de la economía digital.

Nuevas narrativas y formatos: Ideación, diseño y desarrollo de narrativas, productos y formas comunicativas innovadoras.

Formación: Destrezas, perfiles y conocimientos propios de los profesionales del sector de la comunicación y el periodismo.

Publicidad: Estrategias para diseñar la imagen para la empresa y sus productos, y entender el mercado y los potenciales consumidores.

Metaverso, RV, RA: Tecnologías de desarrollo de la imagen 3D y generación de entornos virtuales.

Comunicación científica: Procesos que lleva a cabo una organización con el fin de transmitir su información adaptada a los diferentes públicos.

Blockchain, Web 3 y NFT: Aspectos relacionados con la encriptación en la cadena de bloques de operaciones descentralizada y el diseño de la nueva web.

Cultura periodística: Principios, valores, estándares, planteamientos y normas que rodean a las prácticas periodísticas.

Organización laboral: Aspectos relacionados con la gestión eficiente de los recursos de la empresa.

Redes Sociales: Creación, gestión y difusión de contenido en las diferentes plataformas sociales.

Sostenibilidad: Iniciativas impulsadas con el fin de ejercer la comunicación en el marco de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS).

Este informe de IBERIFIER abarca una gran variedad de tendencias en los medios de comunicación que configurarán el desarrollo del periodismo - su cultura, prácticas y formas- en los próximos años. Los resultados dibujan un tipo de periodismo cambiante en términos de audiencias, formatos narrativos, modelos de negocio, producido y consumido en diversos tipos de plataformas, en el que la credibilidad y la ética desempeñan un papel cada vez más importante para luchar contra la desinformación. En buena medida, la inteligencia artificial, el blockchain, la realidad amplificada y otras tecnologías disruptivas impulsan esta evolución.

Nuestro análisis de tendencias no pretende ser exhaustivo. Se centra en algunas cuestiones emergentes que determinan cómo está evolucionando el periodismo y ofrece un marco analítico para evaluar futuros desarrollos en el estudio de los medios de comunicación. Esperamos que les resulte útil.

Nota: Las imágenes utilizadas en estos artículos del blog han sido generadas mediante herramientas de Inteligencia Artificial.

El informe completo “Análisis de las tendencias e innovaciones en el ecosistema mediático de España y Portugal (2025-2030)” podrá descargarse [en la web de IBERIFIER](#) en enero de 2024.



IBERIFIER ha recibido financiación de la Comisión Europea en el marco del acuerdo CEF-TC-2020-2 (Observatorio Europeo de Medios Digitales) con referencia 2020-EU-IA-025.



Jose A. García Avilés
Coordinador Módulo Audiencias

