

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

14 libros sobre periodismo y comunicación de 2024

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 17/12/2024

Seleccionamos una serie de libros sobre periodismo y comunicación, publicados a lo largo de este año. Como es lógico, abundan las obras sobre inteligencia artificial e innovación, y también los trabajos sobre el metaverso, la radio, la infografía, las experiencias inmersivas y el periodismo digital. Esperamos que sean de vuestro agrado. Desde la Revista de Innovación del Máster os deseamos una Feliz Navidad y que 2025 sea un gran año.



Entradas recientes

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

Las narrativas más innovadoras de 2024 (2)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/11/25



Libros sobre periodismo y comunicación de 2024

Las narrativas más innovadoras de 2024 (1)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/04/25

Javier Bardají, consejero delegado de Atresmedia: “La regulación es un aliado de la innovación al servicio de las personas, no simplemente al servicio de las cuentas de resultados de las empresas”

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 02/25/25

Cómo el periodismo de proximidad construye comunidad: cinco estrategias innovadoras

MANUEL ARENAS — 02/18/25

¿Conoces el *Local*



Lorena Cano-Orón, Lorena y Amparo López-Meri. *Introducción al uso de la IA en periodismo. Guía de referencias y modos de uso.* Universidad de Valencia

Las autoras entienden la IA como un complemento al trabajo profesional, y desde esta perspectiva, plantean esta guía, con el objetivo de sumergir a periodistas y expertos en medios en el universo de la IA, destacando tanto las posibilidades innovadoras como los desafíos éticos inherentes a

Data Lab?

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

Descarga gratis el libro *La crisis del informativo televisivo*

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

su aplicación. El objetivo del manual es fomentar el uso ético y efectivo de la IA, permitiendo que la tecnología se convierta en una aliada estratégica para mejorar la calidad y eficiencia del trabajo en el entorno periodístico. Para lograrlo, incluyen una revisión de estudios académicos, junto con un catálogo de herramientas de IA y cómo aplicarlas en las diferentes fases de la producción de contenidos. Acceso libre.

Lo más destacado: Su carácter práctico y su utilidad para introducirse en la aplicación de la IA en el trabajo periodístico con rigor y responsabilidad.



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 multipantalla*

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

Lorena R. Romero-Domínguez (autora) y Antonia Ferrer-Sapena (editora). *Guía de buenas prácticas para periodistas de datos*. Universidad Politécnica de Valencia. Observatorio Valencianos de Datos Abiertos y Transparencia.

El objetivo de la guía es ayudar a identificar y contar historias que no hayan sido descubiertas por los métodos del periodismo convencional. El dato nos ayuda a encontrar información relevante, a hacer el seguimiento de historias complejas con implicaciones globales (por ejemplo, las conexiones entre el poder y el mundo empresarial), a dotarlas de mayor fiabilidad y a encontrar nuevas narrativas para comunicarlas de un modo rápido y efectivo. En definitiva, a diferenciarnos de otros medios de comunicación e involucrar a la audiencia a través de fórmulas innovadoras y enfoques narrativos personalizados. Acceso libre.

Lo más destacado: la explicación del “paso a paso” en la elaboración de un trabajo periodístico basado en los datos y ejemplos de reportajes de periodismo de datos.

Descarga gratis el libro *Cómo innovar en periodismo*

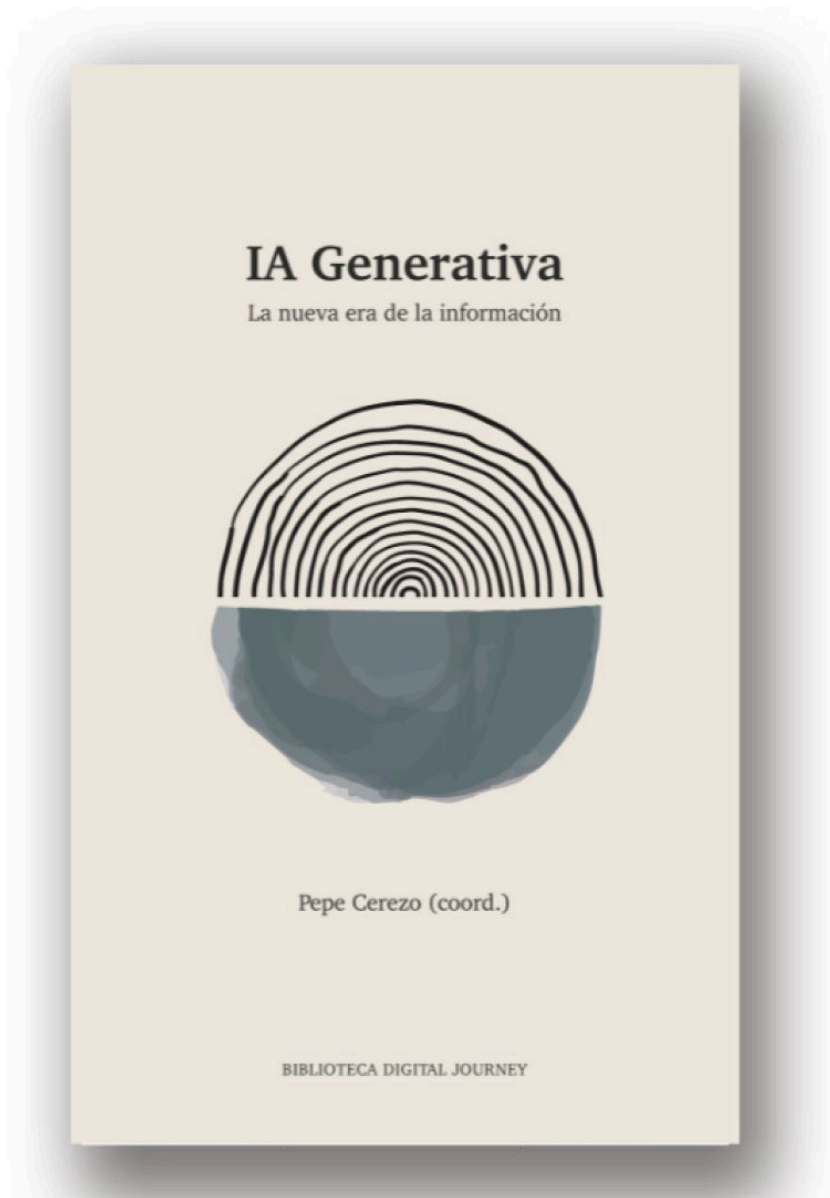
Este libro reúne entrevistas a 27 profesionales que han pasado por el Máster

Descarga gratis el libro *Innovar en periodismo*

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

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

Pepe Cerezo (coord.). *IA Generativa. La nueva era de la información.* Trama Editorial.

Esta obra coral, en la que participa una docena de expertos, analiza el impacto de la IA en el sector de la información y la comunicación. Prestan especial atención a los desafíos éticos, las buenas prácticas y las oportunidades que supone el uso de la IA a medio y largo plazo, aportando una rica variedad de perspectivas, que incluye la publicidad, el audio, el SEO o los derechos de autor. Con capítulos tan sugerentes como “Google quiere ser ChatGPT, pero ChatGPT quiere ser Google”, “Cómo la IA cambia a los periodistas” o “La IA para el negocio: de amenaza existencial a ‘aliado’ ineludible”.

Lo más destacado: Su carácter divulgativo y la solvencia del equipo de especialistas que integra el elenco de autores.

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.



Pavel Sidorenko Bautista (coord.) *Hacia una comunicación accesible en el metaverso.* Ed. UOC

El metaverso está transformando la manera de comunicar e interactuar de muchos usuarios de internet, en especial los más jóvenes. Esta obra profundiza en los retos y oportunidades de estos entornos virtuales, desde su popularización por empresas como Meta y Epic Games hasta su impacto en entornos lúdicos, profesionales, etc. ¿Qué presente y futuro tiene el metaverso, más allá del *hype*? ¿Cómo transforma la comunicación mediante avatares en entornos virtuales? ¿Qué papel juegan las empresas tecnológicas? Académicos y profesionales del derecho, la comunicación y la accesibilidad digital analizan esta realidad.

Lo más destacado: Los especialistas que participan no dan nada por supuesto ni se dejan llevar por el artificio del metaverso, sino que argumentan con datos y conocimiento.

Sonia Parratt Fernández
Javier Mayoral Sánchez
María Ángeles Chaparro Domínguez
(editores)

PERIODISMO E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Aplicaciones y
desafíos profesionales





COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

Sonia Parratt, Javier Mayoral y María Ángeles Chaparro (Eds.).
Periodismo e inteligencia artificial. Aplicaciones y desafíos profesionales. Ed. Comunicación Social

Ofrece una visión general, sistemática y profunda sobre las distintas aplicaciones de la IA al periodismo y su impacto en las tareas periodísticas: desde la detección y verificación de noticias hasta la producción y distribución de contenidos textuales, sonoros o audiovisuales, y la relación con las audiencias. Los autores analizan las repercusiones que tiene el desarrollo generalizado de la IA en las empresas periodísticas. Como subraya Alfred Hermida en el Prólogo, “es urgente que los profesionales y los académicos vayan más allá del aquí y ahora, que dejen de mirar al futuro por el retrovisor y, en su lugar, abracen las incertidumbres, los retos y las oportunidades que se avecinan”. Acceso libre.

Lo más destacado: La obra aborda las ventajas que suponen estas herramientas en los procesos productivos y presta atención los desafíos éticos, profesionales y sociales.

Cadena SER, 100 años de radio:

Una mirada (retro) prospectiva desde la Universidad

Luis Miguel Pedrero-Esteban

Laura Martínez-Otón

Lourdes Moreno-Cazalla

Raúl Terol-Bolinches

Coordinadores





Luis Miguel Pedrero, Laura Martínez Otón, Lourdes Moreno Cazalla y Raúl Terol (Coords.). *Cadena SER, 100 años de radio: Una mirada (retro) prospectiva desde la Universidad*. Tirant Lo Blanch.

Con perspectiva histórica y vocación divulgativa, este libro reivindica la vigencia presente y futura del más elocuente, íntimo y resiliente de los medios de comunicación. La estructura de la obra recorre las diferentes etapas, géneros radiofónicos y tecnologías de distribución durante los primeros cien años de la Cadena SER. Participan 45 profesores e investigadores de radio en 25 Facultades de Comunicación de otras tantas universidades españolas. Cada capítulo se completa con una columna firmada por algunos de los comunicadores más reconocidos de la Cadena SER, desde Iñaki Gabilondo hasta Mara Torres.

Lo más destacado: Si te gusta la radio y deseas curiosear a lo largo de su evolución, esta formidable obra colectiva te encantará.

Dafne Calvo
Guillermo López García
Joaquín Aguar Torres

PERIODISMO DIGITAL



Ecosistemas,
plataformas
y contenidos



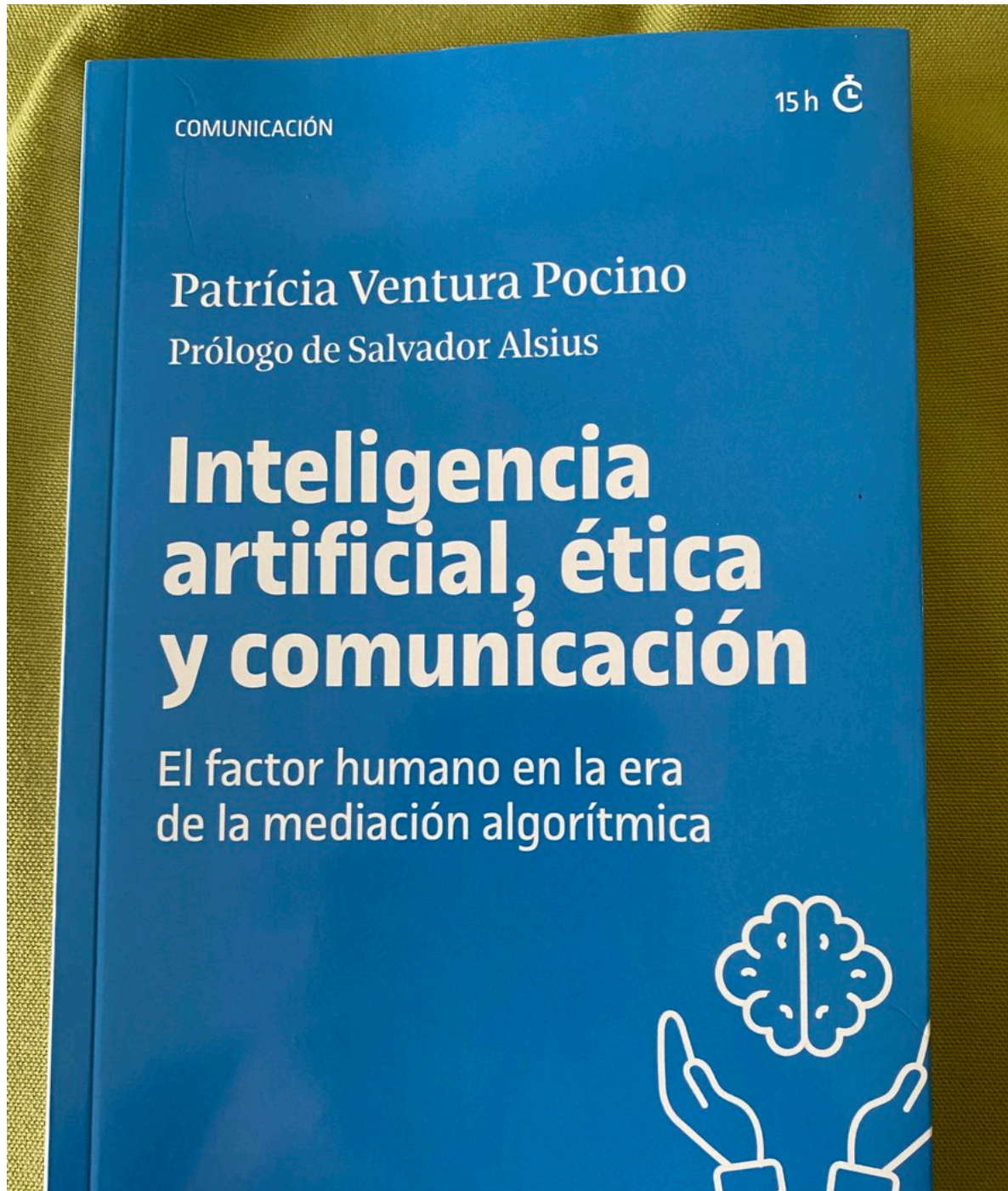


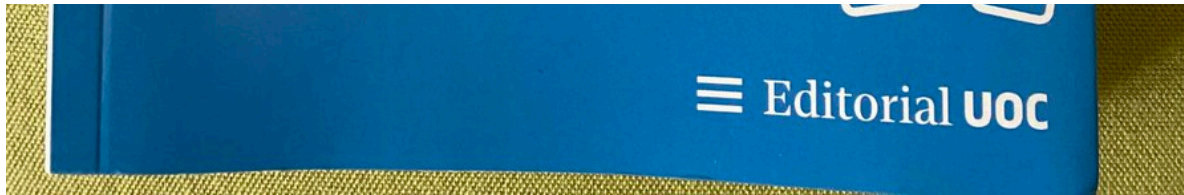
COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

Dafne Calvo, Guillermo López y Joaquín Aguar. *Periodismo digital. Ecosistemas, plataformas y contenidos*. Ed. Comunicación Social.

Una obra útil para entender e interpretar las características del periodismo elaborado en y desde Internet. Se estructura en dos partes: la primera aborda los orígenes y evolución de Internet y la comunicación digital, los géneros, la edición de contenidos periodísticos y los rasgos de los periodistas y los medios digitales. La segunda parte analiza la innovación en el periodismo, la naturaleza de las audiencias en Internet, así como diferentes perspectivas del periodismo como las filtraciones, la desinformación o el periodismo lento, y las tendencias sobre IA, *blockchain* y Big Data. Acceso libre.

Lo más destacado: el trabajo se basa en más de dos décadas de experiencia docente e investigadora de este grupo consolidado de la Universidad de Valencia.





Patricia Ventura. Inteligencia artificial, ética y comunicación. El factor humano en la era de la mediación algorítmica. Ed. UOC

La autora sostiene que desde la comunicación podemos contribuir a la gobernanza de la IA cuestionando aquellas narrativas que describen la tecnología como competidora y mejoradora de la persona, que promueven la automatización de la actividad humana con la productividad y la eficiencia como únicos criterios. Sacarle el mejor partido a la IA pasa también por una adopción responsable de esta tecnología en los medios de comunicación, en un marco de complementariedad humano-máquina que, en el caso del periodismo, implica ponerla al servicio de la elaboración de información de calidad, imprescindible para la salud de la democracia. Para todo ello, el factor humano será imprescindible.

Lo mejor: Este volumen es el resultado de la tesis doctoral de la autora, actualizada y ampliada, que destaca por la calidad de su reflexión y sus propuestas integradoras.



Journalism, Digital Media and the Fourth Industrial Revolution

Edited by
José Sixto-García
Alberto Quian
Ana-Isabel Rodríguez-Vázquez
Alba Silva-Rodríguez
Xosé Soengas-Pérez



José Sixto-García y demás editores. *Journalism, Digital Media and the Fourth Industrial Revolution*. Springer International.

Esta completa obra consta de tres partes. La primera analiza la aparición de las redes centralizadas y descentralizadas y su impacto en los medios digitales para luchar contra la desinformación y la censura, así como para promover el periodismo de datos y metadatos. La segunda explora la innovación y cómo satisfacer las necesidades de las audiencias en el metaverso, las tecnologías de automatización de contenidos, el Internet de las Cosas, etc. La tercera parte explora los nuevos actores: start-ups, spin-offs e iniciativas emprendedoras, la transferencia de conocimiento, los nuevos modelos de financiación, los newsgames y el impacto de la IA en las prácticas periodísticas.

Lo más destacado: Los especialistas analizan el estado de la cuestión en cada ámbito, con referencias actuales y planteamientos muy solventes.



Mercedes Herrero, Carlos Jiménez y Sara Pérez-Seijo (eds.).
Experiencias inmersivas. Realidad virtual y realidad aumentada en
periodismo, publicidad y artes. Tirant Humanidades.

Este libro reflexiona sobre los principales logros de la realidad extendida en los nuevos formatos periodísticos, publicitarios y artísticos, tanto en España como fuera de nuestro país. Participan más de cuarenta autores, procedentes de distintas universidades españolas y extranjeras, expertos en las facetas que ofrecen la realidad virtual (RV) y la realidad aumentada (RA). Se añaden las voces de profesionales de los medios, el marketing y las artes visuales y escénicas, que aportan una mirada práctica sobre el avance en la aplicación real de estas tecnologías.

Lo más destacado: Una mirada sistemática sobre cómo las posibilidades de contar historias se multiplican gracias a la innovación tecnológica, mediante la RV y RA.



Francisco José Murcia Verdú y Rubén Ramos Antón (coords.). La IA y la transformación del periodismo. Narrativas, aplicaciones y herramientas. Comunicación Social.

Analiza las herramientas de IA y su aplicación al periodismo. Sus nueve capítulos abordan la regulación de la IA en la Unión Europea; la preparación de las redacciones frente al desarrollo de la IA; oportunidades y riesgos de la implementación de la IA en los medios públicos europeos; el futuro de la IA desde la óptica de la lingüística

computacional; los discursos periodísticos sobre la IA; la curación de contenidos de calidad mediante modelos de IA, y el uso de los *chatbots* de IA generativa en la distribución de información verificada.

Lo más destacado: una visión estructurada y documentada que constituye una excelente muestra de los últimos avances científicos sobre el uso de la IA en el periodismo.

NOVEDAD

Infografía y visualización para no diseñadores

María Sánchez González

EPI Scholar

Infografía y visualización para no diseñadores

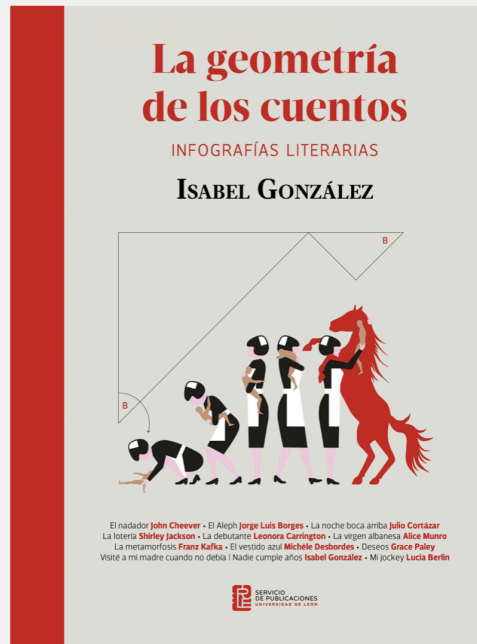
María Sánchez González

Editorial UOC

María Sánchez González. *Infografía y visualización para no diseñadores*. Ed. UOC.

La infografía y la visualización de datos (información visual o visualización de información, en sentido amplio) son herramientas poderosas para cualquier profesional. En esta obra, la autora aborda el proceso de producción y comparte claves y consejos prácticos para empezar a usar estas formas visuales al servicio de una comunicación más atractiva, innovadora y adaptada a las necesidades del público y, al mismo tiempo, fiable y rigurosa. Gestado con un enfoque amplio, el libro se dirige no solo a periodistas y comunicadores, sino también a cualquier persona interesada en el tema.

Lo más destacado: Ofrece amplia información sobre cómo plantear y desarrollar proyectos de información visual atractivos y funcionales, que cumplan su finalidad.



Isabel González. *La geometría de los cuentos. Infografías literarias.* Universidad de León.

¿Por qué determinadas narraciones nos fascinan? Las infografías de Isabel González tratan de responder a esta pregunta mediante formas, curvaturas, distancias, longitudes. ‘Geometrizan’ los cuentos. Permiten mirarlos. Casi tocarlos. Establecen relaciones entre los elementos visibles e invisibles de la historia. Corporeizan los trucos y encarnan las abstracciones de relatos tan míticos como El Aleph, El nadador o La lotería hasta el punto de trazar una narración paralela. González,

infografista de El Mundo, aborda el proceso de elaboración de estas obras de arte, desde su concepción, idea, bocetos, diseño y hasta su publicación. Este bello libro es una compilación de sus excelentes visualizaciones literarias que publicó en el diario El Mundo y sus suplementos.

Lo más destacado: La autora refleja todo el delicado proceso de la realización de infografías literarias: bocetos, esquemas, apuntes, tachones...



INNOVATIONS IN JOURNALISM

COMPARATIVE RESEARCH IN FIVE EUROPEAN
COUNTRIES

Edited by

Klaus Meier, Jose A. García-Avilés,
Andy Kaltenbrunner, Colin Porlezza,
Vinzenz Wyss, Renée Lugschitz
and Korbinian Klinghardt



Klaus Meier, Jose Alberto García Avilés, Andy Kaltenbrunner y otros editores. *Innovations in Journalism. Comparative Research in Five European Countries*. Routledge.

Este libro ofrece una definición de innovación y trata de responder a numerosas preguntas como por qué la innovación en el periodismo es útil no sólo para la propia industria de los medios, sino también para la sociedad en su conjunto. Los autores exploran 25 innovaciones periodísticas, tales como la IA, el periodismo de datos o las narrativas interactivas, desde una perspectiva comparada. En cada innovación se analizan los objetivos y las condiciones que la fomentan o impiden, con estudios de caso en Austria, España, Alemania, Suiza y Reino Unido. Además, incluyen recomendaciones prácticas para periodistas, directivos de medios y responsables políticos. Acceso libre.

Lo más destacado: la experiencia del equipo investigador se traduce en un análisis comparativo que aporta conclusiones relevantes para académicos y profesionales.



Jose A. García Avilés

Coordinador Módulo Audiencias

© 2025 Máster en Innovación en Periodismo · Blog · Inicio ·

