

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

Innovación y periodismo bajo palmeras en Elche: publicamos el libro de acceso abierto "Innovations in Journalism"

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 04/06/2024

La visión del periodismo cambia bajo las palmeras. En Elche hay más de 250.000 ejemplares de la "Phoenix dactylifera" y cientos de ellas se hallan en nuestro campus de la Universidad Miguel Hernández (UMH). En 2018, un grupo de investigadores de periodismo de Eichstätt (Alemania), Viena, Londres y Zúrich se reunieron con el equipo de la UMH para explorar la evolución de los medios de comunicación. Bajo las palmeras, sin una agenda, sin un programa ni un protocolo concreto, queríamos compartir experiencias: relatar la situación del periodismo en cada país, comparar los ecosistemas mediáticos y los proyectos más actuales. Las sesiones informales de *brainstorming* y los debates distendidos bajo las palmeras se convirtieron en un proyecto de investigación conjunto que arrancó en octubre de 2020 con el título "[Journalism Innovation in Democratic Societies](#)". Un total de 24 investigadores de cinco países (Austria,



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

Alemania, España, Suiza y Reino Unido), durante tres años nos hemos hecho preguntas sistemáticas: ¿Qué es una innovación? ¿Cómo surge la innovación en el mundo del periodismo? ¿Qué impacto tiene en los sistemas de medios y en las democracias?



Este libro presenta los resultados del proyecto conjunto entre la Universidad Católica de Eichstätt; la Asociación de Investigación Medienhaus Wien, la Academia Austriaca de Ciencias y la Universidad de Klagenfurt; la Universidad de Ciencias Aplicadas de Zúrich con socios de

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*

la Universidad de Lugano y de la City University de Londres; y la Universidad Miguel Hernández. Se describen 49 innovaciones periodísticas paneuropeas identificadas y se analizan 100 casos en España, Austria, Suiza, Alemania y el Reino Unido. [El libro es de acceso abierto y puede descargarse gratuitamente en Routledge.](#)



El inicio del proyecto no fue fácil. La primera fase coincidió con la pandemia de COVID-19 y los confinamientos en toda Europa. Por esta razón, el trabajo sobre innovación fue necesariamente lo más innovador posible y utilizamos diversos canales, herramientas online y mucha interacción digital entre los miembros del equipo y con los expertos. En la primera fase de la investigación hicimos más de cien entrevistas con

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

expertos, estructuradas para facilitar la comparación internacional y docenas de debates informales con analistas de las innovaciones periodísticas.

En la última década, muchos medios han atravesado un "valle de lágrimas" complicado; algunos encontraron nuevas formas y métodos para crecer, y otros se convirtieron en triunfadores tras la "destrucción creativa" que también se produjo en muchas otras industrias como resultado de la digitalización y la globalización. También hubo muchos otros que fracasaron o desaparecieron.

El periodismo está experimentando profundas transformaciones, y las innovaciones desempeñan un papel clave en este proceso. El creciente uso de la inteligencia artificial, la búsqueda de nuevos modelos de negocio, las estrategias de captación de audiencias y el impacto de las redes sociales están configurando el ecosistema informativo, obligando al periodismo a adaptarse continuamente. Así, la innovación se convierte en un elemento crucial para que los medios se reinventen. La innovación no puede diseñarse únicamente en la pizarra. En el periodismo tiene que haber desacuerdos, experimentos, distintas visiones y mucho ensayo y error. La innovación necesita un discurso abierto y el intercambio de experiencias, ya sea bajo las palmeras, en las redacciones o en los centros de investigación.

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

Nuestro objetivo era identificar las innovaciones más importantes en periodismo en la última década en los países participantes y qué factores promovían o frenaban el desarrollo de las innovaciones en las empresas informativas. Además, los investigadores trataron de dilucidar en qué medida el sistema de medios afecta a la implantación de innovaciones. Fundamentamos el proyecto en las teorías normativas, según las cuales el periodismo es una condición existencial de las sociedades democráticas. Pero ¿cuáles son las innovaciones más significativas que han caracterizado el periodismo a lo largo de esta década? ¿Cuál es la naturaleza de las innovaciones y qué impacto tienen en la función del periodismo en las sociedades democráticas?



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

En nuestra opinión, el periodismo es responsable de informar a la gente, de hacer que los poderosos rindan cuentas y de capacitar a los individuos para participar más plenamente en la sociedad. El objetivo no era sólo generar hallazgos empíricos y avanzar en la teoría sobre la innovación periodística; también queríamos formular recomendaciones prácticas para periodistas, directivos de medios y responsables políticos, de modo que contribuyan a mejorar la calidad y la función democrática del periodismo.

¿Qué entendemos por innovación periodística? El concepto es algo difuso tanto en la literatura académica como en la profesional. Pocos autores ofrecen una definición precisa de innovación y a menudo la identifican con otros conceptos, como la novedad, la invención, el cambio o la creatividad. La innovación combina el descubrimiento de un problema o necesidad, el desarrollo de una idea para aportar una solución con una aplicación práctica para obtener resultados satisfactorios. Además, las innovaciones no se limitan a nuevos productos o tecnologías, sino que también pueden basarse en una combinación original de ideas, procesos o recursos ya existentes. Nuestro trabajo explora la transformación del panorama mediático examinando las innovaciones relativas a la producción, la organización, la distribución y la comercialización de contenidos informativos.

La innovación no garantiza automáticamente ni la calidad ni la sostenibilidad, pero sí aporta un valor diferencial a la empresa. Sin embargo, las innovaciones periodísticas no sólo repercuten en las

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

organizaciones que las aplican, sino que también pueden generar tendencias o provocar cambios en la industria, e incluso pueden tener un impacto en la sociedad.

No obstante, las innovaciones no son independientes del contexto en el que surgen. En otras palabras, cualquier innovación es simultáneamente hija de su tiempo y está sujeta al marco económico y sociopolítico de cada país concreto. También están estrechamente vinculadas a la evolución tecnológica. Por ejemplo, la penetración de Internet ejerció presión sobre los modelos tradicionales de ingresos de los medios de comunicación a distintas velocidades en los países analizados. Mientras que el Reino Unido adoptó pronto una estrategia de transformación digital, los países germanoparlantes de la muestra (Austria, Alemania y Suiza) tuvieron más tiempo para desarrollar la innovación debido a unos datos macroeconómicos favorables y a unos mercados relativamente estables con una propiedad cada vez más concentrada. En España, la industria de los medios de comunicación y el periodismo sufrieron las consecuencias de la crisis económica de 2008. Esto provocó el colapso de varios medios y la pérdida masiva de puestos de trabajo en el periodismo, pero, al mismo tiempo, fue el punto de partida de una fase de puesta en marcha experimental. En la década de 2010 surgieron alrededor de 3.000 nuevos medios digitales periodísticos, tanto a nivel nacional como local, a menudo basados en nuevos modelos de financiación.

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.

SPAIN 

	<p>Newtral AI Journalism</p> <p>Newtral is an startup that has been capable of developing its own technology in-house and is therefore one of the few media outlets in Spain that have a team dedicated almost exclusively to working with AI.</p>
	<p>Podium Podcast Audio and Podcast</p> <p>Podium Podcast is a podcast platform founded in 2016 dedicated professionally to podcasting. The quality of its programmes, documentaries and sound fiction has made it one of the most awarded media in the audio sector.</p>
	<p>Vocento Branded Content</p> <p>Vocento is a media conglomerate with dozens of regional media and the national daily newspaper ABC. In 2016, they developed Content Factory, a specific group dedicated to integral Branded Content.</p>
	<p>CIVIO Collaborative/Investigative Journalism</p> <p>Founded in 2012, Civio is a media initiative committed to the control of government and public authorities. In 2015, Civio began forming partnerships with international media outlets.</p>
	<p>Datadista Data Journalism</p> <p>Datadista is a media outlet specialized in data journalism created in 2016 as one of the pioneering projects in this speciality.</p>
	<p>Pikara Magazine Diversity and Inclusion</p> <p>Pikara Magazine is an entrepreneurial project with an intersectional feminist perspective born in 2010 from the Basque network of journalists as an online media, although today it has a printed magazine.</p>
	<p>El Español Engagement on the Basis of Data</p> <p>El Español is a digital native news media created in 2015 that that launched personalized content initiatives in 2020, when it decided to update a space where subscribers can configure content according to their preferences.</p>
	<p>Maldita.es Fact Checking</p> <p>Maldita.es is a non-profit organisation pioneer in fact-checking in Spain. One of its main innovations has been the use of new distribution channels (WhatsApp, Twitch, Tiktok) to debunk hoaxes.</p>
	<p>porCausa Foundation Funding</p> <p>porCausa is a foundation made up of experts, researchers and journalists who approach migration issues from the perspective of data and investigative journalism.</p>
	<p>El Confidencial Media Lab</p> <p>El Confidencial Lab is the innovation unit of the digital-only news outlet El Confidencial. The lab was set up in 2013 to push innovation throughout the whole company in an integrated way.</p>

Para hacernos una idea cabal de por qué surgen innovaciones periodísticas en cualquier país, hay que tener en cuenta varios factores, como las condiciones macroeconómicas, los cambios sociopolíticos y las intervenciones estatales.

Defendemos un enfoque estructurado de la innovación y abogamos por una gestión abierta que fomente la experimentación y aplique los procesos de innovación vinculados a la calidad. Uno de los retos que plantean las innovaciones periodísticas es que la alta dirección a veces pasa por alto la complejidad de innovar en las redacciones. Los requisitos previos para el éxito son la planificación estratégica, la asignación de

recursos, contar con equipos interdisciplinarios y, sobre todo, la flexibilidad y la capacidad de adaptación. En última instancia, el libro también sirve de guía estratégica para los directivos de los medios, destacando la necesidad de un enfoque sistemático e integrado.



El libro está estructurado en seis partes. La primera sienta las bases del análisis empírico y presenta el marco teórico en el que se basa la investigación propiamente dicha. El libro no sólo ofrece una definición de innovación, sino que también 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.

La Parte II presenta el planteamiento metodológico del proyecto, basado en métodos cualitativos como las entrevistas y el análisis de contenido. Por ejemplo, para identificar las innovaciones periodísticas más relevantes de la última década, realizamos 20 entrevistas semiestructuradas a expertos en cada uno de los cinco países. A continuación, codificamos y analizamos las entrevistas, agrupando las principales formas de innovación y comparando los resultados entre países. También adoptamos un diseño de estudio de casos múltiples para analizar innovaciones específicas. Y aplicamos métodos cuantitativos como una encuesta online entre los profesionales de las empresas de los estudios de caso.

En la Parte III, describimos las condiciones marco para la innovación en el periodismo de cada país. En otras palabras, analizamos el contexto socioeconómico en el que surge la innovación periodística. Aunque nos centramos en el periodo 2010-2020, hemos tenido que retroceder en el tiempo para considerar tendencias a largo plazo.

La parte IV se centra en los principales resultados empíricos, que son las innovaciones más relevantes. Analizamos cada innovación periodística, por ejemplo, la inteligencia artificial, el periodismo de datos o las narrativas interactivas desde una perspectiva comparada. En cada

innovación, nos fijamos en los siguientes aspectos: el objetivo, las condiciones que fomentan o impiden la innovación, y el impacto social. Además, ofrecemos estudios de caso en cada país.



La Parte V consiste en una comparación de los distintos sistemas de medios de la muestra para analizar las innovaciones emergentes. Esta parte reúne tanto las innovaciones individuales como las condiciones marco y ofrece un análisis en profundidad de qué tipo de innovaciones favorecen o frenan las condiciones socioeconómicas existentes en un país.

En la Parte VI, presentamos nuestras conclusiones sobre las innovaciones más relevantes, ofrecemos recomendaciones prácticas para periodistas, directivos de medios y responsables políticos, y resumimos los conocimientos teóricos adquiridos en el proyecto.

Agradecemos a los centenares de personas con experiencia en la investigación de innovaciones y con experiencia periodística en empresas informativas consolidadas y en startups, que han atendido nuestras preguntas a lo largo de los últimos años. Participaron en focus groups, conferencias, reuniones cara a cara y encuestas online, y también en intercambios distendidos de ideas. Una mención especial a la Fundación Alemana para la Investigación, el Fondo Austriaco para la Ciencia y la Fundación Nacional Suiza para la Ciencia, que financiaron el proyecto. Ha sido un viaje fascinante que ahora compartimos en este libro.

Innovations in Journalism. Comparative Research in Five European Countries (2024) Edited By Klaus Meier, Jose A. García-Avilés, Andy Kaltenbrunner, Colin Porlezza, Vinzenz Wyss, Renée Lugschitz y Korbinian Klinghardt. Londres: Routledge. Open Access:
<https://www.routledge.com/Innovations-in-Journalism-Comparative-Research-in-Five-European-Countries/Meier-Garcia-Aviles-Kaltenbrunner-Porlezza-Wyss-Lugschitz-Klinghardt/p/book/9781032630397>



Jose A. García Avilés

Coordinador Módulo Audiencias

© 2025 Máster en Innovación en Periodismo · [Blog](#) · [Inicio](#) ·

