

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

40 expertos analizan en Viena el impacto de la innovación periodística y rinden homenaje a Mario Tascón

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/10/2023

El proyecto internacional “[Journalism Innovation in Democratic Societies: Index, Impact and Prerequisites in International Comparison \(JoIn-DemoS\)](#)” ha reunido a un grupo de profesionales y expertos en un Simposio sobre el impacto de la Innovación celebrado en la Academia de Ciencias de Austria. En el proyecto, iniciado en octubre de 2020, participan 15 investigadores de la Catholic University Eichstaett-Ingolstadt (Alemania), la Austrian Academic of Sciences (Austria), el Institute of Applied Media Studies y la Università della Svizzera italiana (Suiza), y la Universidad Miguel Hernández (España).



Entradas recientes

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



Simposio Journalism Innovation in Democratic Societies
Academia de Ciencias de Austria, 29 septiembre 2023

En el simposio celebrado en Viena, el profesor Klaus Meier, investigador principal del proyecto, explicó los principales resultados obtenidos en los 3 años de investigación. Unos 40 expertos y periodistas de una veintena de medios europeos abordaron los retos de la innovación en dos sesiones. En la primera, introducida por José Alberto García Avilés (Universidad Miguel Hernández), los asistentes debatieron sus experiencias y buenas prácticas: ¿Cuáles son los motores para innovar en las redacciones? ¿Y los mayores obstáculos? ¿Qué ha funcionado, qué no y por qué?

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

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

Descarga gratis el libro *La crisis del informativo televisivo*

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

El profesor García Avilés rindió un emotivo homenaje al periodista Mario Tascón. “Mario Tascón falleció anoche de forma repentina. El periodismo en España y Latinoamérica está de luto. En este simposio en que hablamos de innovación periodística le recordamos como pionero y gran innovador en el periodismo digital. A mediados de los noventa, creó la edición digital de El mundo.es. A comienzos del milenio, **dirigió** el área de contenidos digitales del Grupo Prisa (El País, As, Cinco Días...). En 2010

fundó la empresa de comunicación **Prodigioso Volcán**, un referente en la innovación, el diseño y la comunicación eficaz en nuestro país. Estuvo vinculado a la Fundación Gabo y contribuyó a la formación de periodistas en España y Latinoamérica. Mario uno de los expertos que desde el comienzo participaron en nuestro proyecto “Join Demos”. También colaboró con el Máster en Innovación en Periodismo y **presidió el Jurado de los Premios Vicente Verdú de Periodismo e Innovación** otorgados en los tres últimos años. Siempre estaba dispuesto a colaborar generosamente, a echar una mano, a orientar con su experiencia y conocimiento. En definitiva, Mario es uno de esos gigantes de la profesión cuyo legado trasciende fronteras y sin duda dejará una huella imborrable. Descanse en paz”. Los asistentes le tributaron un cálido aplauso.

En la segunda sesión, moderada por Vinzenz Wyss, (University of Applied Sciences), se abordaron los retos del futuro en torno a estas preguntas: ¿Cuál debe ser el concepto de futuro del periodismo? ¿Qué hace falta para que el periodismo siga siendo rentable? ¿Cómo puede seguir cumpliendo su función democrática? ¿Qué papel desempeña la innovación?

A lo largo del proyecto, una veintena de casos de estudio han sido seleccionados para representar las 20 innovaciones más destacadas en España. Los medios seleccionados son los que aparecen en las imágenes:

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

SPAIN

Newtral | AI Journalism
Newtral is a 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.

Podium Podcast | Audio and Podcast
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.

Vocento | Branded Content
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.

CIVIO | Collaborative/Investigative Journalism
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.

Datadista | Data Journalism
Datadista is a media outlet specialized in data journalism created in 2016 as one of the pioneering projects in this speciality.

Pikara Magazine | Diversity and Inclusion
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.

El Español | Engagement on the Basis of Data
El Español is a digital native news media created in 2015 that launched personalized content initiatives in 2020, when it decided to update a space where subscribers can configure content according to their preferences.

Maldita.es | Fact Checking
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.

porCausa | Foundation Funding
porCausa is a foundation made up of experts, researchers and journalists who approach migration issues from the perspective of data and investigative journalism.

El Confidencial | Media Lab
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.

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

 <p>Periodismo a pesar de todo</p>	<p>elDiario.es Membership models elDiario.es has stood out for its business strategy and its membership model, which reached a peak during the COVID crisis when it went from 36,000 to 56,000 members.</p>		<p>El País New Organisational Forms and Teams El País is Spain's leading newspaper. In 2016 they underwent a reshaping that found a new impetus in 2019. These organisational changes had undergone a major transformation, but above all with its business model in mind.</p>
	<p>Diari Ara Mobile and Live journalism Diari ARA is a regional newspaper based in Catalonia. Its digital edition has incorporated the Design Thinking framework, so all product developments follow a research, definition and testing process.</p>		<p>Heraldo de Aragón Remote Work In March 2020, due to the pandemic, almost the entire Heraldo staff left the newsroom to work from home, a strategy that was already designed in advance.</p>
	<p>RTVE lab New Digital Storytelling RTVE lab is the innovation unit of Spanish public broadcasting. The lab has won many awards for their interactive projects, focusing on the production of audio-visual formats.</p>		<p>Mr Underdog Para-journalistic Initiatives Mr Underdog is a sports journalism project that has gathered a huge audience outside traditional channels. With an accurate strategy, they have managed to harvest more than 70,000 subscribers on YouTube and almost 20,000 followers on Twitch.</p>
	<p>Sphera Sports News on Social Media Sphera Sports is a small digital-only sports news outlet. Unlike other media, it does not see social media as a mere distribution channel, but as its core.</p>		<p>El Mundo Paywall and Paid Content El Mundo is a legacy media Madrid-based daily newspaper. It was the first major national media to launch the subscription model in 2019 after its failure at the turn of the century.</p>
 <p>Antes del día para poder despertar</p>	<p>Kloshletter Newsletters Kloshletter is a daily newsletter conceived, edited and distributed by a single journalist, Charo Marcos. It is the first independent newsletter of general news to be published in Spain.</p>		<p>Materia Science Journalism Materia is a science media company founded in 2012. Their coverage of the pandemic has earned them multiple awards.</p>

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

El documento que se presentó en el simposio con la explicación de los 100 casos de estudio de las innovaciones analizadas en los cinco países [puede descargarse aquí](#). A comienzos de 2024, los investigadores publicarán un libro en la prestigiosa editorial Routledge que detallará las aportaciones realizadas a lo largo de estos años.

El objetivo del proyecto es identificar qué factores de cada sistema mediático afectan a la aplicación de la innovación para conseguir una mayor calidad periodística y democrática. En la primera fase los investigadores se centraron en identificar, indexar y evaluar las 100 innovaciones periodísticas más importantes en los mercados nacionales

de Alemania, Austria, Suiza, Reino Unido y España (20 en cada país). [Entre los resultados](#), el periodismo de datos figura entre las cinco innovaciones más importantes en los cinco países. El periodismo de investigación colaborativo, la captación de audiencia basada en datos, los modelos de suscripción y el periodismo automatizado también figuran entre las innovaciones más relevantes.



En la segunda fase se seleccionaron 100 casos de estudio, uno representativo de cada innovación, y mediante entrevistas con los responsables, se analizaron qué factores potencian y obstaculizan las innovaciones en las redacciones, sus principales resultados y su impacto

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.

social. Muchas innovaciones periodísticas generan tendencia, provocan cambios en la industria y, finalmente, tienen un impacto social por el valor aportado. Sin embargo, si se contrastan estos cambios con el estado económico financiero general del sector o la precariedad laboral, se entienden mejor las reticencias de algunos académicos ante la euforia de la innovación.

El proyecto también ha estudiado las principales innovaciones en los medios españoles entre 2010 y 2020, y explora su naturaleza y su grado de impacto en las organizaciones, en la industria y en la sociedad. Este enfoque trata de paliar la carencia de análisis sistemáticos sobre la innovación y contribuye a radiografiar la transición digital de los medios tradicionales. Partiendo del Manual de Oslo y de otros trabajos preliminares se presenta la innovación como un fenómeno holístico en diversas áreas de la actividad periodística: producción, distribución, comercialización y organización.

team members



 **Austria:** Andy Kaltenbrunner, Matthias Karmasin, Renée Lugschitz, Sonja Luef, Johanna Mörk, Edith Michaeler (**Medienhaus Wien**)

 **Germany:** Klaus Meier, Michael Graßl, Korbinian Klinghardt, Maïke Körner (**Catholic University Eichstätt-Ingolstadt**), Jonas Schützneder (**Hochschule Magdeburg-Stendal**)



Spain: José Alberto García-Avilés, Alicia de Lara, Miguel Carvajal, Félix Arias, José M. Valero-Pastor, Dámaso Mondéjar, Borja Quiles
(**Miguel Hernández University of Elche**)



Switzerland: Vinzenz Wyss, Guido Keel, Mirco Saner (**ZHAW Zurich University of Applied Sciences**)



United Kingdom: Colin Porlezza, Petra Mazzoni, Giulia Ferri (**Università della Svizzera italiana**)

En España, los resultados reflejan que el periodismo digital se produce, distribuye y sostiene cada vez mejor, aunque el grado de adopción es desigual. Aunque se han identificado procesos innovadores, no se han constatado su extrapolación al resto del sector, incluso en ámbitos como el *fact checking* o el periodismo de datos. Se deduce la existencia de una cultura y una práctica de la innovación en numerosos medios, que responde a un esquema de aportación de valor, aunque también se constata la tendencia a abusar del término innovador o a introducir novedades vacías de significado.

La mayoría de las innovaciones detectadas han supuesto una mejora incremental en la forma de producir, distribuir, organizar y comercializar la actividad periodística en España. Algunas han logrado impactar de manera sustancial en la organización: el modelo de socios o el *fact checking* son innovaciones radicales a nivel interno, la primera por su capacidad de abrir nuevas dinámicas de sostenibilidad en el periodismo, la segunda por atender a una demanda latente y provocar el nacimiento de medios especializados de contrastado éxito. Otras innovaciones relevantes a nivel interno (laboratorios de medios, teletrabajo, inteligencia artificial...) no han tenido un impacto significativo en la sociedad. El periodismo de datos, sin embargo, alcanza el grado máximo de relevancia por implicar cambios en la producción, impulsar la apropiación por otros agentes del sector y generar periodismo de más calidad.

Los medios en España han desarrollado algunas innovaciones que también han tenido un impacto significativo a nivel social, porque han facilitado el acceso a información, han ayudado a sostener actividades de interés público o han planteado nuevos enfoques periodísticos que añaden diversidad, transparencia o pluralismo.

Las áreas de producción y distribución son las más propicias para innovar. Los nuevos formatos, creados *ad hoc* para conectar con los usuarios, han compartido junto a los boletines informativos y los podcasts buena parte de la estrategia de muchas cabeceras

periodísticas. Los medios también innovan en la forma de organizarse y de sostenerse económicamente. El desarrollo de sistemas de Inteligencia Artificial permite incrementar la eficiencia productiva, especialmente en las labores con alto coste humano y organizativo. Los modelos de suscripción —membresía, muros de pago porosos, *freemium* e híbridos— han supuesto una estrategia de supervivencia de los medios a largo plazo. Además, se han identificado innovaciones incrementales que afianzan la idea de marca: por ejemplo, a través de los eventos digitales y presenciales, que permiten abrir la puerta a la participación del usuario y aumentar la transparencia de los procesos de trabajo.

Algunas innovaciones son mutaciones de tendencias previas (*branded content*, boletines, periodismo de datos...), que se replican de forma significativa en la industria. Son innovadoras porque sufren modificaciones que aportan valor a sus destinatarios de una manera inédita hasta ahora. Por otro lado, se constata [la influencia de la pandemia del Covid-19 en la implantación de modelos híbridos de teletrabajo](#), el crecimiento de la verificación y del *streaming* o el modelo de suscripción. La crisis sanitaria dio un impulso definitivo a ciertas prácticas innovadoras latentes, que no habían sido adoptadas de forma extensiva en la industria.

En definitiva, las innovaciones no solo repercuten en la propia empresa comunicativa que las implanta, sino que además pueden lograr la aceptación por parte de la industria y crear tendencia. Los pioneros en el mercado obtienen con su liderazgo una ventaja competitiva sostenible

que obliga al resto de los actores a adaptarse al nuevo escenario.
Además, las innovaciones no solo benefician a los destinatarios directos de la información sino al conjunto de la sociedad.

JOURNALISM Innovations

Journalism Innovation in Democratic Societies



Jose A. García Avilés

Coordinador Módulo Audiencias

