

García Avilés, José Alberto (2025). *Águilas y colibríes. Periodistas innovadores en Europa.* Playhacks

Pablo Segovia González
Universidad Complutense de Madrid 

<https://dx.doi.org/https://dx.doi.org/10.5209/emp.103095>

En un ecosistema mediático en constante y, a menudo, turbulenta transformación, la obra de José Alberto García Avilés, *Águilas y colibríes. Periodistas innovadores en Europa*, emerge como un faro de optimismo. García Avilés, definido en la propia obra como «periodista, profesor y soñador», emprende un revelador viaje por 16 países europeos para conversar con más de 30 profesionales que están redefiniendo el periodismo. El título mismo encapsula la tesis central: el futuro de la profesión recae en dos arquetipos de líderes: las «águilas», majestuosas, veloces y de aguda visión estratégica, y los «colibríes», versátiles, adaptables y rebosantes de optimismo ante la adversidad. Como proclama una cita recurrente en el libro, «sólo los periodistas enamorados salvarán el periodismo».

El texto se estructura como una crónica de este periplo, que presenta las ideas y los proyectos innovadores de estos referentes periodísticos. A lo largo de sus páginas, se abordan los desafíos cruciales del sector: la crisis económica, de audiencia y de credibilidad; la irrupción de la inteligencia artificial; la necesidad de nuevos modelos de negocio y la urgencia de reconectar con las audiencias. El estudio no evita señalar las deficiencias que marcan a una parte considerable de los medios actuales, descritos a menudo como entidades «lastradas por excesiva ideologización y falta de autocritica» o afectadas por una «obsesión por conseguir audiencias». Frente a este panorama, la tesis fundamental del autor es que «el periodismo debe volver a sus raíces y recuperar su esencia» (p. 25).

García Avilés comienza su exploración presentando una serie de casos de profesionales que están construyendo nuevos medios de comunicación. Aquí desfilan ejemplos inspiradores como *Zetland* en Dinamarca, que transforma temas serios en experiencias teatrales, o Re:Baltica, centro de periodismo de investigación que facilita gratuitamente sus trabajos a otros medios. También destaca ejemplos de resiliencia y sostenibilidad financiera como *The Kyiv Independent* en Ucrania, *Denník N* en Es-

lovaquia, o *Mediapart* en Francia, adalid de la independencia. Otros, como *Mensagem Lisboa*, apuestan por las historias positivas y soluciones locales. El conjunto de estos ejemplos dibuja un panorama de gran creatividad y esfuerzo por encontrar caminos sostenibles. En este contexto, se destaca también la figura de Mario Tascón, pionero del periodismo digital en España, y su legado a través de Prodigioso Volcán.

Un bloque de particular relevancia actual es el dedicado a la transformación que la inteligencia artificial (IA) supone para los medios. Con las aportaciones de expertos como David Caswell, se explora el potencial de la IA generativa para crear contenidos y adaptarlos a distintos formatos, pero también se advierte sobre la necesidad de evolución de los periodistas. Se citan ejemplos como la voz sintética de *Aftenposten* en Noruega o las estrategias de IA de grupos como Schibsted, dirigido por Agnes Stenbom, quien aboga por la experimentación transparente y la alineación de la IA con los objetivos de la empresa. El análisis se completa con cinco escenarios prospectivos sobre el impacto futuro de la IA, ninguno exento de preocupación, donde el control de la tecnología implica el control del poder.

La reflexión se extiende a la propia naturaleza de la innovación en el periodismo, con un análisis de sus facetas más problemáticas y su verdadero potencial. García Avilés critica la «fatiga» que produce el discurso vacío en torno a la innovación y aboga por una visión auténtica de la misma, presentando las «cuatro Cs del innovador» (p. 111): concienciar, conectar, colaborar y comunicar, que se ilustran con casos como *La Lettre du Musicien*, *Heidi.news* o *Il Post*, cuyo director, Luca Sofri, define su innovación como un retorno a la «precisión, fiabilidad y claridad».

Otro pilar fundamental que el libro examina es el del liderazgo en las redacciones, donde se recalca la necesidad de figuras que cuiden y confíen en sus equipos, con las cualidades de las águilas (estrategia, visión) y los colibríes (constancia, versati-

lidad, optimismo). Trayectorias como la de Lena K. Samuelsson, antigua responsable de *Aftonbladet*, sirven para ilustrar un estilo de dirección participativo y con visión de futuro. Se destaca, además, la creciente atención a la salud mental en los entornos de trabajo periodístico, visible en programas como *The Self-Investigation*, impulsado por Mar Cabra.

La relación con el público es otro aspecto puesto en valor por estos líderes. Se argumenta que «el periodismo es un servicio público» y que escuchar a los lectores es clave para construir confianza y fidelidad. Se presentan metodologías como *Escucha mejor* de Nanna Holst y modelos como el de *Tortoise Media* en Reino Unido, con su periodismo reposado y participativo, o el Modelo de las Necesidades Informativas de los Usuarios, desarrollado en BBC News.

Al subrayar el poder perenne de las historias, la obra explora cómo la narrativa sigue siendo una herramienta fundamental, capaz de transformar al lector. Se exponen ejemplos de narrativas de gran impacto, como el reportaje de la radiotelevisión danesa (*DR*) sobre redes secretas de Instagram y suicidio juvenil; *El juego del clima* del *Financial Times*, que gamifica la concienciación sobre el cambio climático; la investigación de *Yle* (Finlandia) sobre el fenómeno *Hikikomori* (personas que viven encerradas), que emplea vídeo 360 e IA para el doblaje; el

caso del «estafador de Tinder» destapado por *VG* en Noruega; la investigación de *Correctiv* sobre los planes de la extrema derecha alemana; y el periodismo en directo desde el escenario de *Live Magazine* en Francia. El mensaje es claro: «Lo importante no es el qué, sino el cómo lo cuentas» (p. 234).

Hacia el final del libro y en su epílogo, García Avilés sintetiza las claves para la sostenibilidad y relevancia del periodismo: la importancia de una estrategia clara, la diversificación de ingresos, la adaptación inteligente a la IA, un liderazgo empático, la colaboración en entornos saludables, la excelencia narrativa y una conexión profunda con la audiencia. En esencia, *Águilas y Colibríes* es una obra esperanzadora, sin caer en la ingenuidad. A través de un mosaico de reflexiones de profesionales en la vanguardia del periodismo europeo, García Avilés ofrece no solo un diagnóstico de los males que aquejan a la profesión, sino un compendio de soluciones viables y un llamado a la acción. Su exhaustividad en la identificación de tendencias y casos de éxito, junto con la claridad y la pasión que transmite, lo convierten en una lectura indispensable para estudiantes, académicos y profesionales de la comunicación, así como para cualquier ciudadano interesado en el futuro de una información rigurosa y comprometida con la sociedad. Es un recordatorio de que, incluso en la tormenta, hay quienes saben volar alto.

Pablo Segovia González es estudiante en la Universidad Complutense de Madrid y colaborador en el proyecto IAGPER - Implicaciones de la inteligencia artificial generativa en los contenidos periodísticos: ejercicio profesional, percepciones de las audiencias y desafíos docentes, financiado en la convocatoria de Proyectos de Generación de Conocimiento 2023, del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Su trabajo académico se centra en el periodismo, la comunicación y el impacto de la inteligencia artificial en la profesión.