

ISMAEL NAFRÍA

- **Las ediciones impresas aportan ya menos del 50% de los ingresos de los diarios, según WAN-IFRA**
- ¿El futuro de internet? Comunidades más pequeñas centradas en experiencias personalizadas
- **Substack cuenta ya con cinco millones de suscripciones de pago**
- Venta de dos medios que iniciaron en 2012 el renacimiento de las 'newsletters': 'TheSkimm' y 'Quartz'
- **'The Guardian', Schibsted Media y 'Axios' firman también acuerdos con OpenAI**
- Estudios, libros, cursos y guías sobre la figura de los 'influencers' de noticias
 - **Otros temas**

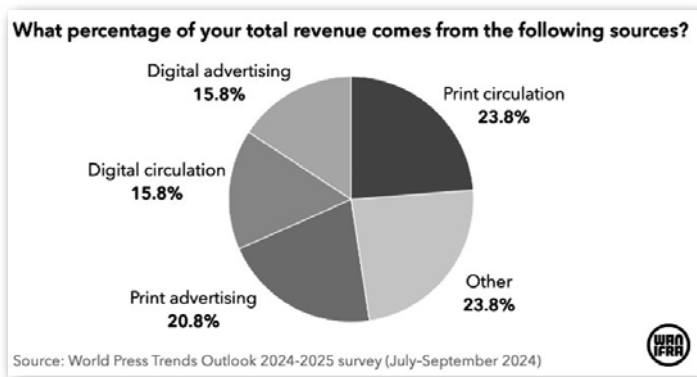
Las ediciones impresas aportan ya menos del 50% de los ingresos de los diarios, según WAN-IFRA

El último informe anual de tendencias y predicciones sobre el negocio de los medios *World Press Trends Outlook 2024-2025*¹, publicado por la World Association of News Publishers (WAN-

IFRA), revela que, por vez primera desde que se realiza esta investigación, los ingresos procedentes de las ediciones impresas suponen menos del 50% del total de ingresos en todo el mundo.

En concreto, los ingresos generados por el papel (mediante suscripciones, ventas de ejemplares y publicidad impresa) representan el 45% del total de los ingresos.

¹ Henriksson, T. (21 de enero de 2025). "World Press Trends Outlook": Digital growth and 'other' revenue streams steady the ship for publishers". World Association of News Publishers. <https://wan-ifra.org/2025/01/world-press-trends-outlook-digital-growth-and-other-revenue-streams-steady-the-ship-for-publishers/>



Además, según el mismo informe, basado en las respuestas ofrecidas por casi 250 ejecutivos de medios de 85 países, los ingresos digitales han aumentado un 7% respecto al año anterior y suponen ya el 31% de los ingresos totales. Este crecimiento se debe, fundamentalmente, a las suscripciones digitales implementadas por un número creciente de editores y a la monetización de productos como *pódcast* o *newsletters*.

Así se reparten los ingresos en el conjunto de los medios de todo el mundo:

- Circulación impresa: 23,8%
- Otros: 23,8%
- Publicidad impresa: 20,8%
- Circulación digital: 15,8%
- Publicidad digital: 15,8%

La diversificación de los ingresos es cada vez más importante para los medios de todo el mundo. Las vías

alternativas de ingresos que suponen los eventos, el comercio electrónico o las membresías están jugando un papel cada vez más relevante en el negocio y suponen ya el 23,8% del total de ingresos.

¿El futuro de internet? Comunidades más pequeñas centradas en experiencias personalizadas

Una amplia investigación realizada por el medio digital *The Verge*², perteneciente al grupo Vox Media, concluye que el futuro de internet “está en las comunidades más pequeñas y orientadas a un fin”, en un entorno en el que “el poder está volviendo al consumidor”. Esta es la conclusión principal del estudio, publicado el pasado mes de febrero, y realizado para analizar el

² Wong, E. y Melnizek, A. (25 de febrero de 2025). “The future of the internet is likely smaller communities, with a focus on curated experiences”. *The Verge*. <https://www.theverge.com/press-room/617654/internet-community-future-research>

futuro de una plataforma tecnológica, la web, que ha cumplido ya más de tres décadas de existencia.

El estudio³ ofrece interesantes pistas para cualquier compañía que ofrezca contenidos y servicios en internet y que quiera mantener una conexión profunda con sus usuarios. Sus autores afirmaron en la presentación del trabajo que “en esta era emergente de la inteligencia artificial (IA), las ideas de comunidad y conexión humana están a punto de redefinirse” y predijeron que “las marcas y las plataformas utilizarán estos términos como arma para captar la atención de su público ideal”.

La dirección editorial de *The Verge* se asoció con el equipo de Vox Media Insights and Research y con la agencia de investigación de mercado Two Cents Insights para entender mejor cómo los consumidores estadounidenses están afrontando y adoptando estos cambios. Para ello, se realizaron encuestas a algo más de 2.000 adultos de Estados Unidos en diciembre de 2024.

“El objetivo del trabajo era redefinir lo que serán las comunidades *online*



en una era posterior a las redes sociales de IA emergente y Google Zero” (Google Zero es un concepto desarrollado por el director de *The Verge*, Nilay Patel, que dibuja un escenario en el que el buscador de Google ya no envía tráfico fuera de su buscador a sitios web de terceros).

“¿Hacia dónde se dirigen realmente las comunidades? ¿Cómo debería influir esta evolución en la forma en que los creadores y las empresas de medios de comunicación crean productos y los profesionales del *marketing* se relacionan con su público? Estas son las preguntas que definirán la próxima fase de internet”, plantearon los autores del informe.

En la presentación de las conclusiones indicaron que “nuestra investigación deja clara una cosa: el poder está vol-

3 *The Verge* (25 de febrero de 2025). “Remodeling the internet” [Diapositivas]. https://docs.google.com/presentation/d/1_Q7yvwZQ9fOhgVmF78MHfvOy51Kc-9d7A4tWUvFg-OY/edit#slide=id.g320548b21cb_0_721



viendo al consumidor. Los consumidores anhelan la comunidad, pero en sus propios términos, buscando conexiones más profundas y significativas con aquellos que realmente importan (...). La autenticidad está en el centro de todo, apoyada por una base de seguridad y protección. El futuro de la comunidad es personal, intencional y basado en la confianza”.

Estas son las cinco conclusiones clave del informe:

- Las grandes plataformas están perdiendo la confianza de los usuarios, y la disrupción está aquí.
- Los espacios digitales se quedan cortos en comparación con las relaciones.
- El contenido impulsa la comunidad, incluso en las experiencias digitales.
- La IA es poderosa, pero no siempre

bienvenida.

- El futuro está en las comunidades más pequeñas y orientadas a un fin.

Substack cuenta ya con cinco millones de suscripciones de pago

La plataforma de *newsletters* Substack anunció el pasado mes de marzo que ha alcanzado ya la cifra de cinco millones de suscripciones de pago, solo cuatro meses después de haber superado los cuatro millones⁴.

Substack ha querido valorar el hito alcanzado: “Se trata de personas reales que recompensan el trabajo de escritores y creadores con dinero real, permitiéndoles alcanzar y mantener su independencia”.

⁴ Efthimiatiou, S. (11 de marzo de 2025). “5 million”. *The Substack Post*. <https://post.substack.com/p/5-million>

Los responsables de Substack han remarcado que estos cinco millones de suscriptores de pago “representan cinco millones de gustos, perspectivas, opiniones políticas y psiques diferentes”. La compañía ha dado las gracias “a todos los que están construyendo Substack con nosotros, y gracias también a todos los millones de suscriptores gratuitos, que la mantienen como una red vibrante y saludable, en constante expansión”.

Según se explica en una entrevista publicada en *The Hollywood Reporter*⁵ a

uno de los cofundadores de Substack, Hamish McKenzie, el 82% de los 250 principales creadores que publican en Substack usan el audio y el vídeo en sus publicaciones, frente al 50% de hace un año. Substack ha realizado una importante apuesta recientemente por incorporar el vídeo en las publicaciones.

Asimismo, la llegada de reconocidos periodistas que han dejado los medios tradicionales en los que trabajaban ha ayudado a acelerar el crecimiento de las suscripciones, que en apenas cuatro meses han pasado de cuatro a cinco millones. Entre esas figuras se encuentran Jim Acosta (ex-CNN), Joy Reid (ex-MSNBC), Jen Rubin (ex *The Washington Post*) o Paul Krugman (ex *The New York Times*).

Venta de dos medios que iniciaron en 2012 el renacimiento de las 'newsletters': 'TheSkimm' y 'Quartz'

Estos últimos meses se ha producido la venta de dos medios digitales que fueron protagonistas, hace algo más de una década, del inicio del renacimiento del fenómeno de las *newsletters* como



⁵ Weprin, A. (11 de marzo de 2025). “Substack Surges Past 5M Paid Subscriptions, Thanks to Video and Trump (Exclusive)”. *The Hollywood Reporter*. <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/substack-number-subscribers-video-trump-1236158048/>



un formato muy efectivo para conectar con los usuarios: *TheSkimm* y *Quartz*.

Everyday Health Group (EHG), una división del grupo editorial Ziff Davis, anunció en marzo la compra de *theSkimm*⁶ por una cantidad no revelada⁷. El medio digital *theSkimm* fue cofundado en el año 2012 por las productoras de noticias de televisión Danielle Weisberg y Carly Zakin. Nació como una *newsletter*, *The Daily Skimm*, que se convirtió rápidamente en referencia para otras *newsletters* lanzadas en años

posteriores, al mostrar las posibilidades que ofrecía este formato informativo. Desde el principio, *The Daily Skimm* se caracterizó por utilizar un lenguaje coloquial pensado para comunicar de manera más efectiva las noticias a las mujeres *millennials*, su público objetivo esencial.

Con los años, *theSkimm* fue lanzando nuevos productos informativos con los que fue ampliando su oferta editorial. En el momento de la venta, las *newsletters* llegaban a cinco millones de personas. *theSkimm* seguirá operando como una entidad independiente dentro del porfolio de EHG y conservará su marca y su equipo, formado actualmente por algo más de 75 profesionales, según publicó *Axios*⁸. Las dos cofundadoras de *theSkimm* permanecerán al frente de la marca.

Por su parte, *Quartz* fue adquirida el pasado mes de abril por la compañía canadiense Redbrick⁹, una empresa fundada en 2011 que ofrece soluciones dirigidas a potenciar el trabajo de emprendedores digitales, por una cantidad

6 *TheSkimm* (s.f.). *TheSkimm*. <https://www.theskimm.com/>

7 Business Wire (19 de marzo de 2025). "Everyday Health Group Acquires Leading Digital Media Property *theSkimm*". Ziff Davis. <https://investor.ziffdavis.com/news/news-details/2025/Everyday-Health-Group-Acquires-Leading-Digital-Media-Property-theSkimm/default.aspx>

8 Fischer, S. (19 de marzo de 2025). "Exclusive: Ziff Davis' Everyday Health Group acquires '*TheSkimm*'". *Axios*. <https://www.axios.com/2025/03/19/ziff-davis-theskimm-everyday-health-group>

9 Redbrick (s.f.). Redbrick. <https://www.rdbrc.com/>

que tampoco fue desvelada¹⁰. Quartz pertenecía al grupo editorial G/O Media. En la operación se incluyó también el sitio de comercio electrónico The Inventory¹¹.

Redbrick dijo en un comunicado que “ve una nueva oportunidad para ayudar a dar forma al futuro de los medios” en la transformación que está sufriendo esta industria, “debido a la evolución de los comportamientos de los consumidores y las tecnologías emergentes como la IA”. Antes de la compra de Quartz¹², la única inversión específica en medios digitales de Redbrick fue el lanzamiento en 2024 de la revista interactiva quincenal *Digital Entrepreneur*¹³, destinada a ayudar a los emprendedores.

Un mes antes, Redbrick había adquirido la compañía Paved, una plataforma de publicidad en *newsletters* que conecta a editores con anunciantes. Paved se integrará en Quartz, según anunció Redbrick, en una operación con la que se espera que la primera de ellas pueda sacar más rendimiento económico a su

oferta de *newsletters*, que cuentan con más de un millón de suscriptores.

Quartz, medio digital fundado en 2012, el mismo año que *theSkimm*, fue una de las compañías de medios que lideró precisamente la renovación de las *newsletters* como eficaz formato informativo, especialmente con su *newsletter* diaria *Quartz Daily Brief*.

A lo largo de su historia, Quartz ha cambiado de manos en diversas ocasiones¹⁴. En el año 2018, Atlantic Media vendió el medio a la firma japonesa Uzabase por una cifra que osciló entre los 75 y los 110 millones de dólares. Dos años después, en 2020, el equipo directivo de Quartz recompró el medio, que se volvió a vender en 2022; en este caso, a G/O Media (anteriormente conocido como Gizmodo Media Group) por menos de 10 millones de dólares. Y ahora ha acabado en manos de Redbrick.

Tras esta última venta, uno de los fundadores, Zach Seward, ahora al frente de las iniciativas de IA de *The New*

10 Business Wire (4 de abril de 2025). “Redbrick Acquires ‘Quartz’ from G/O Media to Drive Next Phase of Growth for Pioneering Digital Media Company”. <https://www.businesswire.com/news/home/20250404654429/en/Redbrick-Acquires-Quartz-from-GO-Media-To-Drive-Next-Phase-of-Growth-for-Pioneering-Digital-Media-Company>

11 The Inventory (s.f.). The Inventory. <https://theinventory.com/>

12 Quartz (s.f.). Quartz. <https://qz.com/>

13 Digital Entrepreneur (s.f.). Digital Entrepreneur. <https://www.digitalentrepreneur.com/>

14 Fischer, S. y Flynn, K. (4 de abril de 2025). “Exclusive: ‘Quartz’ sells again”. *Axios*. <https://www.axios.com/2025/04/04/quartz-sold-redbrick-go-media>

York Times, escribió sobre la historia del medio y criticó el papel jugado por G/O Media, empresa a la que acusó de reducir prácticamente a cero al equipo de *Quartz* para venderlo a Redbrick¹⁵.

Estas son las empresas que ha ido adquiriendo o lanzando estos últimos años Redbrick: Animoto (herramienta para crear, editar y compartir vídeos de manera fácil en la nube), Delivra (creación de campañas automáticas de *email marketing* y SMS), Duplex (contenidos a medida para otras plataformas), Leadpages (plataforma de generación de *leads*), Paved (plataforma publicitaria para el patrocinio de *newsletters*) y Shift (nuevo navegador que pretende simplificar el uso de internet), además de *Quartz*.

'The Guardian', Schibsted Media y 'Axios' firman también acuerdos con OpenAI

El Guardian Media Group, empresa editora de *The Guardian*, anunció en febrero un acuerdo estratégico con la

compañía de inteligencia artificial generativa OpenAI para que los contenidos del diario británico estén disponibles en las respuestas ofrecidas por ChatGPT¹⁶. La herramienta de IA de OpenAI podrá utilizar los contenidos nuevos y de archivo de *The Guardian* para ofrecer respuestas a las consultas de los usuarios de ChatGPT.

Además, la herramienta atribuirá al periódico los resúmenes breves o extractos de artículos que muestre en sus respuestas. Por su parte, el diario usará la solución ChatGPT Enterprise de OpenAI para desarrollar nuevos productos, funcionalidades y herramientas.

Según ha explicado *The Guardian*, este acuerdo se produce un año después de que el diario publicara su política respecto al uso de la IA¹⁷, en la que resaltaba que debería realizarse siempre con supervisión humana y en beneficio de sus lectores, su negocio y su misión general. El medio ha señalado que estos principios se mantienen, al tiempo que el Guardian Media Group “explora

¹⁵ Seward, Z. (7 de abril de 2025). “What was ‘Quartz’?”. Página web de Zach Seward. <https://www.zachseward.com/what-was-quartz/>

¹⁶ *The Guardian*. (14 de febrero de 2025). “Guardian Media Group announces strategic partnership with OpenAI” [Nota de prensa]. <https://www.theguardian.com/gnm-press-office/2025/feb/14/guardian-media-group-announces-strategic-partnership-with-openai>

¹⁷ *The Guardian* (16 de junio de 2023). “Guardian Media Group announces strategic partnership with OpenAI” [Nota de prensa]. <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2023/jun/16/the-guardians-approach-to-generative-ai>

acuerdos tanto con empresas existentes y emergentes para garantizar una compensación y atribución justas por su periodismo”.

Otro grupo que también ha cerrado un acuerdo este año con OpenAI es Schibsted Media. El “acuerdo estratégico” permitirá incluir los contenidos periodísticos producidos por medios de Schibsted Media en los servicios de OpenAI; entre ellos, ChatGPT. Además, Schibsted Media tendrá acceso a información relevante de OpenAI y a su nueva tecnología¹⁸.

Entre los medios escandinavos de Schibsted Media incluidos en el acuerdo se encuentran *VG*, *Aftenposten*, *Aftonbladet* y *Svenska Dagbladet*. Los artículos de estos medios serán utilizados para ofrecer resúmenes actualizados de noticias en ChatGPT, con atribución clara a la fuente respectiva.

Adicionalmente, el pasado mes de enero se hizo público el acuerdo tecnológico y de contenidos de Open AI con *Axios*¹⁹, gracias al cual el medio podrá expandirse en cuatro nuevos mercados locales de Estados

Unidos: Pittsburgh, Kansas City, Boulder y Huntsville. Por su parte, ChatGPT podrá utilizar contenidos de *Axios* para responder consultas de los usuarios, ofreciendo citas y enlaces a historias publicadas por el medio.

Estos acuerdos se suman a otros firmados anteriormente por OpenAI con compañías periodísticas de todo el mundo que se están traduciendo ya en proyectos concretos desarrollados por diferentes medios. Según OpenAI, ya son centenares las redacciones que están utilizando estos acuerdos “para adoptar herramientas de IA y fortalecer el ecosistema informativo”. Al mismo tiempo, “los usuarios de ChatGPT acceden a información de publicaciones líderes y fiables”. Los acuerdos con grupos como News Corp, The Atlantic, Vox Media, Prisa Media, Condé Nast, Hearst y Dotdash Meredith “permiten que el servicio de búsqueda de ChatGPT incluya ahora resúmenes y extractos seleccionados de medios de comunicación de confianza con citas claras y enlaces directos a las fuentes originales”.

De momento, OpenAI ha firmado

¹⁸ Schibsted Media (10 de febrero de 2025). “Schibsted Media partners with OpenAI”. <https://schibstedmedia.com/news/schibsted-media-partners-with-openai/>

¹⁹ Fischer, S. (15 de enero de 2025). “Open AI to fund four new ‘Axios Local’ newsrooms”. *Axios*. <https://www.axios.com/2025/01/15/open-ai-axios-local-newsrooms-funding-deal>

acuerdos con casi 20 grupos y organizaciones informativas que suman más de 160 medios que ofrecen información en más de 20 idiomas.

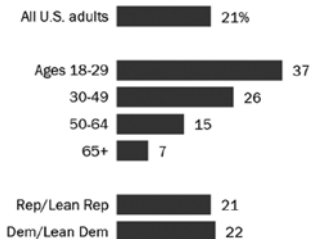
Estudios, libros, cursos y guías sobre la figura de los 'influencers' de noticias

El Pew Research Center publicó hace unos meses los resultados de un amplio estudio sobre los *influencers* informativos en Estados Unidos que revela que la gran mayoría (77%) no pertenece a una empresa informativa o no ha tenido nunca relación profesional con un medio²⁰. El estudio analizaba a fondo un total de 500 *influencers* informativos (*news influencers*) después de revisar más de 28.000 cuentas de redes sociales.

Según concluye el informe, alrededor de uno de cada cinco estadounidenses (21%) -incluida una proporción mucho mayor de adultos menores de 30 años (37%)-, afirma obtener habitualmente noticias de *influencers* a través de las redes sociales.

Almost 4 in 10 U.S. adults under 30 get news from news influencers

% of U.S. adults who regularly get news from news influencers on social media



Source: Survey of U.S. adults conducted July 15-Aug. 4, 2024. "America's News Influencers"

PEW-KNIGHT INITIATIVE

El estudio considera que los *news influencers* son personas que publican de manera habitual en las plataformas sociales sobre acontecimientos informativos y temas cívicos y que tienen por lo menos 100.000 seguidores en cualquiera de sus cuentas de Facebook, Instagram, TikTok, X o YouTube. Pueden ser periodistas que trabajan para un medio o creadores de contenidos independientes, pero siempre personas, no organizaciones.

En relación con este tema y a la creciente atención que se está prestando a la figura del creador de contenido digital, el Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas en Austin (Estados Unidos) pu-

²⁰ Stocking, G., Wang, L., Lipka, M., Matsa, K. E., Widjaya, R., Emily Tomasik, E. y Liedke, J. (18 de noviembre de 2024). "America's News Influencers". Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/journalism/2024/11/18/americas-news-influencers/>

blicó hace unos meses las ediciones en español y portugués del *ebook Creadores de contenidos y periodistas: Redefiniendo las noticias y la credibilidad en la era digital*²¹, editado por Summer Harlow, directora asociada del Centro Knight, y financiado por la Unesco.

“¿Qué significan los ‘*newsfluencers*’ para el periodismo? ¿Qué pueden aprender los creadores de contenidos digitales de los periodistas y viceversa? Estas son las preguntas que impulsan este *ebook*”, según se explicó en su presentación. El libro ofrece “una recopilación de lecciones y observaciones de creadores de contenidos digitales y periodistas de todo el mundo, que arroja luz sobre la emergente importancia de los *influencers* en el cambiante panorama de los medios de noticias”.

El Centro Knight también ofreció un curso gratuito *online* -que sigue disponible- centrado en este tema: “Creadores de contenido digital y periodistas: cómo ser una voz confiable en



internet”²².

Y el America Press Institute ha publicado una guía²³ sobre cómo los medios locales pueden colaborar de manera adecuada y eficiente con *influencers* de sus comunidades.

Otros temas:

21 Harlow, S. (ed.) (2024). *Creadores de contenidos y periodistas: Redefiniendo las noticias y la credibilidad en la era digital*. Knight Center. <https://journalismcourses.org/es/ebook/creadores-de-contenidos-y-periodistas-redefiniendo-las-noticias-y-la-credibilidad-en-la-era-digital/>

22 Knight Center (noviembre de 2024). “Creadores de contenido digital y periodistas: cómo ser una voz confiable en internet”. <https://journalismcourses.org/es/product/creadores-de-contenido-digital-y-periodistas-como-ser-una-voz-confiable-en-internet/>

23 Loker, K. y Ragland, S. (29 de enero de 2025). “API’s guide to influencer collaborations”. American Press Institute. <https://americanpressinstitute.org/influencer-collaborations-lessons-from-four-months-of-local-news-experiments/>

- El propietario del diario *The Washington Post*, Jeff Bezos, abrió hace unos meses un nuevo y polémico frente de batalla en su diario al establecer que las páginas de “Opinión” del *Post* se centrarán a partir de ahora, principalmente, en la “defensa y apoyo de dos pilares: las libertades personales y el libre mercado”, y que sobre estos temas no se admitirán posiciones críticas²⁴. La decisión provocó la dimisión del director de “Opinión” del *Post*, David Shipley, en desacuerdo con las limitaciones impuestas por la nueva línea editorial. También hizo que más de 75.000 usuarios de pago del diario cancelaran en unos días su suscripción²⁵.
- La revista *People*, editada por el grupo Dotdash Meredith, lanzó el pasado mes de abril su primera *app*, *The People App*, que ha convertido en un ambicioso proyecto multimedia, visual e interactivo y en una importante inversión y apuesta de futuro para intentar llegar al público joven²⁶. Esta *app* ofrece un modo de navegar similar al de TikTok y cuenta con contenidos exclusivos como series de vídeos dedicadas al mundo de los famosos o experiencias inmersivas.
- “Las 6 de laSexta” es la apuesta informativa digital que ha decidido realizar la cadena de televisión laSexta en su nueva web de noticias, relanzada recientemente²⁷. Cada día, la cadena ofrece únicamente seis temas informativos dedicados a las seis principales noticias de la jornada. Así, laSexta apuesta “por un producto digital finito, más elaborado y relevante con el que reivindicamos la labor de nuestros periodistas”. El lanzamiento de la web se ha acompañado de un manifiesto fundacional²⁸ que parte de “un principio funda-

24 *The Washington Post Staff* (26 de febrero de 2025). “‘Post’ owner Bezos announces shift in opinions section; Shipley to leave”. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/style/media/2025/02/26/washington-post-bezos-opinions-section/>

25 Folkenflik, D. (28 de febrero de 2025). “Bezos’ changes at ‘Washington Post’ lead to mass subscription cancellations-again”. NPR. <https://www.npr.org/2025/02/28/nx-s1-5312819/washington-post-bezos-subscriptions-cancellations>

26 Lambe, S. (10 de abril de 2025). “The ‘People’ App is Here! Download your Front-Row Pass to All Things Entertainment”. *People*. <https://people.com/people-app-announcement-11711894>

27 laSexta.com (27 de marzo de 2025). “laSexta.com lanza un nuevo concepto de periodismo digital: seis temas frente al caos”. https://www.lasexta.com/noticias/lasextacom-lanza-nuevo-concepto-periodismo-digital-seis-temas-frente-caos_2025032767e431ebb425ef0001ed4dc8.html

28 laSexta.com (s.f.). “laSexta.com. Periodismo contra el caos”. <https://www.lasexta.com/manifiesto>

mental: en laSexta.com la información es gratuita. No pagarás por tu derecho a conocer las noticias y profundizar en ellas”. Además, el equipo se compromete a utilizar la inteligencia artificial “solo como herramienta y nunca para generar contenido”.

- El medio digital riojano *NueveCuatroUno*²⁹ ha celebrado recientemente sus primeros diez años de vida y lo ha hecho con el lanzamiento de su propia IA, llamada Oria³⁰. Los usuarios pueden utilizar un chat conversacional basado en contenidos publicados por esta web y un asistente de lectura que resume las claves de las principales noticias. *NueveCuatroUno* nació con una *newsletter*, *El Tempranillo*, que hoy llega a 12.000 riojanos. El medio ha publicado un breve documental en el que explica su trayectoria profesional³¹.
- Vocento anunció el pasado mes de marzo el cierre de su medio digital

deportivo *Relevo*, que había lanzado en 2022. El medio contaba con unos 75 trabajadores, con los que el grupo abrió un proceso de negociación para el cese de la actividad. La decisión se enmarca, según explicó Vocento en su presentación de resultados³², en la “venta de negocios no estratégicos con el objetivo de reforzar el balance, elevar la rentabilidad, reducir el riesgo y concentrarse en las actividades que aportan mayor valor”. El grupo informó que el medio tuvo un Ebitda negativo en 2024 de 4,9 millones de euros. Según Vocento, las alternativas estudiadas para dar continuidad, de un modo u otro, a *Relevo*, como la posible entrada de nuevos accionistas, no fructificaron. En sus casi tres años de vida, el diario se distinguió por su apuesta por la información deportiva en formatos novedosos tanto en redes sociales como en la web, por cubrir de manera mucho más amplia que otros medios el deporte femenino y por haber logrado

²⁹ *NueveCuatroUno* (s.f.). *Nuevecuatrouno*. <https://nuevecuatrouno.com/>

³⁰ Del Río, C. (10 de abril de 2025). “De la pared de las ideas a la inteligencia artificial: nace Oria”. *NueveCuatroUno*. <https://nuevecuatrouno.com/2025/04/10/diez-anos-despues-ideas-inteligencia-artificial-nace-oria-innovacion-disenio-estrategia/>

³¹ Ortiz, D. (10 de abril de 2025). “Luces, cámara... ‘10 años contando La Rioja’, el documental”. *NueveCuatroUno*. <https://nuevecuatrouno.com/2025/04/10/video-decimo-aniversario-documental-10-anos-contando-rioja/>

³² Vocento (26 de marzo de 2025). “Cuentas anuales e informe de gestión del ejercicio de 2024”. Vocento. <https://www.vocento.com/wp-content/uploads/sites/5/2025/03/04.-Cuentas-Anuales-e-Informe-de-Gestion-del-ejercicio-2024-junto-con-el-Informe-de-Auditoria.pdf>

numerosas exclusivas informativas, entre otros temas.

- El diario *El País* lanzó el pasado mes de marzo, para sus suscriptores *premium*, un asistente conversacional impulsado por inteligencia artificial generativa llamado Vera El País³³. En la presentación de Vera se explicó que “este chat conversacional permite al usuario hacer consultas por escrito sobre temas de actualidad y proporciona información basada en las noticias publicadas en *El País*, *Cinco Días* y todos sus verticales. Vera es una herramienta desarrollada con la tecnología de OpenAI, la compañía de IA con la que Prisa Media firmó un acuerdo de colaboración el pasado año.
- Google publicó el pasado mes de marzo los resultados de un experimento realizado en Europa sobre el valor de las noticias para el busca-

dor³⁴. Según la propia compañía, la retirada de las noticias que se hizo a modo de prueba para el 1% de los usuarios en ocho países de la Unión Europea no tuvo un impacto medible en los ingresos publicitarios, y solo se tradujo en una mínima caída (0,8%) en el uso del buscador.

- El medio de información local *Pamplonews*³⁵ ha ganado el V Premio Vicente Verdú de Periodismo e Innovación, dotado con 6.000 euros³⁶. El galardón está convocado por la Asociación de Informadores de Elche (AIE), en colaboración con la Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH) y el Ayuntamiento de Elche, que además aporta la dotación económica. Otros dos proyectos han conseguido un accésit: “Veneno en el grifo: Ruta por la España sin derecho al agua”³⁷, de Ana Tudela y Antonio Delgado, de *Datadista* y *elDiario.es*, y “Cobertura de ayudas para paliar

33 *El País* (26 de marzo de 2025). “El País’ lanza Vera El País, un asistente conversacional con inteligencia artificial”. <https://elpais.com/comunicacion/el-pais-que-hacemos/2025-03-26/el-pais-lanza-vera-el-pais-un-asistente-conversacional-con-inteligencia-artificial.html>

34 Liu, P. (21 de marzo de 2025). “Our experiment on the value of European news content”. Google. <https://blog.google/around-the-globe/google-europe/our-experiment-on-the-value-of-european-news-content/>

35 *Pamplonews* (s.f.). *Pamplonews*. <https://www.pamplonews.com/>

36 Carvajal, M. (28 de marzo de 2025). “El medio hiperlocal ‘Pamplonews’ gana el V Premio Vicente Verdú de Periodismo e Innovación”. *Revista de Innovación en Periodismo*. <https://mip.umh.es/blog/2025/03/28/pamplonews-premio-vicente-verdu-innovacion-periodismo/>

37 Delgado, A, y Tudela, A. (26 de mayo de 2025). “Veneno en el grifo: Ruta por la España sin derecho al agua”. *elDiario.es*. <https://especiales.eldiario.es/veneno-en-el-grifo/>

la crisis provocada por la DANA”³⁸, de Eva Belmonte y otros, de *Civio*. El jurado destacó que *Pamplonews* es un proyecto que “ha sabido poner la tecnología y el diseño al servicio del periodismo hiperlocal” y destacó que “la frescura del formato y el modelo de trabajo representan un ejemplo sostenible y replicable en otros municipios”.

- El diario *Financial Times* anunció recientemente el nombramiento del sucesor de John Ridding como CEO de la compañía³⁹. Se trata de Jon Slade, que hasta ahora era el jefe comercial del diario. Slade pasará a ejercer el puesto de CEO el próximo 1 de julio. John Ridding ha estado al frente del negocio del diario durante casi dos décadas. Deja su puesto después de llevar al *FT* a sus máximos históricos en el número de lectores y suscripciones, y a unos ingresos anuales de 540 millones de libras en 2024.
- Según explicó el diario *The Guardian*, BBC News va a crear un nuevo

departamento que usará la inteligencia artificial para ofrecer al público contenidos más personalizados⁴⁰. En una nota interna de Deborah Turness, CEO de BBC News, a la que tuvo acceso *The Guardian*, se anunciaba una revisión de la estructura de la organización que incluía la creación de un nuevo departamento, BBC News Growth, Innovation and AI (Crecimiento, Innovación e IA de BBC News). Los cambios previstos en BBC News incluyen también la creación de un segundo nuevo departamento, BBC Live and Daily News, pensado para que la información funcione en todas las plataformas de BBC News.

- La periodista Jodi Rudoren ha regresado al diario *The New York Times* para ser la nueva directora editorial de *newsletters*, según anunció en marzo el diario estadounidense⁴¹. En su nuevo puesto, supervisará la cartera de decenas de *newsletters* que ofrece el *NYT* y que llegan cada día a muchos millones de personas. Entre ellas, *The Morning*, la *newsletter*

38 *Civio* (10 de diciembre de 2024). “Cobertura de ayudas para paliar la crisis provocada por la DANA”. <https://civio.es/ayudas-dana/>

39 *Financial Times* (11 de marzo de 2025). “Jon Slade appointed Financial Times Group CEO” [Nota de prensa]. https://aboutus.ft.com/press_release/jon-slade-ceo

40 Savage, M. (6 de marzo de 2025). “BBC News to create AI department to offer more personalised content”. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2025/mar/06/bbc-news-ai-artificial-intelligence-department-personalised-content>

41 The New York Times Co. (11 de marzo de 2025). “Our New Editorial Director of Newsletters” [Nota de prensa]. The New York Times Co. <https://www.nytc.com/press/our-new-editorial-director-of-newsletters/>

insignia del diario, leída por más de cinco millones de usuarios cada día, y también *DealBook*, el influyente boletín sobre temas económicos que es una referencia en el sector. Anteriormente, Rudoren fue directora del diario *Forward*, dirigido a la población judía de Estados Unidos.

- Asimismo, *The New York Times* invitó recientemente a sus lectores a preguntar sobre la cobertura informativa que está realizando su redacción sobre la nueva Administración del presidente Donald Trump y recibió centenares de mensajes. En la sección “Times Insider”, el diario ha publicado una amplia lista de respuestas de los editores y reporteros responsables de esta información con información detallada y transparente sobre el trabajo periodístico del *Times* relacionado con este tema⁴².
- *El País* anunció en enero que había superado la cifra de 400.000 suscriptores, cuatro años y medio después

del lanzamiento de su modelo de suscripción digital⁴³. En concreto, a finales de diciembre de 2024, el diario contaba con 403.840 suscriptores, de los cuales casi 392.000 eran suscriptores digitales. Algunos de estos suscriptores digitales formaban parte también de los 29.000 abonados a la edición en papel. El periódico cuenta también con casi 5.000 suscriptores que pagan por la réplica digital de la edición impresa.

- El medio *elDiario.es* anunció el pasado mes de febrero que ha superado ya la cifra de los 100.000 socios, lo que ha calificado como “un hito para la prensa nativa digital”⁴⁴. Nacido hace 12 años, sumó un total de 24.000 socios y socias durante el último año. Los responsables del medio lo atribuyen a una cobertura informativa marcada por distintas exclusivas, por el seguimiento de la DANA de Valencia y por la cobertura de diversos acontecimientos internacionales. Según *elDiario.es*, “la fidelidad de

⁴² *The New York Times* (24 de marzo de 2025). “You Asked, We Answered: How ‘The Times’ is Reporting on the Trump Administration”. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2025/03/06/insider/how-the-new-york-times-reports-on-trump.html>

⁴³ *El País* (19 de enero de 2025). “‘El País’ supera en solo cuatro años y medio los 400.000 suscriptores”. <https://elpais.com/comunicacion/2025-01-19/el-pais-supera-los-400000-suscriptores-en-menos-de-cuatro-anos-y-medio.html>

⁴⁴ *elDiario.es* (8 de febrero de 2025). “‘elDiario.es’ alcanza los 100.000 socios y socias”. *elDiario.es*. https://www.eldiario.es/redaccion/eldiario-alcanza-100-000-socios-socias_132_12036283.html

nuestra comunidad es un claro reflejo de ese compromiso y confianza en nuestro periodismo”.

- El pasado 6 de febrero, Coneqtia⁴⁵, Asociación de Prensa Profesional, celebró en el Instituto Cervantes de Madrid el evento de conmemoración de su centenario, titulado “100 años de Prensa Profesional”⁴⁶. Esta entidad, que agrupa a todo tipo de publicaciones profesionales españolas, fue fundada en el año 1925. Durante el acto se presentó el “Manifiesto de la Prensa Profesional”⁴⁷. En su introducción se explica que “la prensa profesional ha ejercido desde sus orígenes un papel esencial en el progreso económico, social y cultural de nuestro país. Las editoriales y los medios que forman parte de este sector son promotoras del avance de nuestra sociedad a través de la difusión del conocimiento”.
- La organización profesional de escritores de Estados Unidos, Authors

Guild, que cuenta con más de 15.000 miembros, presentó en enero de este año el sello Human Authored, el primer sistema de certificación oficial que escritores y editores podrán utilizar en sus libros y en sus respectivas promociones para informar al comprador y lector que el texto ha sido escrito por un humano⁴⁸. Esta organización aclara que los libros generados por inteligencia artificial inundan los mercados en línea y cada vez se parecen más a los que tienen autoría humana. “El lector puede no tener forma de saber si un libro que encuentra está generado por IA o escrito por un ser humano”. Y Authors Guild cree que “los lectores tienen derecho a saber si un texto ha sido escrito por la IA o por un ser humano, y que los escritores deben tener la posibilidad de distinguir su trabajo en unos mercados cada vez más saturados de IA”. Authors Guild, organización creada en 1912, ha sido durante más de un siglo la voz colectiva de los autores estadounidenses,

45 Coneqtia (s.f.) Coneqtia. <https://www.coneqtia.com/>

46 Coneqtia (7 de febrero de 2025). “Coneqtia celebra su centenario presentando el ‘Manifiesto de la Prensa Profesional’ y el libro ‘1925-2025: 100 años de prensa profesional’”. <https://www.coneqtia.com/coneqtia-celebra-su-centenario-presentando-el-manifiesto-de-la-prensa-profesional-y-el-libro-1925-2025-100-anos-de-prensa-profesional/>

47 Coneqtia (2025). “Manifiesto de la Prensa Profesional”. <https://www.coneqtia.com/wp-content/uploads/2025/02/CONEQTIA-Manifiesto2025.pdf>

48 Authors Guild (29 de enero de 2025). “Authors Guild Launches ‘Human Authored’ Certification to Preserve Authenticity in Literature” [Nota de prensa]. <https://authorsguild.org/news/ag-launches-human-authored-certification-to-preserve-authenticity-in-literature/>

protegiendo los derechos de autor, la libertad de expresión y una remuneración justa.

- En un drástico cambio de opinión, Meta anunció el pasado mes de enero, a través de un vídeo publicado por el CEO de la compañía, Mark Zuckerberg, que ponía fin a su programa de verificación de datos (*fact-checking*) realizado por terceros en el mercado de Estados Unidos (un total de diez compañías)⁴⁹. Meta dijo también que adoptará en sus plataformas (Facebook, Instagram y Threads) un modelo de moderación similar a las notas de la comunidad de X. Facebook había lanzado en diciembre de 2016 su programa Third Party Fact-Checking. Está por ver qué sucede con acuerdos similares de Meta en otros países. En España, son cuatro las organizaciones que tienen actualmente acuerdos con Facebook para la verificación de datos: Agence France-Presse (AFP), *Maldito Bulo*, *Newtral* y *EFE Verifica*.

- Tortoise Media anunció el pasado mes de diciembre el acuerdo para la compra del diario británico dominical *The Observer*, propiedad hasta entonces de The Guardian Media Group (MGM) y The Scott Trust⁵⁰. Tortoise se comprometió a invertir 25 millones de libras en el diario. Además, dijo que integraría en un mismo equipo su redacción digital con la del diario *The Observer* y lanzaría una edición diaria digital, llamada *Observer*, con pódcast, vídeo, *newsletters* y un nuevo sitio web.
- El Consejo de Ministros español aprobó a finales de 2024 un plan de ayudas a medios de comunicación dotado con 124,5 millones de euros, con el objetivo de “fortalecer digitalmente al sector de los medios de información y comunicación, para preservar su competitividad y que pueda ofrecer información veraz a la ciudadanía”⁵¹. La medida forma parte del Plan de Acción por la Democracia del Gobierno de España.

49 Kaplan, J. (7 de enero de 2025). “More Speech and Fewer Mistakes”. Meta. <https://about.fb.com/news/2025/01/meta-more-speech-fewer-mistakes/>

50 Tortoise Media (18 de diciembre de 2024). “Tortoise signs deal to buy ‘The Observer’” [Nota de prensa]. <https://www.tortoisemedia.com/2024/12/18/tortoise-signs-deal-to-buy-the-observer>

51 Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública (10 de diciembre de 2025). “El Gobierno aprueba más de 120 millones de euros en ayudas para fortalecer y digitalizar los medios de comunicación” [Nota de prensa]. https://digital.gob.es/comunicacion/sala-de-prensa/comunicacion_ministro/2024/12/2024-12-10_01.html

