

La hora de la verdad

El fenómeno de los medios promovidos por periodistas ha experimentado una cierta estabilización a lo largo de los últimos doce meses. Por un lado, el número de lanzamientos se ha atemperado y entre enero y octubre de 2015 han aparecido prácticamente la mitad de los que lo hicieron durante 2014 y menos de la tercera parte de los que se estrenaron durante 2013 y 2012. A ello hay que añadir que han proliferado los cierres o el cese de actividad editorial de numerosas páginas web. Si el año pasado el número de medios que se encontraban en esa situación eran 48, este año la cifra ha ascendido hasta 121.

¿Significa esto que el fenómeno de los medios lanzados por periodistas era otra de las burbujas —una más— a las que nos ha acostumbrado el sistema económico en las últimas décadas? Los datos disponibles no indican eso. Parece más bien que este sector mediático emergente ha comenzado a estabilizarse y que, como en cualquier otro sector económico, las leyes de la empresa comienzan a dejarse sentir. Según los indicadores de demografía empresarial del Instituto Nacional de Estadística (INE), y con independencia de las variaciones anuales, solo sobreviven al cuarto año entre un 40 y un 50% de las compañías creadas cada ejercicio. No resulta anormal, pues, que a los proyectos puestos en marcha por los profesionales del periodismo les suceda lo mismo.

Para el III Estudio de los medios lanzados por periodistas, en el que se apoya este anexo, y como en años anteriores, se ha utilizado la lista que elabora el Departamento de Comunicación de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM). En el momento de iniciar la preparación de este anuario, había en esa lista 579 medios, de los cuales 458 estaban activos y 121 se habían cerrado o llevaban más de tres meses

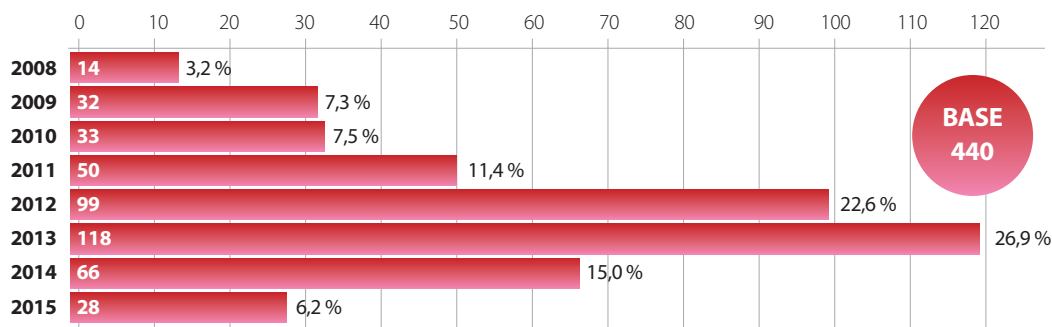
sin ser actualizados. Cabe recordar, en cualquier caso, que no todos los que dejan de actualizarse pueden considerarse cerrados, puesto que no son pocos los casos en los que sus promotores retoman la actividad informativa más adelante.

Como se indicaba, durante el último año se observa una cierta ralentización del número de lanzamientos. Si se considera el conjunto de medios de la lista de la APM y se toman aquellos de los que se dispone del dato del año de aparición (más del 80%), puede observarse que en 2012 y 2013 salieron 99 y 118, respectivamente, mientras que en 2014 y 2015 lo hicieron 66 y 28. Aunque no se trata de un censo propiamente dicho (es posible que haya medios que, por desconocimiento, no se han incluido), sí resulta un buen indicador de las tendencias en este segmento de la industria de la comunicación (**Tabla 1**).

Por lo que se refiere al espectro temático, no se observan grandes diferencias respecto a años anteriores y, como es lógico si se tiene en cuenta que sus promotores son periodistas, más de la mitad pueden considerarse informativos, toda vez que cubren las áreas de la actualidad internacional, nacional, regional, local, de economía y de deportes. Entre ellos destacan los 131 especializados en información autonómica y local, que se constituyen en el grupo de medios más nutrido y en el que hay, prácticamente, representantes de todas las comunidades autónomas.

Dentro del colectivo de medios de periodistas, es relevante señalar el enorme peso de los informativos generalistas frente a los que se dedican a temáticas especializadas. Y ello a pesar de que internet permite, mejor que cualquier otro soporte, la distribución de contenidos a públicos concretos. Aspecto este que tiene su correlato en la industria de los medios convencionales, pues se constata que hay pocas revistas que hayan emprendido una transición decidida hacia el mundo digital (**Tabla 2**).

Tabla 1
Medios lanzados por periodistas, por año de lanzamiento

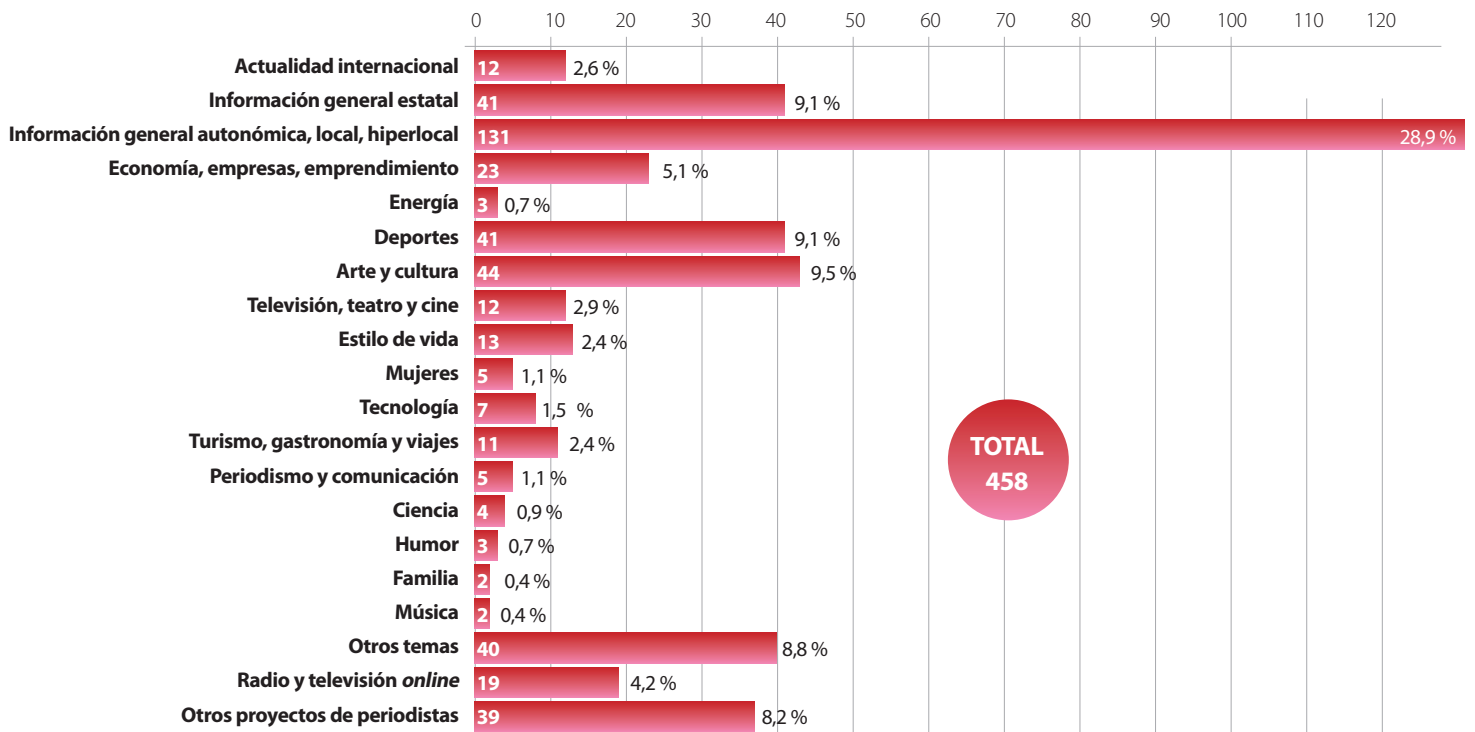


Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística 2015.
Elaborada a partir de la lista de medios de periodistas con dato de lanzamiento (440).



© Shutterstock

Tabla 2
Medios lanzados por periodistas, por temática

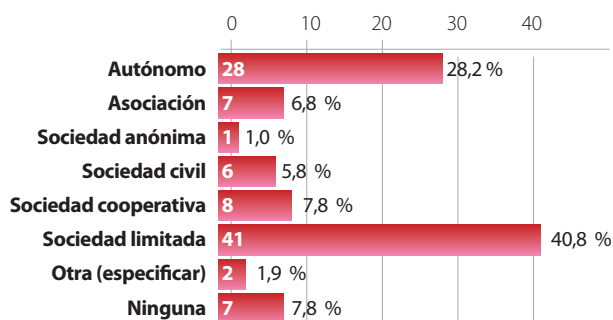


Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística 2015.
Elaborada a partir de la lista de medios activos de periodistas (458).

A la mera aparición de medios informativos promovidos por periodistas, debe añadirse el hecho de que algunos de ellos han comenzado a escalar posiciones entre los más utilizados por los españoles a la hora de informarse. Si se consideran, por ejemplo, los datos de la compañía de investigación de audiencias de internet Comscore referidos a 2014, se observa como entre las 50 webs o grupos de webs de todo tipo presentes en la red en nuestro país se encuentran cabeceras como Elconfidencial.com o Eldiario.es.

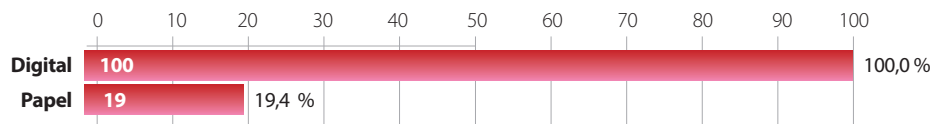
Otro de los datos que confirman la consolidación de este segmento informativo tiene que ver con la configuración interna de los proyectos y, en concreto, con la forma jurídica adoptada por estos. En la investigación de 2015 se constata que más del 55 % de los medios se han constituido sobre una estructura societaria (limitada, cooperativa, civil, etc.), cuando hace un año solo lo hacían el 46 %, un crecimiento que ha ido en detrimento de quienes trabajan desde una asociación o sin ninguna personalidad jurídica (el porcentaje de promotores autónomos se ha mantenido). Lo anterior implica que hay más periodistas promotores de medios que trabajan con una perspectiva a medio y largo plazo, ya que crear y mantener una sociedad en activo es un proceso costoso y que exige una mayor sofisticación de los proyectos (Tabla 3).

Tabla 3
Medios de periodistas,
forma jurídica utilizada



Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística 2015. Investigación propia. Medios consultados: 100.

Tabla 4
Formatos utilizados por los medios de periodistas



Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística 2015. Investigación propia. Medios consultados: 100. Algunos combinan ambos formatos.

Prima el formato digital

La predilección por el formato digital entre los periodistas a la hora de lanzar al mercado sus proyectos informativos es aplastante. De los 100 medios consultados para elaborar la investigación este año, todos ellos tienen presencia en internet, aunque hay 19 que, además, están presentes en el mercado con publicaciones de papel (Tabla 4).

Se da la circunstancia de que la mayor parte de los medios encuestados que ingresan por encima de los 100.000 euros ofrecen una combinación de información en internet y en papel, ya que, según algunos de sus promotores, es la mejor manera de explotar todas las posibilidades del mercado publicitario. Contar con una versión impresa o una publicación complementaria en papel es, de todas formas, complicado, puesto que exige un proyecto empresarial mucho más desarrollado y, con frecuencia, unos recursos económicos mayores.

Íntimamente ligada a la elección del formato empleado en el caso de los medios digitales se encuentra la cuestión del acceso. Como se ha venido indicando en los últimos informes, el crecimiento experimentado en el número de españoles que accede a diario a internet ha sido provocado por la popularización de los terminales móviles inteligentes. Por ello ya es prácticamente imprescindible que los medios digitales cuenten con un diseño que se adapte a la consulta bien desde un ordenador, bien desde un móvil o una tableta, puesto que son muchos los usuarios que los emplean indistintamente.

La cuestión del diseño adaptable entronca directamente con la de la importancia de la tecnología en el ámbito de los nuevos medios. Como se señala en el apartado sobre las tendencias en el periodismo de este mismo informe, es preciso que los profesionales permanezcan atentos a la evolución de la tecnología porque ella es, cada vez más, una parte integrante de la propia industria de los medios. El empleo de nuevas narrativas, la explotación de los terminales móviles o del periodismo de datos son algunas de las posibilidades con que cuentan los periodistas a la hora de añadir valor a sus medios. Esto exige dar entrada en los proyectos a profesionales con un perfil tecnológico, algo que todavía no es frecuente según los datos recabados en la investigación, y que, además, cada vez es más importante desde un punto de vista comercial.

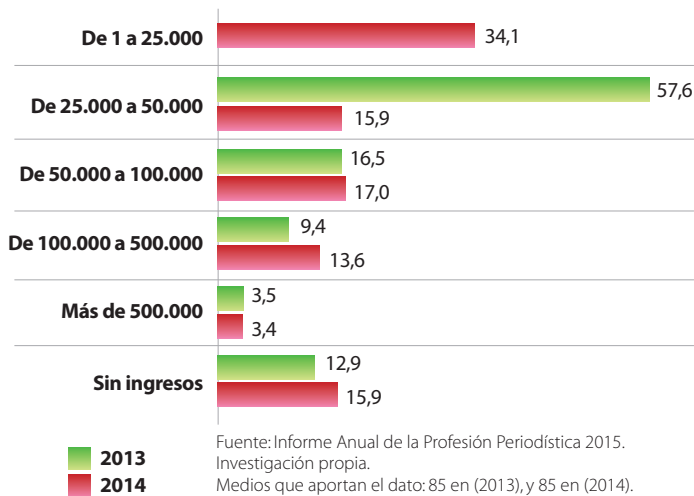
Luces y sombras económicas

Como se indicaba al inicio de este anexo, los medios lanzados por los periodistas no dejan de ser un sector económico y, por tanto,



© Shutterstock

Tabla 5
Nivel de ingresos de los medios de periodistas (2013-2014)



sometido a las leyes del mercado y de la empresa. Esto es especialmente evidente cuando se consideran los datos sobre los niveles de ingresos que tienen esos medios.

Por un lado, es preciso constatar que una gran parte de ellos se encuentran dentro de lo que se puede considerar niveles de mera

subsistencia. Si en la encuesta realizada el año pasado se partía de un tramo inicial de ingresos entre 1 y 50.000 euros, para la investigación de 2015 se consideró más apropiado dividir dicho tramo en dos (de 1 a 25.000 euros y de 25.000 a 50.000) con el fin de tener una idea más precisa de la dimensión de los proyectos. En este sentido los datos muestran como el 34% de los proyectos ingresan menos de 25.000 euros y un 15,9% se sitúan entre 25.000 y 50.000. En total, por debajo de este último umbral se encuentran el 50% de los medios, y esto es una buena noticia porque el año pasado se encontraban en ese tramo el 57,6% (Tabla 5).

El dato, en cualquier caso, es relativo. Para empezar, porque no es lo mismo este nivel de ingresos en un proyecto unipersonal (que son frecuentes) que en otro en el que participan varios profesionales. Por otra parte, es preciso señalar que estos niveles de ingresos no son privativos de nuestro país. En el informe del año pasado se citaba un estudio del Reino Unido que mostraba los bajos niveles de ingresos de los medios hiperlocales británicos. A comienzos de este año se conoció un estudio similar referido a Estados Unidos según el cual más de la mitad de los nuevos medios locales generaban menos de 46.000 euros al año (1).

Entre los datos de este año es importante destacar el aumento experimentado por el número de medios encuestados cuyo nivel de ingresos se sitúa por encima de los 50.000 euros y que ha pasado del 29 al 34%. Una buena noticia, sin duda, por lo que tiene de indicio de consolidación de un mayor número de proyectos de periodistas. También es preciso subrayar que dentro de esos soportes con facturaciones superiores a los 50.000 euros los hay de todo tipo: generalistas y especializados, varios con proyección nacional, pero también

hay más de una decena de medios que son estrictamente locales. Por lo que atañe a las fuentes de financiación, casi el 40% de los encuestados solo recibe ingresos procedentes de la publicidad, y algo más del 22% combinan la captación publicitaria con otra alternativa, como el patrocinio, la venta de ejemplares o los servicios de comunicación para otras empresas (elaboración de notas de prensa, organización de eventos, diseño de publicaciones, etc.). Hay que resaltar que un 20% de los encuestados declaran que sus ingresos proceden de más de tres fuentes y que las más habituales, junto a la publicidad y el patrocinio, son los mencionados servicios de comunicación, las aportaciones de los socios o de personas simpatizantes con el proyecto y, en algunos casos, las subvenciones. Aproximadamente, un 8% de los encuestados declararon que a lo largo del año habían desarrollado iniciativas de microfinanciación (*crowdfunding*), destinadas bien al lanzamiento de medios, o bien a lograr un objetivo concreto, como editar un complemento en papel o, incluso, superar un bache económico (Tabla 6).

La centralidad de la publicidad entre los ingresos de los medios lanzados por periodistas responde en muchos casos a la falta de estructura de los proyectos, donde el periodista, además de las

labores editoriales, se encarga también de la búsqueda de anuncios ante la frecuente ausencia de personal de perfil comercial. Es preciso llamar la atención también sobre el hecho de que la evolución del mercado publicitario y el desarrollo tecnológico de la comercialización de soportes va a condicionar las posibilidades publicitarias de los nuevos medios, y en concreto los lanzados por los periodistas. En lo referente al mercado publicitario, la evolución de la inversión dirigida a internet crece a un ritmo menor al que lo hace la oferta de soportes. Esto se traduce en un exceso de inventario de soportes que presiona a la baja los precios de la publicidad. Además, menos de la mitad de la publicidad interactiva se destina a campañas gráficas (la habitual en este tipo de soportes), mientras que crece a mayor ritmo la publicidad contextual o de enlaces y, sobre todo, el vídeo online.

Además, la comercialización publicitaria en internet se orienta por derroteros tecnológicos. Actualmente se están popularizando las plataformas de publicidad programática que asignan anuncios a medios, en función de los perfiles de los usuarios que los ven, lo que permite, en teoría, ajustar mejor la exposición de las campañas a los objetivos publicitarios de los anunciantes. Se estima que actualmen-

Tabla 6
Procedencia de los ingresos de los medios de periodistas (2014)

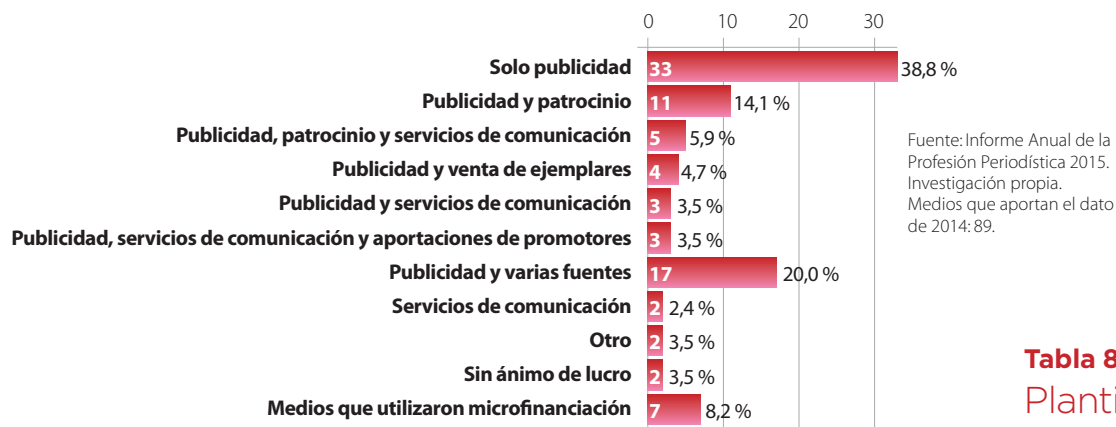


Tabla 7
Retribución en los medios de periodistas

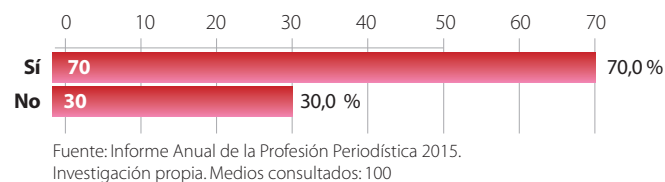
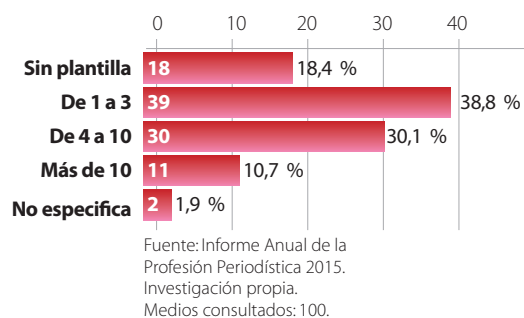


Tabla 8
Plantilla de los medios de periodistas



te en torno al 20% de la publicidad interactiva se canaliza a través de este tipo de plataformas. En ambos casos —el vídeo online y la utilización de las citadas plataformas— se exige un desarrollo tecnológico de los medios y unos perfiles profesionales de los que no disponen la mayor parte de los proyectos encuestados.

Crece la retribución pero no las plantillas

Dentro de las limitaciones que muestra el fenómeno de los medios lanzados por periodistas, la relativa mejora de los niveles de ingresos parece que se ha traducido en un aumento del porcentaje de los medios que retribuyen a sus trabajadores y colaboradores. Si el año pasado la investigación mostraba que los medios que pagaban y los que no se dividían casi a medias (55-45%), en la encuesta de este año el porcentaje de los primeros (70%) es notablemente superior al de los que no lo hacen. Lógicamente esto no tiene ninguna implicación desde el punto de vista del nivel retributivo, que, por las conversaciones mantenidas con los promotores de medios, se adivina bajo. Ahora bien, cada vez son más quienes no conciben solicitar un trabajo a otros periodistas si no les pueden pagar y que subrayan que las compensaciones que se perciben de los medios convencio-

nales por las colaboraciones también son muy reducidas (**Tabla 7**). Sin embargo, donde apenas se ha notado la mejoría es en las plantillas. Haciendo la salvedad de que no se trata de plantillas en un sentido estricto, sino del equipo de periodistas que elaboran información de forma habitual para el medio y que asume la mayor carga de trabajo de este, los datos del estudio muestran una situación muy parecida o ligeramente peor que la de hace un año. Es significativo el hecho de que haya descendido notablemente el porcentaje de medios que declaran tener una plantilla entre 1 y 3 personas (del 47,5 al 38,8%), pero esto no se ha traducido en un incremento de los proyectos con más personal, sino de aquellos cuyos responsables declaran que no se dispone de un equipo fijo y que se trabaja solo con colaboradores; este colectivo ha pasado del 7,5 al 18% (**Tabla 8**).

Las implicaciones de no contar con un equipo profesional que desarrolle el proyecto o de que este sea muy pequeño y no incluya perfiles, como el comercial o el tecnológico, son evidentes y condenan a los medios a moverse en unos niveles de mera subsistencia, de los que es muy difícil salir.

(1) *Tow-Knight Center for Entrepreneurial Journalism: The 2015 State of Local News Startups*, en www.towknight.org.

■ Conclusiones

Desde el comienzo de la crisis económica —que convencionalmente se sitúa en 2008—, los periodistas españoles han puesto en marcha más de medio millar de proyectos, en su mayor parte informativos. Impulsados por esa crisis, como consecuencia de la pérdida del puesto de trabajo o por la imposibilidad de acceder a un empleo, profesionales experimentados y recién licenciados se vieron obligados a desarrollar una labor como emprendedores en la que no tenían experiencia ni conocimientos. Además, para desarrollar sus proyectos contaban con pocas referencias, puesto que la mayor parte del sector de la comunicación había descansado hasta entonces sobre unas bases empresariales muy diferentes. Prácticamente estaba todo por hacer.

A su favor, los periodistas emprendedores contaban con un mercado en el que la industria de los medios convencionales (afectada a su vez por la crisis económica, que trataba de combatir a base de recortes) dejaba cada vez más huecos. En con-

tra, estaba la escasez de recursos, en forma de venta de ejemplares o de publicidad, que les afectaba a ambos, aunque en mayor medida a los recién llegados. En buena parte de los casos, los nuevos medios tenían una menor penetración y las tres investigaciones realizadas en el marco de este informe profesional revelaron, también, que la mayor parte de ellos carecían de un planteamiento empresarial y comercial en el que se contemplase la sostenibilidad del proyecto mediante el desarrollo de fuentes de ingresos suficientes.

El segundo gran condicionante para los periodistas emprendedores ha sido el tecnológico. Afortunadamente, el desarrollo de la digitalización en todos los órdenes de la sociedad ha posibilitado el lanzamiento de proyectos informativos a unos costes impensables hace diez o quince años, al tiempo que ha ido asegurando unos mercados de consumidores que, suficientemente equipados, consumen cada vez más información. Sin embargo, tanto para los

periodistas como profesionales como para los proyectos que ponen en marcha, trabajar en un entorno tecnológico plantea unas exigencias que no solo requieren disponer de recursos, sino también planteamientos empresariales en los que la función tecnológica ocupe un espacio, al igual que la comercial y la informativa. Y las investigaciones realizadas muestran asimismo que en la mayor parte de los proyectos esa función tecnológica también se ha soslayado.

Con todo, el papel protagonizado por los periodistas como emprendedores en el sector de la comunicación ha comenzado a dar sus frutos y se aprecia ya una cierta consolidación de proyectos en ámbitos tan diversos como la información nacional, la local, los deportes o los medios especializados en arte y cultura. Se trata, en muchos casos, de empresas de medios que actúan como renovadoras de un tejido empresarial —el de la industria de la comunicación— en el que compiten con medios establecidos, aunque con frecuencia con planteamientos y criterios diferentes.

Medios lanzados por periodistas

Información internacional

Asianortheast.com (2012)
 Atalayar (2008)
 Elmed.io (2013)
 Esglobal.org (2013)
Euroxpress.es (2009)
 Guinguinbali.com (2010)
 HemisferioZero.com (2012)
 Infronteras.com (2012)
 Msur.es (2009)
 Politicacritica.com (2013) (**)
Puntovista.es (2014)
Revista5w.com (2015)

Información general estatal

Ahora (papel) (2015)
 Arndigital.com (2011)
Atlántica XXII (papel) (2008)
Bezdiario (2015)
Ctxt.es (2015)
 Cuadernos (papel) (2013)
 Cuartopoder.es (2010)
 Diarioindependientedigital.com
 Diariolanube.com (2013)
 Ebuenasnoticias.com (2014)
Eldiario.es (2012)
 Elespañol.com (2015)
 Elpulso.es (2010)
 Elreferente.es (2009)
 Hechosdehoy.com
 Impassemag.com (2015)
infoLibre.es (2013)
 Informacionsensible.com (2013)
 Irispress.es (2014)
La Marea (papel y digital) (2013)
Lagrietaonline.com (2015)
 Lainformacion.com (2009)
 Lavozlibre.com
 Mayhemrevista.com (2013)
 Mil21.es
 Mundiario.com (2013)
 Noticiasb.com (2015)
 Nuevatribuna.es (2008)
 Números Rojos (Papel) (2011)
 Okdiario.com (2015)
 Paginasdigital.es (2014)
 Periodismohumano.com (2010)
 Pressdigitales
 Republica.com (2010)
 Revistagalibo.es (2013)
 Sabemosdigital.es (2015) (*)
 Sesiondecontrol.com (2012)
 Thespainreport.com (2013)

TintaLibre (Papel) (2013)
 Vozpopuli.com (2011)
Zoomnews.es (2012)

Información general autonómica, local, hiperlocal

360gradospress.com (2008)
 Ahorabenavente.es
 Ahoragranada.com (2014)
 Albaceteabierto.es (2014)
Albacetecapital.com (2013)
 Albacetecuenta.com (2013)
 Almeria360.com (2012)
 Alsoldelacosta.com (2015)
 Andalucesdiario.es (2013)
Aquí Tetuán (2011)
 Astures.info (2013)
Asturgalicia.net (2010)
 Asturias24.es (2013)
Avilared.com (2012)
 Avozdevilalba.gal
Baenadigital.com (2012)
 BDLL Barrio de las Letras (Papel y web) (2014)
 Bejarnoticias.es (2008)
 Blanesaldia.com (2010)
Burgosconecta.es (2014)
 Campidigital.com (2013)
 Canalnoticiasandalucia.com (2012)
 Canarias3puntocero.info (2012)
 Cantabria24horas.com (2009)
 Cantabriadiario.com (2009)
Capitalnoroeste.es (2013)
 Cartamaaldia.com (2012)
Castelloninformacion.com (2012)
 Catalunyaplural.cat (2013)
 Catalunyapress.es
 Chamberidigital.com* (2010)
Cincamedionoticias.es (2014)
 Circdetarragona.com (2012)
 Clavelocal.com (2014)
Compostimes.com (2012)
 Conocerasturias.es
 Cordopolis.es (2012)
 Cronicadeারণon.es (2009)
 Cronicaglobal.com (2013)
Desdemonegros.com (2013)
 Diarioatlantida.com (2013)
 Diariodelamanga.com (2015)
 Diarionoroeste.es (2014)
 Diariserpis.com (2012)
Digitalextremadura.com (2008)
Doshermanasdiaridigital.com (2013)
 El Digital de Seseña

El Meridiano-L'Horta (papel y digital) (2013)
 El Semanal de La Mancha (papel y digital) (2009)
 Elapuron.com (2009)
 Elcorreodepozuelo.com (2013)
 Eldiarioex (2014)
 Eldiarionorte.es
Eldigitalandaluz.com (2015)
 Elfaradio.com
 Elheraldodelhenares.es (2009)
 Elporvenirclm.com (2013)
 Eltelescopiodigital.com
 Escordoba.com
 Espanaconequis.com (2015)
 Ferrol360.es
 Gasteizhoy.com
 Gipuzkoadigital.com
Granadaimedia.com (2011)
 Guadaque.com (2009)
 Heraldodebarbate.es (2013)
 Huelva24.com (2011)
 Huelvabuenasnoticias.com (2013)
 Huelvaya.es (2011)
 Independentbarbera.cat
 Infoanoia.cat (2012)
 La Brujula del Norte (papel y web) (2013)
 La Gomerah Ahora (2013)
 La Prensa de Villa (papel y web) (2010)
Lacronicadelpajarito.es (2010)
 Lacronicavirtual.com
 Laescenalocalcorcon.com (2015) (**)
 Lamarinaplaza.com (2013)
 Lastablasdigital.es (2012)
 Laveupv.com (2013)
 Lavozdegijon.es (2015)
 Lavozdehoy.com
 Lavozdelhenares.es (2012)
Lavozdesures (2011)
Lavozdeltrubia.es (2015)
 Lavozderioseco.com (2010)
 Leganesactivo.com
Lucenahoy.com (2010)
Maginasurinformacion.com (2012)
 Manchainformacion.com (2011)
 Miradordepozuelo.com
 Montalbán-digital.com (2012)
Montilladigital.com (2009)
 Navarra.com (2015)
 Nervionaldia.com
Noticiasdealmeria.com (2008)
 Noticiasdecarmargo.es (2012)
 Noticiasgalicia.com
 Noticiasparamunicipios.com (2013)
Noticiassierrecadiz.es (2014)

Noticirogalego.com
Octavigital.com (2012)
Pagina3huelva.es (2012)
Panorama-extremadura.com
Paralelo36andalucia.com
Politicallocal.es (2014)
Praza Pública (2012)
Reporterosjerez.com (2012)
Reusdigital.cat (2008)
Revistamirall.com (2011)
Rioja2.com (2013)
Segoviaaldia.es
Sermosgaliza.com
Sevillaactualidad.com (2009)
Sevilladirecto.com (2012)
Sevillavisual.es (2014)
Sierradegatadigital.es (2012)
Sierramadrid.es
Somoschueca.com (2013)
Somosmalasana.com (2009)
Surtdecasa.cat
Tanxente.com (2015)
Tarragona21.com (2009)
Teleprensa.com
Todoensanche.com (2012)
Trianaaldia.com (2013)
Tualbacete.com (2012)
Viumolinsderei.com (2011)
Vlcnews.es (2013)
Vocesdecuena.es (2009)
Yocantabria.com (2012)
Zonaretiro.com (2011)

Economía, empresas, emprendimiento

Agronewscastillayleon.com (2013)
Alternativas Económicas (papel y digital) (2013)
Ballena Blanca (papel) (2014)
Consensodelmercado.com (2009)
Cordobagraria.es (2013)
Diarioabierto.es (2008)
Diariodelcampo.com (2012)
Diariofinanciero.com
El Confidencial Químico (papel y digital) (2012)
Emprendoteca.com (2012)
Financialpagos.com (2014)
Icnr.es
Innovaspain.com
Lacelosia.com (2012)
Metadeporte.com (Revista para tableta) (2013)
Modaes.es (papel y digital)
Murciaeconomia.com (2010)
Plaza (papel) (2014)

Porcentuales (2012)
Tendenciasdeldinero.com
Thecorner.eu (2011)
Theeconomyjournal.com
Valenciaplaza.com (2010)

Energía

Elperiodicodelaenergia.com (2014)
Energynews.es (2012)
Geotermiaonline.com (2013)

Deportes

Alirón Bilbao (papel y digital) (2013)
Avancedeportivo.es (2013)
Campdesports.cat (2011)
Capitaldeporte.com (2013)
Ciclo21.com (2013)
Correodelmar.es
Cronometrodeportivo.es
Delcadizes
Deporadictos.com (2012)
Deporteparatodos.net (2014)
Diariodemestalla.com
Ecosdelbalon.com
Eldeporteconquense.com (2013)
El Fútbol de Hortaleza (podcasts)
Eljuegodenaismith.com (2013)
Falso9.com
Futsalia.es (2015)
Goldelmurcia.es
Ha10.es (2010)
Juegosriojaneiro2016.com
Laotraliga.net (2012)
Laparadinha.com (2013)
Libero (papel) (2012)
Losotros18.com (2013)
Martiperarnau.com
Masquealba.com
Master1000.es (2011)
Munideporte.com
Olympodeportivo.es (web y revista digital) (2014)
Palabradefutbol.com
Panenska.org (2011)
Pasaporte Olímpico
Piratasdelbasket.net
Proyectopremier.com (2013)
Quecrack.com (2014) (**)
Sportsmadeinusa.com (2009)
Sportyou.es
Undergroundfootball.com (2012)
Vavel.com
Vivafutbol.es
Volata (papel) (2014)

Arte y cultura

40putes.com (2012)
Anoche tuve un sueño (papel) (2010)
Bfacemag.es (2013)
Cultura21.cat
Culturaenguada.es (2012)
Culturamas.es (2010) (*)
Culturon.es (2012)
Dialogados.com (2015)
Eargasmweb.com (2014)
Elasombrario.com (2012)
Elclubexpress.com
Elestadomental.com (papel y digital) (2010)
Fronterad.com (2009)
Horapunta.com (2012)
Hoyesarte.com (2009)
Hyperbole.es (2012)
Jenesaispop.com (2008)
Jotdown.es* (papel y digital) (2011)
Lecturassumergidas.com (2013)
Libropatas.com (2011)
Microrevista.com
Mymadness.es (2013)
Nonada.es (2011) (**)
Novemagazine.es
Numerocero.es
Nuvol.com (2012)
Pandora-magazine.com (2012)
Papeldeperiodico.com (2012)
Perinquiets.com (2012)
Revistakokoro.com
Revistamagma.es (2013) (**)
Revistawego.com (2008)
Revistawillko.com
Ritmosxxi.com (*)
Ruta42.es (2008)
Somatents.com
Spoonful.es (2012)
Thecult.es
Thewayoutmagazine.com (2013)
Tranceferencia.net (2012)
Verlanga.com (2013)
Vis-a-vis.es (2011)
Wiriko.org (2012)
Yellowbreak.com (2014)
Yorokobu (papel y digital) (2009)

Televisión, teatro y cine

Abajoeltelon.com (2010)
Bluper.es (2014)
Eltelevisero.com (2009)
Enlatele.es (2014)
Exclusivadigital.com (2011)

Medios lanzados por periodistas

Godot Revista de Artes Escénicas (papel y digital) (2010)
 Lacriticany.com
 Losinterrogantes.com
 Objetivocine.es (2011)
 Revistamagnolia.es (2012)
 Todosalteatro.com (2009)
 Undercine.com (2013)
 Yotele (2012)

Estilo de vida

Burbani Magazine (papel) (2014)
 Columnazero.com (2012)
 Disquecool.com (2011)
Elhedonista.es (2012)
 Modayestilodevida.com (2013)
 Planetalowcost.com (2014)
Revistamine.es
 Revistaromántica.com (2015)
 Revistadon.com (2013)
 Revista MagLes (papel y web) (2012)
 Yellowbreak.com (2015)
 Zeleb.es (2013)

Mujeres

Losojosdehipatia.com.es
Mujeresyca.com (2008)
Pikaramagazine.com (papel y digital) (2010)
 Revista Rose (papel) (2013)
 Thewomentimes.es (2013)

Tecnología

Applicants.com (2012)
Gadwoman.com (2012)
Hojaderouter.com (2013)
Media-tics.com (2011)
 Socialetic.com
 Ticbeat.com (2009)
Trecebits.com (2009)

Turismo, gastronomía y viajes

Actualidadgastronomica.es
Comerbeberdormir.com (2013)
 Diarionews.com
 El Comidista (2015)
 Etselquemenges.cat
 Madriddiferente.com (2011)
 Plan-icaro.com (2012) (**)
 Plan VE
 Top Viajes (papel)
 Turismoymas.com (2014)
 Viajesalpasado.com

Periodismo y comunicación

Comunicacio21.cat

Digimedio.es (2009)
 Espacioidircom.com
 Report.cat
 Topcomunicacion.com

Ciencia

Consalud.es (2012)
 Gciencia.com (2013)
*Sabermasciencia.es (2013) (**)*
 Saludadiario.es (2013)

Humor

DibuNews (papel y web) (2014)
Mongolia (papel) (2012) ()*
 Orgullo y Satisfacción (papel) (2014)

Familia

Diábolo (papel y web) (2014)
 Kireei (2009) (*)

Música

Portalesquizofrenia.com (2011)
 Swaggamusic.net (2011)

Otros temas

12pulgadas12.com (2014)
 Aerotendencias.com (2009)
Calamar2.com (2012)
Cascaraamarga.es (2011)
 Clouderview.com (2013)
 Confilegal.com (2014)
Critic (papel y web) (2014)
 Crónicapopular.es (2011)
 Cuadrilatero33.com (2014)
 Descubrirlahistoria (2013)
 Diarieducacio.cat (2014)
 Diariopractico.com
 Diaritreball.cat (2015)
 Elcorreodelsol.com
Elquadramista.com (2009)
 ePolitic.org (2014)
 Fiat Lux (papel) (2013)
Gurbrevista.com (2014)
 Historiasdeluz.es
 Informacionyarte.com (2010)
Koboonga.es (2014)
 Lasieraconestilo.com (2013) (**)
 Lassombrasdepalacio.com (2015)
 Lysmalermagazine.com (2014)(*) (**)
 Masfer.es
 Me-momag.com (2014)
 Motorypunto.com (2015)
 Portalparados.es
 Revistaindependientes.com (2013)

Revistaluminica.es
Revistaojosrojos.com (2012)
 Revistarambla.com (2010)
 Revistatumoto.com
 Taurologia.com
TheDiplomatinspain.com (2014)
 Theobjective.com (2013)
 Tunuevainformacion.com (2013)
 Tupolicia.com (2013)
 Ultimocero.com (2013)
 Vanitatis.com
 Vidasajenas.es (2014)
Vive Lucena (2014)

Radio y televisión 'online'

Babyradio.es (*)
 Canallitera.es (2013)
 Capitalradio.es (2014)
 Elextrarradio.com (2012)
 Elfutbolesceleste.com (2010)
 Gestionaradio.com
 Ha10radio.es (2011)
 Ha10tv.es (2011)
 Ondacro.com (2012)
 Ondamujer.com (2014)
Radio Conectadas (2014)
 Radio3w.com (2012)
 Repormadridtv.com (2012)
 Sevillawebradio.com (2014)
 Somosmuchasradio.com (2014)
 Tmex.es (2013)
 Tvguadalajaradigital.es
Unionrayo.es (2012)
 Zapea.tv (2014)

Otros proyectos de periodistas

2puntadas.es (2014)
 93metros.com (2012)
 App.nucleusinfo.org (*)
 Baandu
 Cdecomunicacion.es
 Datecuenta.org
 Desplazados.org
 DISO Press (2013)
 Dokult.com
 Donde van mis impuestos (2012)(*)
 eCicero
 El BOE nuestro de cada día (2012)
 El indultómetro (2012)
 EsMateria.com (2012)
 España en llamas (2012)
 Gastronomicom
 Geaphotowords.com
 Iberoamerica.net

Laboratorioderadio.com (2013)
 Libros del KO
 Motorlife.es
 Neupic.com (2014) (*)
 Neupicpro.com (2013) (*)
 Newsmotor.es
 Omcolectivo.com
 Parlama.es
 Periodisticos.com (2012)
 Pevype.com
 Politikon.es (2010)
 Porcausa.org (2013)
 Presspeople.com (2012)
Quehacenlosdiputados.net (2011)
 Quienmanda.es (2012)
 Reportaro.es (2014)
 SBP Comunicadores Asociados de Impulso
 Empresarial (2013)
SBP Comunicadores Asociados (2012)
 Spainfixer.com (2010)
 Tusmedios.es
 Wolfix.es

Cerrados o sin actualizar

Acuerdo.eu (2014)
 Cuadernosdeorientemedio.com (2013)
 Elinquir.com (2013)
 Latitud194.com (2011)
 Diarioprogresista.es (2011)
 Revistacombate.com (2014)
 Teinteresa.es (2011)
 Tribunainterpretativa.com (2012)
 Via52.com (2011)
 243cat.wordpress.com (2013)
 50x7.com (2012)
 Aixoesmallorca.com (2010)
 Diarioab.com (2013)
 Diariodecastillalamancha.es
 Diariodefortuna.es (2009)
 Diariodetoledo.es (2012)
 Eldigitaldealcorcon.es (2013)
 El Independiente de Cádiz (papel) (2013)
 El matí independent de Lleida (papel y digital) (2014)
 El Periódico de las Cuencas (papel y digital) (2014)
 Elvecinal.es (2013)
 Lacomunidad.info (2012)
 Mallorcaenlared.com (2011)
 Masgetafe.es (2013)
 Montemayordigital.com (2012)
 Porcunadigital.com (2013)
 Puenteinformacion.com (2013)
 Revistadelacarolina.com
 Sevillareport.com (2012)
 Tomaresdigital.com (2013)

Tusector.es (2012)
 Valledigital.com (2013)
 Villalbainformacion.com (2014)
 Ahoraempresas.com (2013)
 Finikito.com (2013)
 Zmart.co (2011)
 Canariasbasket.com (2012)
 Cuadernos de Basket (papel) (2011)
 Diariodelaroja.com (2013)
 El Futbolint (2014)
 Mundialdefutbol2014.es (2012)
 Mundosalas.es
 Pódium (papel y digital) (2014)
 Qualitysport.org (2012)
 Ramirobadalona.com (papel)
 Revistaminuto116.com
 Ritmodejuego.com
 Somosolimpicos.com (2012)
 Sportics.es (2011)
 Antoniamag.com (2010)
 Bostezo (papel)
 Cuadernodelluvia.com (2013)
 Diariokafka.es
 Doze-mag.com (2010)
 Elcorso.es (2010)
 Encubierta.com (2012)
 iWrite.es (2013)
 Laencuadre.com (2012)
 Lennon.es (2013)
 Maniobrasdeevasion.com
 Pasionporlapalma.com (2013)
 Revistaindiscretos.com (2013)
 Unfollowmagazine.com (2012)
 Frecuenciadigital.es (2010)
 Ochoquincemag.com (2013)
 Pantalla.cat (2013)
 Showrunner.es (2014)
 Tuteledigital.es (2010)
 Guialomejordelmundo.com (2008)
 L-ink (papel y digital) (2012)
 Madridandme.com (2013)
 Revistaladykiller.com (2011)
 Infotics.es (2011)
 Tabletarmy.com (2012)
 Tecnociencia.com (2012)
 Campechanos.es (2013)
 Eco-viajes.com
 Gastrostyle.com (2015)
 Madridirresistible.com (papel y digital) (2011)
 Magazine.Smark.com.es (2011)
 1001medios.net (2009)
 Concobertura.com (2011)
 Paralacinta.com (2013)
 Pequeños Monztruos (Lanzada en papel y digital)

12pulgadas12.com (2014)
 Esalucinante.es
 Crónicasiete.com
 El Capicua (papel y digital) (2012)
 Nawta.com (2013)
 Puntoencuentrocomplutense.es (2008)
 Revistaluzes.com
 Seguridadytribunales.es (2012)
 SPG SmartPhotos.Gallery (2014)
 Tudosis.es
 9exili.com (2013)
 Abrelasorejas.com (2013)
 Aviondepapel.tv
 Ionradio.es (Lanzamiento: 2013; paralizada desde octubre 2014)
 Lateledeinternet.com (2015)
 Masvoces.org
 Ondaarcoris (2014)
 Ondainversion.com (2013)
 Ondatoros.com
 Proximatv.com (2014)
 Radio Frecuencia Digital
 Radiogoles.es
 Bottup.com
 Boxpopuli.org (2013)
 Contraescritura Editorial
 Coperiodistas.com
 Coverit Media
 Dónde van mis impuestos (*) (2012)
 Fixmedia.org
 Insevilla.com (2011)
 Lacolumnata.es (2012)
 Linkterna.com (2014)
 Notasdelowry.com
 Nucleusinfo.org (*)
 Periodistas por el mundo (2011)
 Reporteracademy.com (2010)
 Theresetproject.org (2011)

Medios lanzados por periodistas desde 2008



Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística 2015.
 Elaborada a partir de la lista que mantiene la APM de medios lanzados por periodistas. Al cierre del informe ya se anunció la salida de Elnacional.cat. En cursiva, medios consultados para el informe.
 (*) Medios no lanzados por periodistas.
 (**) Sin actividad en los últimos tres meses.