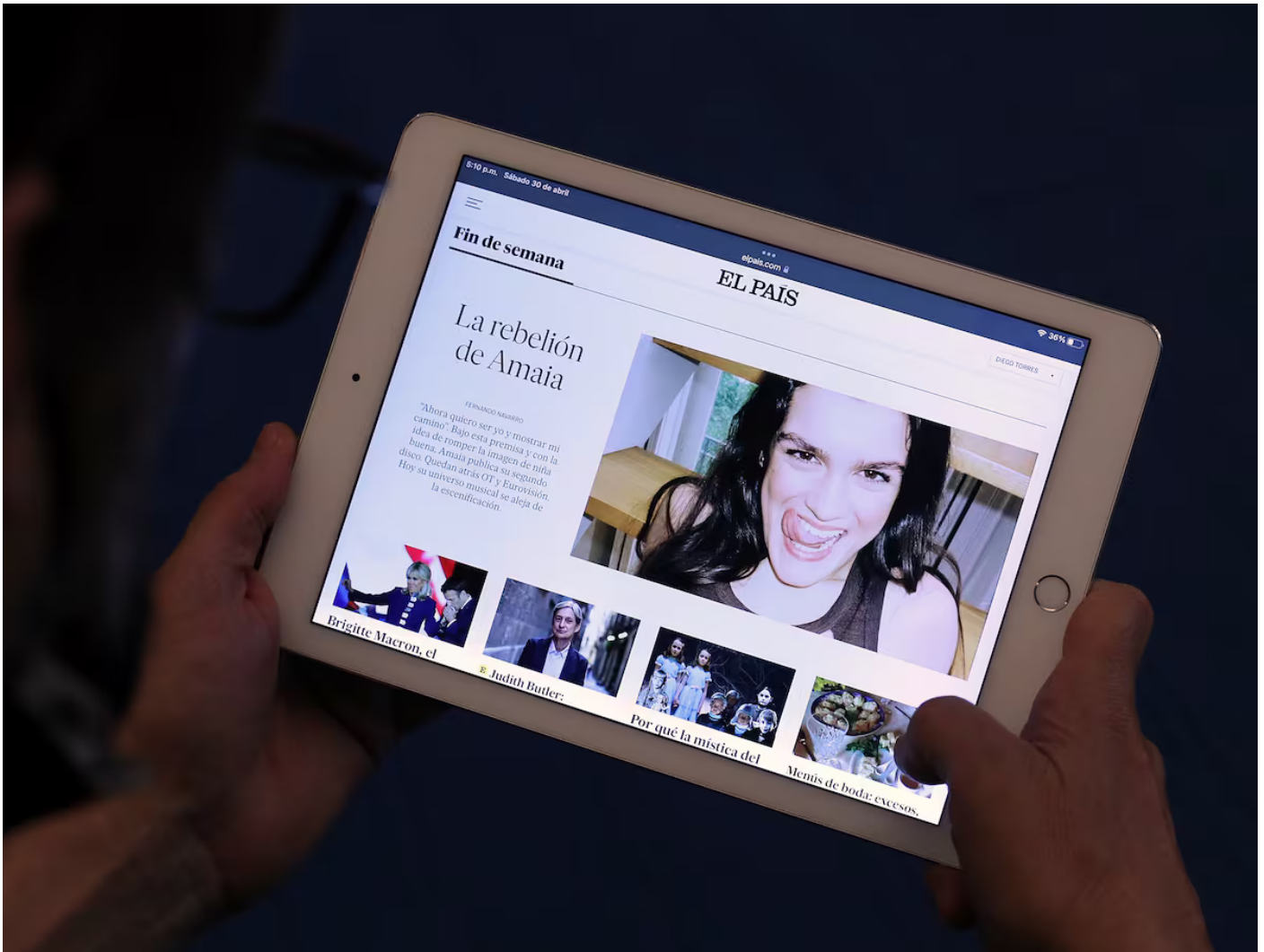


Periodismo, innovación, confianza

Los 400.000 suscriptores de EL PAÍS son una buena noticia para el periodismo en español y para todo el sector



Una persona consulta la web de EL PAÍS en una 'tablet'.

JAIME VILLANUEVA



PEPA BUENO

19 ENE 2025 - 05:45 CET

22

Hace ya unas semanas que EL PAÍS superó los 400.000 suscriptores, una cifra importante y muy simbólica contra el escepticismo o el derrotismo ambiental:

hoy ya están dispuestos a pagar por este periódico el mismo número de personas que lo hicieron en el momento de mayor éxito de su apabullante etapa analógica, según los datos de difusión media de lunes a sábado de aquel tiempo. Una época anterior a las tormentas tecnológica, económica y de credibilidad, que se han abatido sobre la prensa escrita en este siglo XXI hasta poner en riesgo su sostenimiento. Es una señal que nos llena de optimismo ante un futuro en el que tenemos la obligación no solo de existir sino de continuar siendo relevantes, influyentes y, sobre todo, útiles a sociedades enfrentadas como nunca a la confusión entre realidad y ficción. Nuestros 400.000 suscriptores señalan a un número creciente de ciudadanos que consideran el periodismo digital de calidad —hecho por profesionales que conservan todos los protocolos del oficio pero que apuestan con fuerza por la innovación— el mejor instrumento para conocer la realidad en medio de la nube tóxica en la que se ha convertido la comunicación en la era hiperconectada. Buena noticia para EL PAÍS, para el periodismo en español y para todo el sector.

Tan importante como la cifra es que, por fin, estos números que hoy contamos están auditados por la Oficina de Justificación de la Difusión, la OJD. Una garantía de transparencia aunque solo tres medios españoles nos hemos acogido a esta verificación de suscripciones —EL PAÍS, La Vanguardia y eldiario.es—.

Llegar hasta aquí en poco más de cuatro años y medio es el resultado de un trabajo coral que ha implicado a centenares de profesionales de distintas disciplinas de EL PAÍS y de Prisa. Todos ellos han estado enfocados en hacer un trabajo que diera motivos a los lectores para sostener y defender el periodismo del conocimiento, el hecho contrastado y el respeto al diferente. Como escribe hoy Sol Gallego-Díaz, la directora que inició el camino de la suscripción digital, [“hacer EL PAÍS no es fácil”](#). No lo fue en su nacimiento —el año próximo cumplimos 50 años—; no lo fue en 2020, cuando ella emprendió esta senda en plena pandemia; no lo era en 2021 cuando me puse al frente de la dirección del periódico y empezaron a encadenarse nuevos cisnes negros: la guerra en Ucrania, la crisis energética, los ataques de Hamás y la operación israelí de limpieza étnica en Gaza y, finalmente, la vuelta a la Casa Blanca de Donald Trump y sus oligarcas tecnológicos, que inician juntos este lunes un mandato lleno de incógnitas y tienen al periodismo profesional en la diana. Sin olvidar la dana en Valencia. En cada uno de estos acontecimientos extraordinarios —incluidos los avatares políticos en España y Latinoamérica— hemos visto premiada nuestra cobertura con el incremento de suscriptores. Pero también en el seguimiento de los temas de la vida cotidiana, que nuestros periodistas han contado en noticias urgentes, grandes reportajes, en podcast o en programas de vídeo en streaming. Ahora, la inteligencia artificial nos obliga a

sortear sus peligros y a no perdernos ninguna de sus posibilidades. En ello estamos, con el compromiso, recogido ya en el *Libro de estilo* de EL PAÍS, de que siempre habrá un periodista responsable de su uso y de su contenido.

Acabamos de superar una meta volante. Seguimos, sin un gramo de autocomplacencia. Gracias por la confianza.