

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

Mar Manrique (Fleet Street): "Tener un proyecto propio es ese empujoncito necesario para abrirte las puertas al mercado"

DAVID GOZÁLVEZ — 31/01/2023

Mar Manrique se graduó en Periodismo y Comunicación Corporativa en la Universitat Ramon Llull de Barcelona en 2020. Poco después de terminar la carrera, puso en marcha su gran proyecto personal, [Fleet Street](#), una newsletter sobre periodismo y comunicación. Desde entonces, su estilo fresco y personal ha logrado atraer a una gran variedad de personas del mundo del periodismo, desde recién graduados hasta profesionales con muchas horas de vuelo a sus espaldas. Manrique continúa formándose en el [Máster en Innovación en Periodismo](#), mientras cada dos domingos se cuela en las bandejas de entrada de sus **más de 4.500 suscriptores** para reflexionar sobre la industria de la comunicación



Entradas recientes

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



¿Por qué una periodista recién graduada se enganchó al formato de las newsletters?

Al terminar la carrera quería mantenerme conectada al periodismo. Empecé a investigar qué otras newsletters había en el mercado, para ver su funcionamiento, qué estructura seguían y cómo trataban los contenidos. En ese momento estaba [The Muffin](#), de **Mauricio Cabrera**, [Tendenci@s](#), de **Ismael Nafría**, y alguna en inglés. Me sirvieron de inspiración, pero creo que a la hora de iniciar un proyecto hay que buscar un valor diferencial, tienes que aportar algo distinto a la hora de tratar un contenido, darle el tono o la forma que lo diferencie del resto.

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*

¿Qué fue lo que le motivó a empezarlo?

La idea surgió en diciembre de 2020, aunque tardé unos tres meses en ponerla en marcha. El primer número lo lancé el 7 de marzo de 2021. Estaba en una etapa en la que hacía unos meses que había terminado la carrera y empecé a trabajar como creadora de contenido en una startup. En ese momento me inquietaba mucho la idea de no estar haciendo nada relacionado con el periodismo, y quería encontrar la forma de seguir en contacto con ese mundo, dar respuesta a las inquietudes que tenía en ese momento. Así empecé Fleet Street en marzo de 2021.

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



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



¿Cómo es tu flujo de trabajo?

Mi flujo de trabajo es algo caótico. Al inicio, cuando la newsletter era semanal, me dedicaba a ella a lo largo de la semana y la iba preparando diariamente porque el trabajo me lo permitía, pero ahora que es quincenal a veces apuro demasiado por falta de tiempo. Respecto a los contenidos, tengo un Drive donde voy colocando todos los temas conforme se me van ocurriendo, o incluso si veo contenidos de Twitter que quiero incluir, los dejo en "Elementos Guardados" o en el bloc de notas. Ahora mismo sigo un calendario para organizarme bien.

En poco tiempo ha logrado alcanzar un gran número de lectores.

Ahora mismo hay más de 4.500 personas suscritas, con una tasa de apertura de entre 55% y 60%, aunque en los últimos tres números ha bajado un poco. Sí que es cierto que quiero hacer limpieza de la gente que no abre la newsletter para mejorar las métricas, es mejor calidad que cantidad. El que la newsletter vaya a Promociones a veces tampoco ayuda.

¿Qué es lo mejor que te ha dado esta aventura personal?

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

En los tres meses en los que se gestó el proyecto fui preguntándome cosas del estilo "¿Cuál es el éxito para mí en tres meses?" o "¿A quién me dirijo?", y conforme a esas preguntas fui modelando el producto. En seis meses el éxito eran 500 suscriptores, que no sé si los alcancé o si los superé, pero no me imaginaba llegar a los 4.000 en ningún momento. De hecho, este verano hablaba con mi entorno sobre llegar a 2.000 en navidad, y de repente la cifra se duplicó. La newsletter me ha traído muchas cosas buenas, entre ellas que algunos medios como la SER o RNE hayan contactado conmigo para hablar de los temas que abordo en ella.

De cara al futuro, ¿te has planteado monetizar la newsletter?

Lo tengo en mente, pero me falta el tiempo suficiente para armar una buena estrategia. Si tuviera que monetizarla no lo haría ahora; para hacer pagar a un suscriptor debes dedicarte el 100% al producto, pero sí me he planteado empezar con una estrategia de patrocinios, para que empresas relacionadas con el mundo de la comunicación se den a conocer en la newsletter. Es algo que no es muy intrusivo para el lector y puede aportarme ese beneficio económico, además de ayudar a la empresa a darse a conocer ante un público concreto.

Este verano hablaba con mi entorno sobre llegar a 2.000 en navidad, y de repente la cifra se duplicó

Ranking de Innovación Periodística 2014

Descubre este informe que analiza las iniciativas periodísticas más innovadoras en España

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

¿Y exportar Fleet Street a otros formatos como el Podcast?

Lo del podcast lo tengo pensado desde hace tiempo, y este verano estuve a punto de publicar una de las entrevistas que hice en podcast, pero no tuve tiempo para ponerlo en marcha, así que de momento está en el cajón hasta que pueda retomarlo. También tendría cabida en TikTok, pero el problema sigue siendo el tiempo. Hay gente como **Analía Plaza**, de El Periódico de España, o **Taylor Lorenz**, de The Washington Post que hacen TikToks hablando sobre sus artículos.

¿Cómo es el feedback que recibes?

¡El feedback es súper positivo! Es una de las cosas que me hace seguir con el proyecto. Si Fleet Street ha crecido tanto ha sido gracias a la generosidad de la gente que la ha compartido. Me encanta ver los comentarios, hay gente que lo comparte en Twitter o también comentan en el propio post o me responden al correo, ya sea para dar las gracias o para contarte algo que da pie a la conversación.

Una de las virtudes de la newsletter es que unes a profesionales del sector con gente que está empezando en el periodismo.

Exacto, Fleet Street va dirigida tanto a la gente que acaba de salir de la carrera como a la que lleva veinte años trabajando en el periodismo. Intento aunar contenidos y contar cosas que puedan resultar

profesionales en España y
Latinoamérica

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.

interesantes para todos los perfiles. En el último número hablaba de TikTok, y que pueda resultar de interés esta información para un abanico tan grande de gente es muy gratificante.

Ahora mismo hay más de 4.000 personas suscritas a Fleet Street, con una tasa de apertura de entre 55% y 60%

Aparte de las cifras y la respuesta de los usuarios, ¿qué es lo que te aporta Fleet Street a nivel profesional?

A mí Fleet Street me ha servido como carta de presentación, y gracias a ello ahora colaboro con [S Moda](#) en El País y trabajo en [Prodigioso Volcán](#). Hoy en día se pone muy en valor la gente joven que sale de la carrera con un proyecto propio, hay muchísimos estudiantes que comparten el mismo currículum, por lo que tienes que plantearte qué te va a hacer diferenciarte de la persona de al lado. Tener un proyecto propio es ese empujoncito necesario para abrirte las puertas al mercado.



David Gozávez

Estudiante de Periodismo y CAU

