

TENDENCIAS

ISMAEL NAFRÍA

- ***The New York Times* supera los diez millones de suscriptores y va a por los 15**
 - Siguen aumentando las suscripciones digitales a los medios
 - ***Acuerdos, denuncias y avances en inteligencia artificial***
 - Substack y Beehiiv batallan por el mercado de las *newsletters*
 - **Breves:**
 - Los periódicos españoles denuncian a Meta
 - Cómo se informan los españoles, según el CIS
 - Apuesta por los medios de nicho
 - Yahoo compra la *app* de noticias Artifact, que iba a cerrar
 - Terry Tang, primera directora de *Los Angeles Times* en sus 142 años
 - CUNY ofrecerá gratis sus másteres en Periodismo
 - Las biografías mejoradas de los autores del *NYT*
 - The Messenger cierra tras solo nueve meses de vida
 - La *app* NYT Audio supera el millón de descargas
 - Desaparece Facebook News
 - La comunicación, habilidad más demandada en los profesionales

'The New York Times' supera los diez millones de suscriptores y va a por los 15

El diario *The New York Times* ha superado ya la cifra de los diez millones de suscriptores, un hito muy relevante tanto para el diario como para el conjunto

del sector de los medios de comunicación, que ve cómo las suscripciones digitales se han convertido en una de las estrategias centrales del negocio.

El *NYT* tiene ahora la mira puesta en alcanzar los 15 millones de suscriptores de pago, cifra que espera lograr a finales de 2027¹.

1 New York Times Co. (7 de febrero de 2024). Conferencia telefónica sobre resultados del cuarto trimestre y del año completo 2023. <https://nytco-assets.nytimes.com/2024/02/Q4-2023-Prepared-Remarks.pdf>

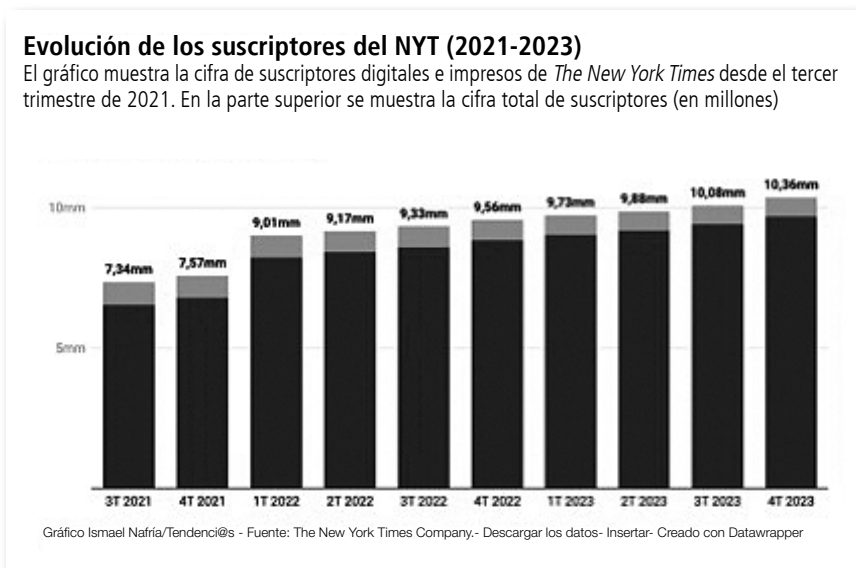


Imagen 1. Evolución de los suscriptores de 'The New York Times'

Haber llegado a los diez millones de suscriptores -10,36 millones a finales de 2023, de los cuales 9,7 millones eran digitales- es un logro que valida completamente la apuesta por las suscripciones digitales que lanzó *The New York Times* en 2011.

El pasado año, el *Times* superó por vez primera los 1.000 millones de dólares de ingresos en suscripciones digitales, sobre un total de 2.426,2 millones². Así, los suscriptores digita-

les son ya la principal vía de ingresos del *Times* y representan el 45,3 % del total. La apuesta del diario se centra en su paquete conjunto (*bundle*) de suscripción, que incluye las noticias y los productos digitales Cooking (recetas de cocina), Games (juegos), Wirecutter (análisis y recomendación de productos), *The Athletic* (deportes) y la *app* NYT Audio. Un total de 4,22 millones de suscriptores digitales optan por el paquete conjunto o por suscripciones multiproducto. El ingreso medio men-

2 Robertson, K. (7 de febrero 2024). "New York Times Co. suma 300.000 suscriptores digitales en el trimestre". *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2024/02/07/business/media/new-york-times-q4-earnings.html>

sual por suscriptor digital es de 9,24 dólares³. Además, la suscripción digital es la única de las vías principales de ingresos que mantiene, año tras año, un crecimiento sostenido.

La segunda fuente de ingresos es ahora la de las suscripciones impresas: el *Times* contaba a finales de 2023 con 660.000 suscriptores del papel, tras perder 70.000 en un año, que le proporcionaron 556,7 millones de dólares en 2023. La publicidad digital fue el tercer ingreso por volumen (317,7 millones), otros ingresos aportaron 264,8 millones y la publicidad impresa fue la quinta vía generadora de ingresos, con 187,5 millones de dólares. En 2023, el *NYT* tuvo un beneficio neto de 232,4 millones de dólares, un 33,6% más que el año anterior⁴.

Siguen aumentando las suscripciones digitales a los medios

Las suscripciones digitales son el motor que impulsa el negocio de decenas

de medios de todo el mundo, aunque hay algunos que han decidido cambiar de estrategia y han optado por abrir totalmente sus contenidos al público de manera gratuita, como es el caso de la revista *Time*⁵.

Estos son algunos datos actualizados de distintos medios internacionales, además del ya mencionado *The New York Times*, que ilustran cómo aumenta el número de lectores que pagan por la información digital:

- A finales de 2023, el diario *The Wall Street Journal* contaba con un total de 4.052.000 suscriptores, un 7% más que el año anterior. De esos, 3.528.000 eran suscriptores digitales, un 11% más que hace un año. Esta cifra representa un 87% del total de suscriptores⁶.
- *The Times* y *Sunday Times*, diarios británicos pertenecientes también al grupo News Corp, tenían 575.000 suscriptores digitales a finales de 2023, 25.000 más que el año anterior.
- La revista *The Atlantic* ha superado

³ New York Times Co. (7 de febrero de 2024). "The New York Times Company informa sobre los resultados del cuarto trimestre y del año completo 2023". [Nota de prensa]. <https://nytco-assets.nytimes.com/2024/02/NYT-Press-Release-Q4-2023-Final-gYtpe4NB.pdf>

⁴ New York Times Co. (7 de febrero de 2024). Presentación de resultados del cuarto trimestre y del año completo 2023. <https://nytco-assets.nytimes.com/2024/02/NYT-Earning-Presentation-Q4-2023-Final-gGdP1MgW.pdf>

⁵ *Time* (27 de abril de 2023). "Time hará que su periodismo confiable sea gratuito y accesible en todo el mundo en *Time.com*". *Time*. <https://time.com/6274933/time-to-make-its-trusted-journalism-free-and-accessible-worldwide-on-time-com/>

⁶ Tobitt, C. (8 de febrero de 2024). Resultados trimestrales de News Corp. [Nota de prensa]. News Corp. https://pressgazette.co.uk/media_business/news-corp-subscriptions-new-york-times/

el millón de suscriptores y ha alcanzado la rentabilidad⁷. Eran dos de las metas que la compañía editora de *The Atlantic* se había fijado hace varios años, cuando incorporó a Nicholas Thompson como CEO de la compañía.

- La publicación británica especializada en medios *Press Gazette* mantiene una lista actualizada (“100k Club”)⁸ en la que hace seguimiento de los medios y plataformas informativas digitales de habla inglesa de todo el mundo que cuentan con más de 100.000 suscriptores digitales. Entre todos ellos suman más de 40 millones de usuarios digitales de pago.

Y las siguientes son algunas referencias del mercado español:

- El diario *El País* ha superado la cifra de los 350.000 suscriptores, entre

digitales y de la edición impresa⁹. *El País* empezó el año 2024 con más de 314.600 suscriptores digitales y más de 36.000 de la edición impresa. Esos suscriptores digitales generaron unos ingresos de 18,3 millones de euros en 2023, un 28,3 % más que los 14,2 millones ingresados por este concepto el año anterior.

- El diario *El Mundo* contaba, a finales de 2023, con un total de 136.000 suscriptores digitales, 35.000 más que los 101.000 que tenía a finales de 2022¹⁰.
- El diario económico *Expansión*, propiedad de Unidad Editorial, ha superado los 80.000 suscriptores digitales¹¹. Lanzó su modelo de pago en marzo de 2020.
- El diario *La Vanguardia* cuenta ya con 107.000 suscriptores digitales, según anunció su director, Jordi Juan¹². El periódico barcelonés tiene,

⁷ *The Atlantic* (24 de marzo de 2024). “*The Atlantic* supera el millón de suscripciones y alcanza rentabilidad”. *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/press-releases/archive/2024/03/atlantic-tops-1-million-subscriptions-and-profitability/677905/>

⁸ Majid, A. (7 de diciembre de 2023). “100k Club: ranking exclusivo de los principales editores de noticias de pago del mundo”. *Press Gazette*. <https://pressgazette.co.uk/paywalls/100k-club-exclusive-ranking-of-worlds-top-paywalled-news-publishers/>

⁹ *El País* (14 de enero de 2024). “*El País* supera los 350.000 suscriptores”. *El País*. <https://elpais.com/comunicacion/el-pais-que-hacemos/2024-01-14/el-pais-supera-los-350000-suscriptores.html>

¹⁰ RSC (2023). Resultados preliminares al 31 de diciembre de 2023. RCS Mediagroup. <https://www.rcsmediagroup.it/comunicati/risultati-preliminari-al-31-dicembre-2023/>

¹¹ *Expansión* (25 de enero de 2024). “*Expansión* supera los 80.000 suscriptores digitales”. *Expansión*. <https://www.expansion.com/empresas/2024/01/25/65b196b3e5fdea8d6a8b460b.html>

Press Gazette's 100k Club
English language publishers with the most digital subscribers as of Nov 2023

	Publisher/title	Digital subscribers *	Date
1	The New York Times	9.41m	Sep '23
2	The Athletic	4.38m	Sep '23
3	The Wall Street Journal	3.46m	Sep '23
4	The Washington Post	2.5m	Oct '21
5	Substack	2m	Feb '23
6	Gannett	1.96m	Sep '23
7	Us Weekly	1.69m	Jun '23
8	Dow Jones (ex. WSJ)	1.15m	Sep '23
9	News Corp Australia	1.05m	Sep '23
10	Weather Channel	1m	Mar '23
11	The Guardian	1m	Mar '22
12	Financial Times	1m	Mar '22
13	Medium	825k	Oct '23
14	The Economist	697.38k	Mar '23
15	The Telegraph	669.91k	Sep '23

Imagen 2. Suscriptores de diarios digitales según el '100k Club' de 'Press Gazette'

además, cerca de 40.000 suscriptores de su edición impresa.

- El 21,3% de los internautas españoles están suscritos a un periódico o revista, según indican los resultados de la edición n.º 26 del estudio “Navegantes en la Red”¹³, que realiza la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC).

Acuerdos, denuncias y avances en inteligencia artificial

La inteligencia artificial (IA) se ha convertido en uno de los temas que centra más la atención de los medios de todo el mundo, que han empezado a explorar de manera más detallada las posibilidades que ofrece y a posicionarse en la relación con las empresas de IA.

¿Qué actitud están adoptando los medios en su relación con las grandes compañías de inteligencia artificial generativa? Por lo visto estos últimos meses, existen dos grupos muy diferenciados:

Por un lado, los medios que han alcanzado acuerdos económicos al parecer millonarios -aunque no se han ofrecido cifras públicamente- con empresas como OpenAI o Microsoft. Es el caso del grupo multinacional Axel Springer¹⁴, la agencia Associated Press, los

¹² Puig, F. (30 de enero de 2024). “Jordi Juan: ‘Los lectores buscan cada vez más la fiabilidad de una marca para informarse’”. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/vida/20240130/9509332/jordi-juan-lectores-buscan-vez-mas-fiabilidad-marca-informarse.html>

¹³ Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) (2024). Navegantes en la Red. <https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/navegantes-la-red/>

¹⁴ Axel Springer (13 de diciembre de 2023). “Axel Springer y OpenAI se asocian para profundizar en el uso beneficioso de la IA en el periodismo”. [Nota de prensa]. Axel Springer <https://www.axelspringer.com/en/ax-press-release/axel-springer-and-openai-partner-to-deepen-beneficial-use-of-ai-in-journalism>

medios de Prisa Media¹⁵ o los periódicos *Le Monde* y *Financial Times*.

Por otro, los medios que han denunciado a algunas de estas compañías por considerar que han vulnerado sus derechos de autor al utilizar sus contenidos para entrenar a sus herramientas de IA generativa de manera ilegal, sin permiso ni remuneración de ningún tipo. *The New York Times*¹⁶ y otros ocho destacados periódicos de EE. UU. han demandado a OpenAI y Microsoft por este motivo.

En uno de sus informes anuales, titulado *Changing Newsrooms 2023*, el Reuters Institute señala que la mayor parte de los líderes de redacciones se muestran cautelosos sobre el impacto que la IA puede tener en la industria de los medios¹⁷. Solo el 21 % afirma que la IA generativa va a cambiar de manera fundamental todos los roles en las redacciones. La mayor parte (74 %) considera que ayudará a las redac-

ciones a mejorar la productividad sin cambiar la esencia del periodismo. Los responsables de los medios se están preparando para los retos que plantea la IA generativa, pero todavía no están preparados para ella.

Uno de los pasos que se recomienda y que están dando algunos medios es el de nombrar responsables y crear equipos específicos para abordar este tema. Por ejemplo, el diario *The New York Times* ha contratado al cofundador de Quartz Zach Seward para liderar sus iniciativas de inteligencia artificial y establecer los principios que deberá seguir el *Times* en el uso de la IA¹⁸.

Entre las preguntas que deberá responder Seward y el equipo que ha ido formando desde su nombramiento se encuentran las siguientes: “¿Cómo debería beneficiarse el periodismo del *Times* de las tecnologías de IA generativa? ¿Pueden estas nuevas herramientas ayudarnos a trabajar más rápidamente?

15 Prisa (14 de marzo de 2024). “OpenAI anuncia un acuerdo con Prisa Media y *Le Monde*”. Prisa.

<https://www.prisa.com/es/noticias/noticias-1/openai-anuncia-un-acuerdo-con-prisa-media-y-le-monde>

16 Grynbaum, M. M. y Mac, R. (27 de diciembre de 2023). “*The New York Times* demanda a OpenAI y Microsoft por el uso de obras con derechos de autor en la IA”. *The New York Times*.

<https://www.nytimes.com/es/2023/12/27/espanol/new-york-times-demanda-openai-microsoft.html>

17 Cherubini, R. y Sharma, R. (5 de diciembre de 2023). “Redacciones cambiantes 2023: a los líderes de medios les cuesta abrazar la diversidad y miran con cautela la inteligencia artificial”. Reuters Institute.

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/changing-newsrooms-2023-lideres-medios-diversidad-cautela-ai>

18 *The New York Times* (12 de diciembre de 2023). “Zach Seward es el director editorial de la sala de redacción de AI Iniciativas”. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/press/zach-seward-is-the-newsrooms-editorial-director-of-ai-initiatives/>

¿Dónde deberíamos trazar las líneas rojas sobre dónde no la usaremos?”. La dirección del *NYT* ha querido dejar claro, en cualquier caso, que “el periodismo del *Times* será siempre realizado, escrito y editado por nuestros expertos periodistas”. El equipo de Zach Seward experimentará con herramientas de IA y creará prototipos de proyectos basados en IA. Además, ayudará a diseñar programas de formación sobre IA para los periodistas.

Substack y Beehiiv batallan por el mercado de las ‘newsletters’

Las *newsletters* se han convertido en uno de los productos periodísticos de mayor éxito de estos últimos años. Varias plataformas de publicación de *newsletters*, como Substack o Beehiiv, creadas en los años recientes, pugnan por liderar este creciente mercado y lo hacen compitiendo con productos con muchos más años de historia, como MailChimp.

Substack, que apuesta por las suscrip-

ciones de pago como principal modelo de negocio, ha logrado superar ya los tres millones de usuarios que pagan por alguna de las *newsletters* publicadas en esta plataforma¹⁹. Substack no ha parado de mejorar su oferta a los creadores de *newsletters* con numerosas funcionalidades que incluyen la integración de audio y vídeo en el producto, la mejora global de la plataforma de publicación y de su sistema de recomendaciones²⁰ o avances en el análisis de la audiencia.

Por su parte, Beehiiv, creada en 2021, ha irrumpido con mucha fuerza en el mercado de la creación de *newsletters* con una oferta más orientada a la generación de ingresos publicitarios. La compañía cuenta con un poderoso sistema de recomendación de *newsletters* y con su propia red de anunciantes, que pueden anunciarse en aquellas *newsletters* publicadas en la plataforma de Beehiiv que mejor les encajen. Beehiiv también ha ido introduciendo de manera continua numerosas mejoras en su plataforma²¹.

El experto en *newsletters* Dan Os-

19 Axios (22 de febrero de 2024). “Substack dice que ahora tiene más de tres millones de suscripciones de pago”. Axios. <https://www.axios.com/2024/02/22/substack-3-million-paid-subscriptions>

20 Mckenzie, H. y Monga, S. (22 de febrero de 2024). Actualización de la red de recomendaciones de Substack. *On Substack*. <https://on.substack.com/p/substacks-recommendations-network>

21 Denk, T. (17 de abril de 2024). “El nuevo constructor de sitios web”. <https://product.beehiiv.com/p/new-website-builder>

hinsky ha publicado en su web *Inbox Collective* una útil comparativa de seis herramientas que los creadores de *newsletters* pueden utilizar para publicar su producto. Se analizan y comparan seis de las más populares opciones: AWeber, Beehiiv, ConvertKit, Ghost, Mailchimp y Substack²².

La plataforma de *newsletters* Beehiiv publicó a principios de este año su informe *State of Email Newsletters* de 2024, en el que ofrece numerosos e interesantes datos sobre las *newsletters* creadas con esta herramienta. Por ejemplo, en 2023, la cifra de correos electrónicos enviados utilizando Beehiiv ascendió a 4.500 millones de *emails*: diez veces más que los enviados entre 2021 y 2022. A finales de 2023, Beehiiv contaba con 93 millones de usuarios suscritos a alguna de las *newsletters* publicadas en esta plataforma y con más de 10.000 *newsletters* activas²³.

Breves

Los periódicos españoles denuncian a Meta

La Asociación de Medios de Información (AMI), que agrupa a 83 periódicos y medios de información españoles²⁴, entre los que se encuentran todos los principales grupos de prensa, ha presentado una demanda contra Meta, la compañía propietaria de Facebook, Instagram y WhatsApp, “por su sistemático y masivo incumplimiento de la normativa europea de protección de datos”²⁵. La AMI reclama más de 550 millones de euros.

Cómo se informan los españoles, según el CIS

Un estudio realizado por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) sobre audiencias de medios de comunicación social en España revela que el 72,1% de los españoles aseguran estar “mucho o bastante” informados sobre la actualidad²⁶.

²² Oshinsky, D. (20 de mayo de 2024). “AWeber, Beehiiv, ConvertKit, Ghost, Mailchimp o Substack: ¿cuál es el ESP adecuado para tu boletín independiente?”. *Inbox Collective*. <https://inboxcollective.com/aweber-beehiiv-convertkit-ghost-mailchimp-substack-which-is-the-right-esp-for-your-indie-newsletter/>

²³ Denk, T., T. G. y White, E.J. (8 de enero de 2024). “Estado de los boletines informativos por correo electrónico de Beehiiv de 2024”. <https://blog.beehiiv.com/p/2024-state-of-newsletters>

²⁴ Asociación de Medios de Información (AMI) (s.f.). “¿Qué es AMI?”. <https://www.ami.info/que-es-ami#asociados>

²⁵ Asociación de Medios de Información (AMI). (4 de diciembre de 2023). “Los medios de información agrupados en AMI demandan a META por competencia desleal y reclaman más de 550 millones”. <https://www.ami.info/ami-demanda-a-meta-por-competencia-desleal-y-reclama-mas-de-550-millones.html>

²⁶ Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (14 de noviembre de 2023). “El 72,1% de los españoles asegura estar informados sobre la actualidad”. [Nota de prensa]. <https://www.cis.es/-/el-72-1-de-los-espanoles-aseguran-estar-informados-sobre-la-actualidad>

Los medios más utilizados de manera habitual para estar al día de las noticias son la televisión (69,8%); la prensa, impresa o digital (55,1%); las redes sociales (44,1%), y la radio (43,5%). La radio es el medio que más confianza ofrece a los españoles, por delante de la prensa (53,2%) y la televisión (41,2%). Muy lejos quedan las redes sociales, con solo un 15%. Los cuatro periódicos preferidos de los encuestados son *El País* (10,1%), *El Mundo* (5,1%), *La Vanguardia* (3,1%) y *elDiario.es* (2,7%)²⁷.

Apuesta por los medios de nicho

Los medios de nicho están captando cada vez más la atención del sector de los medios, al ofrecer interesantes modelos de negocio basados en la relación directa con la audiencia. Por ejemplo, el grupo escandinavo Schibsted ha anunciado la creación de una unidad específica de negocio, dentro de

su división de medios, que se dedicará al impulso de los medios de nicho. Según ha explicado la compañía, las publicaciones de nicho “operan con un modelo de crecimiento distinto”²⁸ al que tienen los grandes medios, lo que significa que existen claras ventajas si se desarrollan desde una unidad específica.

La desinformación, riesgo mundial

El World Economic Forum (WEF) afirma en su *Global Risks Report 2024*²⁹ que la desinformación y los bulos, a corto plazo (dos años), son los riesgos principales que afronta la población mundial en los próximos años, por delante de los fenómenos de clima extremo, la polarización de la sociedad, la falta de seguridad informática y los conflictos armados³⁰. A largo plazo (diez años), los riesgos principales que menciona el informe cambian un poco. Los fenómenos climatológicos extremos

27 Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (13 de noviembre de 2023). “Avance de resultados del estudio 3421. Estudio sobre audiencias de medios de comunicación social”. [Nota de prensa]. <https://www.cis.es/-/bcd-avance-de-resultados-del-estudio-3421-estudio-sobre-audiencias-de-medios-de-comunicacion-social-1>

28 Schibsted (6 de noviembre de 2023). “Schibsted lanza una unidad de medios especializados”. Schibsted. <https://schibsted.com/news/schibsted-launches-niche-media-unit/>

29 Foro Económico Mundial (2024). *Informe de riesgos globales 2024*. <https://www.weforum.org/reports/global-risks-report-2024>

30 Foro Económico Mundial (2024). “Estos son los mayores riesgos globales que enfrentamos en 2024 y más allá”. <https://www.weforum.org/agenda/2024/01/global-risks-report-2024>

se sitúan en primer lugar, y los tres siguientes riesgos tienen que ver también con la naturaleza y el medioambiente: cambios críticos en los sistemas de la Tierra, pérdida de biodiversidad y colapso de los ecosistemas y falta de recursos naturales. El quinto puesto lo ocupa la desinformación, mientras que en sexto lugar se mencionan los posibles efectos adversos de las tecnologías de inteligencia artificial.

Yahoo compra la ‘app’ de noticias Artifact, que iba a cerrar

Yahoo anunció a principios del mes de abril la compra de la *app* de noticias Artifact³¹, que unos meses antes había anunciado que cerraba sus puertas tras solo un año de vida³². La tecnología de personalización de noticias basada en inteligencia artificial creada por Artifact ha pasado así a manos de Yahoo, que la integrará en Yahoo News, entre otros servicios. Artifact había sido creada por

los cofundadores de Instagram, Kevin Systrom y Mike Krieger, como un agregador social de noticias personalizadas.

Terry Tang, primera directora de ‘Los Angeles Times’ en sus 142 años

Terry Tang ha sido nombrada directora del diario *Los Angeles Times*³³, puesto que ocupaba de manera interina desde la dimisión del anterior director, Kevin Merida³⁴. Tang se ha convertido así en la primera mujer en los 142 años de historia del diario angelino que está al frente de la redacción. Dirigirá tanto la redacción periodística como la sección de Opinión. El diario, que cuenta con cerca de 550.000 suscriptores digitales, atraviesa estos últimos años por una crisis económica que se ha traducido en una reducción de su plantilla.

CUNY ofrecerá gratis sus másteres en Periodismo

La Craig Newmark Graduate School of

31 Yahoo Inc. (2 de abril de 2024). "Yahoo anuncia la adquisición de Artifact, la plataforma de descubrimiento de noticias creada por los cofundadores de Instagram, Kevin Systrom y Mike Krieger". <https://www.yahooinc.com/press/yahoo-announces-the-acquisition-of-artifact-the-news-discovery-platform-created-by-instagram-cofounders-kevin-systrom-and-mike-krieger>

32 Artifact News (12 de junio de 2023). "Cierre de Artifact". [Nota de prensa]. <https://medium.com/artifact-news/shutting-down-artifact-1e70de46d419>

33 *Los Angeles Times* (8 de abril de 2024). "Terry Tang, nombrada editora ejecutiva de Los Angeles Times". [Nota de prensa]. <https://www.latimes.com/about/pressreleases/story/2024-04-08/los-angeles-times-terry-tang-executive-editor-los-angeles-times>

34 *Los Angeles Times* (9 de enero de 2024). "Renuncia el editor ejecutivo del L.A. Times, Kevin Merida". *Los Angeles Times*. <https://www.latimes.com/entertainment-arts/business/story/2024-01-09/kevin-merida-steps-down-los-angeles-times>

Journalism de la City University of New York (CUNY) ha recibido una donación de diez millones de dólares por parte de Craig Newmark Philanthropies (CNP), que le permitirá avanzar en su plan para ofrecer formación gratuita a todos sus estudiantes³⁵. Esta universidad pública de Nueva York, fundada en 2006, ofrece varios másteres en Periodismo; entre ellos, un programa bilingüe inglés-español de su M.A. en Periodismo. La nueva donación eleva a 30 los millones de dólares recibidos y permitirá que la mitad de los estudiantes que empiecen el curso en agosto de 2025 lo hagan de forma gratuita. La escuela espera conseguir 30 millones de dólares adicionales de donantes para poder ofrecer a partir de finales de 2026, en su 20 aniversario, formación gratuita para la totalidad de sus estudiantes.

Las biografías mejoradas de los autores del ‘NYT’

El diario *The New York Times* ha lanzado un nuevo formato para las páginas

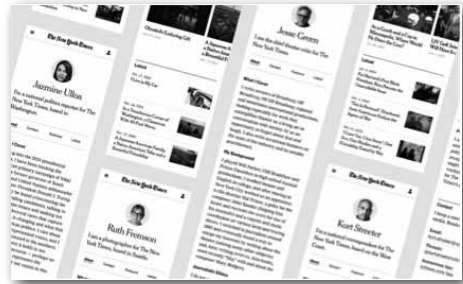


Imagen 3. Nuevo formato de las páginas de perfil de periodistas de ‘The New York Times’

de perfil de sus periodistas³⁶ para poner en valor “la experiencia, los conocimientos y la ética de nuestros reporteros, fotógrafos, editores y periodistas de audio, vídeo y datos de toda la redacción y de Opinión”³⁷. El diario ha explicado que “nuestros periodistas son lo que distingue a *The New York Times*” y ha dicho que “el nuevo formato, que denominamos biografías mejoradas, se ha diseñado para reforzar la confianza de los lectores, haciéndoles saber quiénes somos y cómo trabajamos”.

³⁵ Craig Newmark Graduate School of Journalism (2024). “Una donación de diez millones de dólares establece la Escuela de Posgrado de Periodismo Craig Newmark en el camino hacia la matrícula gratuita”. <https://www.journalism.cuny.edu/2024/01/10-million-gift-sets-craig-newmark-graduate-school-of-journalism-on-path-to-free-tuition/>

³⁶ The New York Times Company (30 de enero de 2024). “Nuestras páginas de firma rediseñadas”. <https://www.nytc.com/press/our-redesigned-byline-pages/>

³⁷ The New York Times Company (31 de enero de 2024). “Mira nuestras nuevas páginas de firma”. <https://www.nytc.com/press/see-our-new-byline-pages/>

‘The Messenger’ cierra tras solo nueve meses de vida

El medio digital estadounidense *The Messenger*, lanzado en mayo de 2023, anunció hace unos meses su cierre cuando todavía no había cumplido su primer año de existencia³⁸. Este cierre se ha convertido en uno de los fracasos más sonoros de un nuevo medio digital. *The Messenger* llegó a contratar a unos 300 profesionales.

La ‘app’ NYT Audio supera el millón de descargas

La *app* NYT Audio del diario *The New York Times*, lanzada en mayo del pasado año, acumuló más de un millón de descargas hasta finales de 2023, según datos ofrecidos en un artículo publicado por *Press Gazette*³⁹. A los contenidos completos de esta *app* pueden acceder únicamente los suscriptores del NYT que disponen de una suscripción completa (“All Access”, acceso a todo, en inglés) o la suscripción al servicio de noticias. Más de 600 periodistas del NYT han participado en alguno de los episodios disponibles en la *app*. Esto supone más de un tercio

de la redacción del *Times*.

Desaparece Facebook News

Meta, la compañía propietaria de Facebook, Instagram, WhatsApp y Threads, cerró el pasado mes de abril su servicio Facebook News en los dos mercados en los que todavía estaba presente: Estados Unidos y Australia⁴⁰. Facebook News también había finalizado este servicio unos meses antes en los tres mercados europeos donde estaba funcionando: Reino Unido, Alemania y Francia. Según la compañía, las noticias representan “menos del 3% de lo que la gente de todo el mundo ve en su *feed* de Facebook”. Meta concluye que “sabemos que la gente no viene a Facebook en busca de noticias y contenido político, sino para conectar con otras personas y descubrir nuevas oportunidades, pasiones e intereses”. Asimismo, la red social ha confirmado que no firmará nuevos acuerdos relacionados con las noticias y los medios.

La comunicación, habilidad más demandada en los profesionales

Y la última referencia de esta edición

³⁸ Mullin, B. (31 de enero de 2024). “*The Messenger* cerrará después de menos de un año”. NYTimes.com. <https://www.nytimes.com/2024/01/31/business/media/messenger-closing-down.html>

³⁹ *Press Gazette* (15 de marzo de 2024). “No es una aplicación de pódcast: New York Times Audio supera un millón de descargas”. *Press Gazette*. <https://pressgazette.co.uk/podcasts/nyt-audio-new-york-times-podcast-app/>

⁴⁰ Meta (29 de febrero de 2024). “Una actualización sobre Facebook News”. <https://about.fb.com/news/2024/02/update-on-facebook-news-us-australia/>

de “Tendencias” es para un dato que me parece relevante para los profesionales del mundo de la información: según la red social profesional LinkedIn, la comunicación es la habilidad más demandada en los profesionales en este año 2024.

Así lo indica el estudio anual de LinkedIn⁴¹ sobre las habilidades más demandadas en los profesionales, que revela que la comunicación ocupa el primer puesto en la lista, por delante de la capacidad de prestar un buen servicio al cliente, el liderazgo o la gestión de proyectos. Aneesh Raman, vicepresidente



Imagen 4. Las habilidades más demandadas en 2024, según LinkedIn Learning

dente de LinkedIn, considera que es esencial que los líderes sean capaces de “comunicarse de forma clara, compasiva y empática con sus equipos”.

41 Brodnitz, D. (8 de febrero de 2024). “Las habilidades más demandadas para 2024”. <https://www.linkedin.com/business/talent/blog/talent-strategy/linkedin-most-in-demand-hard-and-soft-skills>

