

Informed & Engaged Ep 11 (Spanish)

[00:01:11] Hola a todos. Bienvenidos a la 11ª edición de Informado & Comprometido hoy. Estoy absolutamente emocionado de que Brian Stelter se una a nosotros. Brian Stelter, como muchos de ustedes saben, es el corresponsal jefe de medios de CNN Worldwide. Es el anfitrión de Fuentes Confiables del domingo y es el autor con un maravilloso equipo del boletín informativo más confiable, boletín diario para cualquier persona en el negocio de los medios de comunicación o cualquier persona que se preocupe por el impacto de los medios en nuestra democracia. Bienvenido, Brian. Gracias por acompañarnos.

[00:01:51] Gracias por los enchufes. Gracias por leer el boletín. - Oye, oye.

[00:01:56] Es que es una lectura obligada. Debe ser con grandes enlaces con enlaces realmente estupendos. Porque lo que hace en el boletín es que realmente ayuda a dirigir y dirigir a sus usuarios a lo realmente importante, no solo a sus informes, sino a otros informes muy importantes que tienen lugar en el panorama de los medios de comunicación. Así que hoy, Brian, estamos encantados de hablar de tu nuevo libro, Hoax.

[00:02:25] Y escribiste un libro que The New York Times donde la divulgación completa, Brian y yo trabajamos juntos en el New York Times. De hecho, se sentaron uno junto al otro durante un período de tiempo en el New York Times.

[00:02:43] Así que en la revisión del libro del New York Times, se describió como este libro proporciona una exploración exhaustiva y condenadora de la relación incestuosa con Donald Trump y su canal de televisión favorito, Fox News. Así que el autor, el título del libro Hoax Donald Trump and Fox News and the Dangerous Distortions of the Truth se basa en tres años de reportajes y entrevistas con más de 250 ex miembros del personal de Fox y miembros actuales del personal de Fox.

[00:03:22] Y Brian, dinos, ¿por qué escribiste este libro? ¿Por qué se sintió obligado a escribir esta historia?

[00:03:29] Bueno, hay dos grandes razones. La primera es que nadie más ha reunido todos los ejemplos del bucle de retroalimentación de Fox Trump. Lo he estado cubriendo. Otros han estado cubriendo este fenómeno. No es nada que hayamos visto antes en los medios modernos donde hay una puerta tan giratoria y un bucle de retroalimentación entre un presidente y su red preferida. Así que quería poner todo en un solo lugar para la historia. Pero la razón más urgente, la sensación más urgente que tenía era que todas esas fuentes de Fox estaban derramando sus tripas hacia mí, diciéndome que el lugar había cambiado tanto. Me dijeron que estaban tan preocupados por la cantidad de propaganda pro Trump y desinformación que estaba en el aire. Y así, ya sabes, me estaban filtrando. Creo que se vinculaban conmigo, Jennifer, porque ahora trabajo en televisión. Así que entiendo el negocio de una manera que otros reporteros tal vez no lo hacen. No lo

sé. Pero esa era una de las razones por las que citaban las fuentes era, ya sabes, Brian, lo entiendes. - Sabes por lo que estamos pasando. Y así, aunque trabajo para un rival de Fox, la gente estaba dispuesta a confiar en mí allí. Y pensé, esta es la historia incontable de Fox y los años Trump. No es todo, ya sabes, Sean Hannity ahí arriba haciendo decenas de millones de dólares, ya sabes, extendiéndolo con el presidente. También se trata de los periodistas, la asistencia y los productores que están realmente decepcionados con lo que se ha convertido en el canal. Así que eso es realmente lo que me llevó a querer escribir esto ahora mismo.

[00:04:54] Porque una de las cosas de las que habla en su libro es que siente que es muy importante como ciudadano y como periodista y como defensor de la verdad y la información fáctica.

[00:05:08] Y en el libro, traza el comienzo de la relación del presidente Trump con Fox News que data de 2012. Entonces, ¿cómo empezó eso y cómo contribuyó eso a que Donald Trump se convirtiera en candidato?

[00:05:24] Sí, no me tomé esto lo suficientemente en serio. En 2012, no 13 no es 14, pero la mayoría de CNN 2015 antes de Trump entró en la carrera. Lo que Donald estaba haciendo, llamaba a Fox and Friends cada semana, cada semana, una vez a la semana, como normalmente el lunes por la mañana, a veces el jueves por la mañana. Estaba haciendo estos chats semanales con Fox y Friends. Y mira, escribí un libro sobre la televisión matutina. Así que sé que la televisión matutina es realmente poderosa. La conexión que los espectadores sienten con la televisión de la mañana es realmente poderosa. Por mucho que The Apprentice ayudó a introducir a Trump en el país y a retratarlo como un hombre de negocios y un hombre de negocios efectivo, lo que hicieron Fox y Friends fue enseñarle sobre política y enseñó a los espectadores de Fox sobre Trump. Así que fue, creo, tan importante como The Apprentice en la fundación del lanzamiento político de Trump. Luego, en 2015, por supuesto, lanza su campaña. Deja de llamar una vez a la semana. Pero la verdad es que él estaba llamando aún más a menudo porque lo estaban entrevistando como candidato. Y tuvo todas esas relaciones en Fox gracias a sus llamadas telefónicas. Así que creo que esa fue la base que fue poco apreciada cuando se trata de Trump como candidato, porque piensa en ello como cada semana que estaba hablando con los votantes republicanos, sé un zorro. Cada semana los conocía. Estaba conociendo sus prioridades. Y creo que en muchos sentidos fue una educación política para Trump.

[00:06:47] Así que usted, por supuesto, describe en el libro la relación muy especial que Sean Hannity, presentador de Fox News, tiene con el ancla de su propio programa. Apuesto a que lo ha hecho con el presidente. Pero debo decir, hasta que leí el libro, realmente no entendí completamente lo cerca que su relación es dañina y cómo a veces es en realidad, como informa su libro, Sean Hannity compartiendo desinformación y desinformación con el presidente Trump y el presidente Trump compartiendo eso en Twitter o en el bucle de retroalimentación

de nuevo en FOX. ¿Así que díganos un poco más sobre esa relación y cómo ha evolucionado sobre la Presidencia?

[00:07:41] Derecha. Creo que Ucrania es un gran ejemplo. El esquema que llevó al juicio político de Trump puede remontarse al show de Hannity en 2017 y luego a principios de veinte diecinueve años. Y así lo encadené a lo largo del libro porque uno de mis argumentos cuando mi argumento principal es que cuando estas estrellas en Fox están tratando de ayudar a Trump, terminan haciéndolo daño. Terminan engañándolo, terminan enviándolo por caminos de un solo sentido, que se pierde o se queda atascado con teorías de conspiración y luchas de guerra cultural. Y Hannity es un ejemplo interesante de esta y esta evolución, porque antes de que Trump llegara, Hannity, por lo que se estaba volviendo un poco rancio. Siempre fue como el segundo o tercer plátano, a lo grande. Bill O'Reilly, Megan Kelly. Ya sabes, su palo se estaba volviendo viejo. Y luego viene Trump. Así que se sube al tren de Trump muy temprano y comienza a llamarse periodista. Sabes, este es un tipo que siempre dice que el periodismo está muerto, lo cual es una locura. Pero entonces empezó a llamarse periodista. Dice que soy periodista activista. Soy periodista de opinión. Bueno. Hay mucho espacio para un montón de periodismo de opinión, y soy fan de mucho de él. Pero lo que está haciendo no es periódicamente sano. No tiene editores. No tiene grasa. No tiene cheques y equilibrios. No tiene estándares y prácticas. No tiene responsabilidad cuando la fastidia. Así que no está funcionando en esa capacidad. Pero su programa parece noticias nocturnas para Trump todos. Quiero decir, incluso tiene esos gráficos sobre su hombro que parecen ser Lester Holt o Norah O'Donnell, a pesar de que definitivamente no lo es. Así que creo que lo que ha hecho es que ha tomado parte del segmento del país de las noticias tradicionales, y los ha puesto en el trabajo de Hannity en el mundo de Trump y en el mundo de Hannity. Y ha sido muy eficaz. Pero como dije, también duele a Trump. Sabes, Hannity está ahí diciendo que estás tratando de distraerte de la investigación de Rusia, tratando de distraer del ataque de Rusia a las elecciones diciendo, bueno, Ucrania lo hizo a Ucrania, intentó entrometerse, sabe. Y eso se mete en la cabeza de Trump. Crea una narrativa contra Ucrania. Puede rastrear muchas de las migas de pan del esquema de Ucrania hasta estos programas de televisión. Y es por eso que estos programas de televisión importan ahora, porque están informando o mal informando al presidente. Ya sabes, creo, ya sabes, para todos nosotros, ya sabes, que amamos a la Fundación Knight, todos ustedes defiendes el periodismo de calidad, la calidad y los medios de comunicación, la rendición de cuentas, los estándares, por todas estas cosas que faltan en los programas de entrevistas como candidatos.

[00:10:10] Así que el ejemplo más reciente, por supuesto, es la pandemia y cómo y lo ha documentado en la apertura de su libro. Y pensé que era tan interesante cómo reportaste que, que Suzanne Scott, CEO de FOX, acaba de parar. Dijo que no más negaciones. Sí, aquí.

[00:10:35] **Viernes 13.** - Volvamos a marzo. OK. Febrero, marzo, cuando reproduzco la línea de tiempo de la retórica de Fox y Trump sobre la pandemia. Fue peor de lo que pensaba. Hubo momentos en enero en que Fox le preguntó sobre la pandemia. Hubo momentos en febrero en que hubo comentaristas y médicos tomando en serio. Pero hubo demasiada negación minimizando la enfermedad. La gente lo comparaba con la gripe en Fox. Y esto fue incluso a principios de marzo. Quiero decir, esto fue hasta el viernes 13, 13 de marzo. Ahí fue cuando Fox y Trump dieron un giro en U. Lindsey Graham está en el registro diciendo que cree que es el Trump se tomó el virus más en serio. te parece? ¿Es una coincidencia que ese es el Dave Fox de repente se haya puesto mucho más serio? No lo creo. Creo que estas dos entidades se mudaron en concierto, Trump y Fox. Así que el viernes 13, que, ya sabes, para entonces Nueva York comenzó a cerrar. Podemos sentir que nos detendremos. Ya sabes, las ligas deportivas, los teatros de Broadway, todo ya está parado el viernes 13 al 13. La CEO de Fox News, Suzanne Scott, llama a los moretones de Fox y amigos en sus fotos de oficina, disparos a la puerta proverbial y dice, ¿sabes qué?, todos ustedes que estamos haciendo esta mañana han sido irresponsables. No puedes tener a Jerry Falwell Junior en el aire con teorías de conspiración. No puedes dejar que Ainsley Everheart diga que es un buen momento para volar. No les permitimos volar. No vamos a permitir que nuestro personal vuele. Así que no puede estar en el aire como el aire promoviendo los viajes aéreos. Así que básicamente lo que dijo ese día no era más de esto era B.S. Desde ahora, vas a tener un médico en tu programa todos los días. Ella estaba dando pasos muy inteligentes. El problema es que fueron dos o tres semanas demasiado tarde. Sabes, el problema con todas estas reacciones fue que fueron dos o tres semanas demasiado tarde, al igual que el presidente llegó dos o tres semanas demasiado tarde. Este virus estaba enfermado silenciosamente a miles de personas en toda la ciudad de Nueva York. Y finalmente, la gente se está tomando más en serio. Pero después de eso, el daño se había hecho. Perdón por la respuesta larga, pero estoy entusiasmada por esto. Esta es la razón por la que el libro se llama engaño es porque, ya sabes, la pandemia es prueba de por qué las noticias por cable pueden tener consecuencias realmente graves.

[00:12:43] Así que, por supuesto, usted informa cómo Fox News es, como muchos canales de televisión por cable, es impulsado por las calificaciones y calificaciones impulsan los ingresos. Y entonces, ¿qué tiene de diferente lo que Fox está haciendo para presentar un contenido adaptado y adaptado a un público partidista? ¿En qué se diferencia de lo que estamos viendo en MSNBC? Y algunos dirían CNN, sí. Sí. CNN y CNN corresponsal jefe de medios de CNN.

[00:13:22] Creo que la diferencia en FOX es que hay más de una obsesión con las calificaciones. Hay más de una cultura orientada al beneficio. Y creo que sé por qué. Creo que se remonta a 2001, no a Fox News comenzó a vencer a CNN en las calificaciones. Y esto fue, por supuesto, Roger Ailes es el objetivo. Desde hace años, han estado ganando durante 18 años. Digo ganar como Trump o, ya sabes, como este enfoque en ganar. Han estado ganando en la carrera de calificaciones

durante tanto tiempo, que no pueden permitirse detenerse allí. Hay un verdadero temor de dejar que las calificaciones se deslicen. Quieren mantener la carta con el público una vez. Y en mis entrevistas con fuentes allí, me pareció que había mucha más obsesión con las calificaciones que nunca he experimentado en CNN. Obviamente, me importan las calificaciones porque quiero que todos me vigilen. Derecha. Por supuesto. Quiero decir, aunque mis calificaciones pero no hay el mismo nivel de intensidad y devoción a las calificaciones que encontré en Fox. Usted sabe, por ejemplo, acerca de, usted sabe, la reserva entra. Napolitano es un gran analista legal, un zorro que también a veces es muy crítico con Trump y dice que la conducta de Trump y los espectáculos no quieren reservarlo porque apagará a los espectadores. Los espectadores giran el canal o apagan el canal. Sé que como anfitrión de CNN, no tomamos decisiones de esa manera. De hecho, si tengo un partidario de Trump como diez horas, un asistente de Trump, o si tengo, ya sabes, el último crítico de Trump, no estamos pensando en el juego de clasificaciones de la misma manera. Así que creo que esa es la diferencia en Fox. También es tan rentable porque hay tal enfoque en mantenerlo así. Y eso, creo, es lo que ha causado este proceso de contenido cada vez más extremo en el aire. Y, ya sabes, Brian, tanto a.

[00:15:13] Noticias de televisión por cable, como con MSNBC, también están atendiendo a una audiencia partidista y acabamos de decir lo mismo con, ya sabes, parte de CNN. Así estilo. Así que son negocios. - También son negocios.

[00:15:30] Una de las otras diferencias, creo, con otras diferencias en MSNBC es estrellas más grandes. Rachel Maddow y Rachel a menudo promueven periódicos locales. Mostrará portadas de periódicos locales. Ella le dirá a sus espectadores que se suscriban a las noticias locales. Lo que oyes en Fox es lo contrario. Oíste que el fracaso del New York Times es una mentira. Oyes estos ataques contra los medios todos los días. Así que en lugar de animar a la gente a tener una dieta saludable y equilibrada con verduras y bistec o lo que sea. ¿Qué haría Fox diciendo es que no confíes en nada más que en nosotros? Bueno, esa es una estrategia altamente cínica. Lo que dicen es que todo podría ser un engaño. Es la misma retórica del presidente. Y creo que eso es perjudicial. Creo que esa es una de las razones por las que FOX es diferente de MSNBC. Es mucho más intenso. El mensaje es mucho más intenso y mucho más parecido a nosotros contra el mundo.

[00:16:20] Y tan recientemente, Knight Foundation, con Gallup lanzado su mayor parte es una nueva encuesta y estadounidenses en ambos lados. La encuesta encontró ver el aumento de los medios sesgados. Y no es de extrañar, dado el maltrato estratégico de las noticias tradicionales en términos de maltrato I. El setenta y cinco por ciento de los republicanos tienen una visión desfavorable de los medios de comunicación. Y el sesenta y uno por ciento de los republicanos dicen que los ataques a los medios son justos. En el lado demócrata, sabes, es todo lo contrario. El 22 por ciento tiene una visión desfavorable. Y la mayoría de la gente no piensa que el que el maltrato, el golpeteo estratégico es justo. Así que ahí es

donde estamos ahora en Estados Unidos. Estamos tan polarizados. ¿Cómo hacemos que alguien escuche algo cuando o puntos de vista que no representan los suyos? ¿Cuándo? Esa es la opinión de los medios de comunicación tradicionales y del 75 por ciento de los republicanos. Derecha.

[00:17:44] Derecha. Creo que se trata de cambiar corazones y mentes uno a uno, uno a la vez, lo cual no es necesariamente escalable y no necesariamente una respuesta muy satisfactoria y no una respuesta completa al problema. Pero sé que cuanto más pueda relacionarme con el público uno a uno, más estoy de vez en cuando, trataré de relacionarme con los llamados 'trolls' y mostrarles que soy un ser humano real y mostrarles que no soy solo un, ya sabes, ancla de la CNN. Creo que tiene un impacto en los bordes, al menos en los márgenes. No estoy diciendo que lo usen todo. Pero, ya sabes, para este libro, por ejemplo, le pregunté a Fox, dije que me encantaría tener a Sean Hannity en mi programa y estoy dispuesto a ir a su programa. Ya no haces eso en la televisión. Sí. Aparentemente, no quería hacerlo porque no había seguimiento. Pero la oferta sigue en pie. Creo que vamos a necesitar más de eso, no menos de eso. No porque estemos de acuerdo en todo, sino porque podemos demostrar que somos seres humanos. Podemos tener una conversación. Pero creo que alrededor de los bordes mostrar que somos seres humanos reales en nuestro proceso, mostrar nuestro trabajo, mostrar los intentos de hacerlo bien sí cuenta para algo. No con todo el mundo, pero hago las cuentas con algunas personas. Ayer recibí este gran correo electrónico de un productor de Fox que dijo que no cree que comparta mi política. Cree que es un buen tipo. No estoy seguro de qué dónde está, pero piensa que somos muy diferentes. Pero dijo, leí tu libro y me gustó mucho. Y me fui pensando que entendiste nuestro lugar muy bien. Llegaste al corazón de lo que es Fox. Y me gusta esa retroalimentación porque quiero si él piensa que él y yo tenemos diferentes políticas. El punto es acerca de informar. Podemos conseguir. ¿Podemos obtener la información exacta y llegar a la verdad y luego podemos luchar por la política? Bueno, me gustaría pensar que si podemos tener más informes, eso nos puede llevar direccionalmente hacia lo que estás hablando. Pero sé que eso no es muy, no es una gran respuesta. Correcto, porque no es una solución completa.

[00:19:46] Bueno, es algo que construye confianza. Es una forma de crear confianza. La encuesta encontró que realmente se enfocaba en, ya sabes, justo lo que dijiste, lo que la gente quiere, y ellos quieren noticias e información precisas. Existe un acuerdo generalizado sobre noticias, noticias e información exactas, que es nuestra estrella del Norte, sin duda en la Fundación Nocturna.

[00:20:13] Pasar las noticias políticas cuando salimos del ruido político, lo que vemos es que la gente tiene hambre de noticias. Ellos quieren saber lo que está pasando. Y cuando hay una emergencia en su ciudad, cuando hay un clima severo o un desastre o algo aterrador o algo maravilloso, eso sucede, como si hubiera malas noticias o buenas noticias. Las personas acuden a marcas de moda antiguas de confianza porque saben dónde fueron las más propensas a hacerlo bien. Es solo que el ruido político es tan desagradable, ya sabes, tan odioso que

creo que ahoga casi todo lo demás. Me encantó en el estudio de nueve Gallup, los hallazgos sobre la sobrecarga de noticias, porque creo que es tan real y bajo apreciado la gente que mucha gente acaba de sintonizar porque están abrumados. Hay demasiadas noticias que salen demasiado rápido. Es abrumador. Creo que es un problema real para este negocio. Pero también creo que es solucionable. Ya sabes, hay maneras de diseñar nuevos productos, soluciones y aplicaciones y, ya sabes, formas de ayudar con el problema de sobrecarga de noticias, también.

[00:21:10] Bueno, voy a compartir con ustedes la forma en que ahora trato con las noticias pasadas por alto. Tengo la bolsa azul en la entrada por la mañana, y esa es mi aplicación. La versión impresa del New York Times. Y encuentro durante esta pandemia cubierta 19 cuánto disfruto de las noticias de la red. Me encanta el programa de noticias de la red. Me encantan esos resúmenes.

[00:21:37] Bueno, CBS, ABC, NBC, CBS. ¿Cuál es tu espalda?

[00:21:40] Do la vuelta hacia adelante y hacia atrás. Yo, oh, Dios mío. ¿Puedo admitir esto? Supongo que sí. Entre Lester y Nora y Nora. Y soy un gran fan de Gayle King como Ager. Soy como Gayle King y chica. Me encantó CBS Morning News, como hemos conseguido. Hace diez años, cuando estábamos sirviendo a Jerry y a la oficina del New York Times.

[00:22:03] Pero si hubiéramos dicho, ya sabes, cuántas personas van a ser caminadas a las noticias nocturnas en veinte, yo habría dicho, bueno, el programa de la CBS será cancelado. Y la NBC anunció la última vida. Pero, ya sabes, estos programas siguen funcionando muy bien. ABC World News Tonight is suele ser el programa número uno en el país superando todas las cosas de entretenimiento que hay en la televisión. Estás hablando de veinticinco millones de personas. Estos espectáculos juntos están llegando. Eso es una cosa increíble. Era para recordarnos que por mucho que lo digital está levantando todo, estas marcas principales que han existido durante décadas, tienen un poder de permanencia.

[00:22:41] Bueno, la otra cosa que quería mencionar es, por supuesto, su primer libro, Top of the Morning, Inspired, inspiró el programa matutino, que tuvo mucho que ver con la suscripción de Apple protagonizada por Reese Witherspoon y Jennifer Aniston. Y para cualquiera que realmente quiera echar un vistazo dentro del negocio del espectáculo matutino, es una lectura estupenda, estupenda. Gracias. Pero, ya sabes, volviendo a la polarización y la difusión de la desinformación y desinformación y en el libro, se sabe muy bien reportado y cómo está sucediendo eso en Fox.

[00:23:27] Pero vamos a hablar un poco sobre cómo eso está sucediendo en redes sociales y en línea y solo el impacto como ayer y fuentes confiables, usted tenía a Kevin Reese, ya sabes, hablando de Facebook.

[00:23:42] Así que basándonos en tu trabajo, estás viendo. ¿Ves Fox por D.C., Facebook o ese Twitter como las principales fuerzas detrás de la difusión de la desinformación o desinformación o YouTube?

[00:24:03] Todo el mundo parece excluir siempre a YouTube, que, por supuesto, ha sido el hogar de grandes teorías de conspiración durante años.

[00:24:13] Sí. Mira, yo. Empezaría diciendo que la gente está viendo esto, algunos de ellos en Twitter, Periscope o en Facebook. Sabes, estas plataformas han brindado inmensas oportunidades y nunca quiero descartar eso. No creo que esté donde estoy hoy en CNN escribiendo libros, si no fuera por Twitter, dándome la oportunidad de conectar gente de todo el mundo y romper muchas historias y conocer gente. Así que siempre quiero reconocer eso por adelantado.

[00:24:43] Pero dicho eso, ya sabes, estos sitios tienen alcantarillas gigantes, alcantarillas masivas y Twitter, Facebook y hablan todo el día sobre lo difícil que son de limpiar.

[00:24:56] Y entiendo que es muy difícil limpiar el páramo que está en estos sitios de redes sociales. Pero es su responsabilidad. Esa es su plataforma. Y creo que es muy desalentador ver, ya sabes, todos estos ejemplos recientes de desinformación pandémica de este verano que no es pisoteada en Twitter o Facebook hasta que el fuego ya está enfureciendo. Ya sabes, supongo que no mezcle mis metáforas, pero que, sí, tienen un departamento de bomberos. Sí, aparecen, pero les lleva tanto tiempo a veces detectar el humo o el fuego. Y eso me desconcertó como usuario, como alguien que está en estas plataformas y, francamente, creando mucho contenido para las plataformas, como si todos estuviéramos, por supuesto, alimentándolas todo el tiempo. Entonces, ¿qué hacemos en ese entorno? Sabes, ¿qué hacemos en esa situación?

[00:25:46] Nadie retiene su contenido. Sé que casi no. Casi nadie sale de las plataformas.

[00:25:52] Bueno, por supuesto, ahora hay mucho debate sólido sobre la Sección 230 y que permite a las plataformas no ser responsables del contenido publicado allí de la misma manera que los editores son responsables. Y luego y luego el valor y la importancia de los informes como mantener para mantener las plataformas a la cuenta.

[00:26:20] Quiero decir, justo lo que compartiste durante el fin de semana en tu programa, casi lo que se permitía como con las fichas de hechos.

[00:26:31] Derecha. Al igual que en voz alta cuánto, ya sabes, como obvios, obvios videos de la teoría de la conspiración para simplemente parar para simplemente continuar realmente a los sitios que hemos estado jugando para generar.

[00:26:49] La parte de esto también es realmente acerca de la naturaleza humana. Y nunca quiero olvidar eso. ¿Por qué hay un meme de mí diciendo que estaba en el avión de Jeffrey Epstein, como, eso es una locura? Pero, ¿por qué eso quiere decir por qué alguien odia tanto? ¿Por qué alguien se siente tan aislado y alienado de la sociedad que van por ahí publicando mentiras así? Eso no es culpa del todo de Facebook. Es en parte Facebook cuatro peniques en su totalidad. Lo que me gustaría que Twitter y Facebook hicieran es ganar que por qué de una imagen empezara a extenderse a algo, ya sabes, reconocer que es una locura, pero no es del todo su responsabilidad. Lo que creo que necesitamos mucho más, Jennifer, es proporcionalidad. Necesitamos tener un sentido de proporción y perspectiva cuando se trata de donde todos consumimos en estas plataformas. Porque cuando miro mis pies, a veces miro el rojo, mi alimento rojo, mi tipo de visión derecha del mundo. Es aterrador. Parece que hay turbas en cada esquina y disturbios en cada calle. Y obviamente, siempre hay algunos que sabes, Nueva York tiene algunos problemas reales, pero no exageremos. Portland tiene algunos problemas reales, pero no exageremos. Y lo que todos necesitamos son esos fundamentos periodísticos que aprendimos en la escuela que desearía que todos los demás pudieran aprender acerca de la proporcionalidad y la perspectiva.

[00:28:07] Bueno, creo que también hay una gran oportunidad para Facebook y Google han hecho algunos, pero para ayudar realmente a apoyar un aumento en la calidad de las noticias y la información precisas. Y sabemos y hemos tenido tantas conversaciones sobre el impacto del cambio de comportamiento del consumidor en el modelo de negocio tradicional, especialmente para los periódicos locales. Y así, tanto se ha perdido en términos de noticias locales, fuentes de reporte originales, como qué más se puede hacer para mejorarlo. Y eso, por supuesto, es un trabajo que apoyamos aquí en la Fundación Knight. Así que quiero que todos sepan que eres bienvenido a entrar en la conversación.

[00:28:53] También puedes añadir tus preguntas al chat. También usamos el hashtag en #knightlive. Puedes compartir tus preguntas en Twitter. Y para cualquiera que esté preocupado de que se pierda un momento de esta llamada, no se preocupe en absoluto, porque lo estamos grabando y compartiremos el video para que lo analices a tu antojo. Así que vamos a saltar a las preguntas, entrometernos en algunas de las preguntas. Wow. OK. Porque están vertiendo. Muy bien. Así. Entonces, ¿considerarías que esto es de Kimberly Bliss cuando consideras la habilidad de Fox para convencer a la gente de esa falsa realidad? mm hmm. Similar a cómo los líderes de culto controlan la mente de sus súbditos. Y si es así, ¿cómo se logra eso con tanta gente en nuestro país? Y tengo una pregunta de seguimiento a eso.

[00:29:59] Una de esas palabras provocativas, la. Sí. Sí. Ayer, hablé de fascismo en fiables o. Sí. Sí. Hablaremos de autoritarismo. Sí. Pero yo no solía cubrir durante esos años. Vamos a ponerlo así. Te diré lo que es interesante cuando se trata de reportar desde mi Coca-Cola.

[00:30:22] Sé que he estado cubriendo a Fox 16 años. Estuve pensando en este libro por lo menos, ya sabes, tres años. Definitivamente los últimos dos años estaba tomando notas y propósito. La palabra culto no empezó a aparecer hacia el final de mi reportaje. Y creo que eso es porque hay una creciente sensación dentro de Fox que el lugar que algunos espectadores se han radicalizado más. No quieres decir todo el mundo, no quieres pintar con un pincel ancho. Quieres tener un pincel muy fino y delicado para estas conversaciones. Pero ha habido un proceso de radicalización. Y hacia el final de mi informe, algunos empleados hablaron de sentir que hay algo parecido a un culto en la red de la misma manera que estamos escuchando esas advertencias sobre Trump y algunos de sus partidarios, de nuevo, no todos los partidarios. Pero, ya sabes, creo que tienes psicólogos y otros que han dicho que hay algo llamado como sobre algo de su apoyo. Ahora, estoy seguro de que Trump diría que hay algo de culto como Obama, también. Estas palabras se lanzan en todas direcciones. Pero no creo que mereciera estudio. Merecen una conversación honesta porque, ya sabes, entrevisté a gente para el libro, comentaristas, invitados, presentador del programa. Se saldrían del aire. Entonces miraban su teléfono y miraban sus menciones en Twitter y se quedaban asombrados por los vitriólicas y odiosas que eran las respuestas. Y de nuevo, no del todo Fox. Pero hay algo real pasando allí, y no parece estar mejorando en términos si nos fijamos en anoche porque la era de Trump. No creo que nos movamos en la dirección correcta en términos de esa cantidad de vitriolo, ese tipo de veneno por ahí.

[00:31:56] Bueno, solo un giro en esa pregunta de seguimiento es, ¿por qué la gente está mirando a Fox? Claramente, FOX está abordando preocupaciones y problemas. No son CNN. No están viendo MSNBC. Así que me preocupo, al igual que Ben Bradlee. Junior informó en su libro The Forgotten, que miró a un condado en el noreste de Pensilvania que votó por Obama en 2008 y luego y cuatro años después y luego votó por Donald Trump en 2016.

[00:32:36] Y él hizo esto realmente, muy, ya sabes, buen trabajo de reportaje escuchando por qué tanta gente votó por Donald Trump. Entonces, ¿qué es lo que los principales medios de comunicación de la CNN no están entregando?

[00:32:56] Bueno, traté de decir al principio del libro para llamar a Fox News que un canal de cable lo echa de menos. Es mucho más que un canal. Es casi una forma de vida. Es una comunidad. Es una familia. Es como un centro de ancianos o un ayuntamiento. Y eso es fundamental de entender porque es por eso que tiene tal monopolio en el público de derecha. Y el monopolio es una palabra que utilizan múltiples fuentes y empleados. Y como si ahora tuviéramos un monopolio, eso es lo que tenemos. No hay muchos otros que sirven este vacío de mercado. Creo que hay algo en lo que realmente hay algo que respetar sobre Fox cubriendo temas en los que otras redes no se centran tanto. Sabes, creo que señalaría a la religión como una de esas, específicamente el cristianismo. No es como si Fox estuviera haciendo grandes especiales sobre la fe musulmana, pero ciertamente un enfoque en el cristianismo. Donde se retuerce, sin embargo, y donde se pone inquietante es

donde la red tiene apelaciones, la forma en que la política, donde la red parece estar tan enfocada en los cristianos conservadores blancos con la excusa de los demás y donde la red entra al revés real, ya sabes.

[00:34:08] Ya sabes, tipo de comentario y cobertura.

[00:34:12] Parecería ser una reacción a un marrón multicultural en América. Mucho de lo que está haciendo la red se siente como una reacción a lo que está sucediendo en el país y al progreso que se está haciendo en otras áreas. Así que siempre pienso en esto, que el público es casi enteramente blanco. Sabes, Fox tiene alrededor del uno por ciento de espectadores afroamericanos, pequeños trozos de espectadores hispanos y asiáticos americanos. Es audiencia casi enteramente blanca, audiencia muy antigua. Como saben, las noticias en general lo son. Pero Fox se inclina más que los demás. Así que, ya sabes, hay atractivos, ya sabes, las razones por las que apela a, ya sabes, los espectadores mayores que sienten que nada más les habla. Y, ya sabes, algunos de ellos son muy profundos. Ya sabes, como eras muy bueno con el libro de Bradley, estuve hoy en la tienda y el tipo a mi lado en su camioneta tenía una de esas banderas de Trump, mientras que es una representación de Trump como un superhéroe de tipo duro y musculoso. Y obviamente, el presidente no es ese efecto, ni hay mucha gente de su edad, pero no como puedo ortografía de como Trump como el superhéroe, la figura hiper masculina que está salvando al país, que viene de un lugar muy profundo. Derecha. En términos de lo que está sucediendo en nuestra política. Eso viene de un lugar muy profundo. Y creo que tenemos que escuchar mucho más de los votantes y mucho menos de las cabezas parlantes de Fox y a veces también de la CNN. Y sé que soy culpable de tener una cabeza parlante a veces, pero prefiero escuchar de ese conductor que de Dan Bongino o Jeanine Pirro en Fox. Así que aquí hay una pregunta de Regina Lawrence, que es un seguimiento perfecto.

[00:35:56] Así que en su programa, usted habló ayer sobre la necesidad de una forma más orientada a los ciudadanos de cubrir esta elección.

[00:36:03] Entonces, ¿puede decirnos más sobre eso? ¿Y estás preocupado? ¿Estás preocupado? Me preocupa que una vez más, el periodista de Beltway y los periodistas de Nueva York se lo pierdan. Sí, esta es la agenda de los ciudadanos.

[00:36:22] Si la agenda de los ciudadanos de Google, encontrará Jay Rosen y otros han escrito sobre esto durante muchos años. Y, ya sabes, es un concepto que empiezas preguntando al público de qué quieren que hablen los candidatos. Y luego te concentras en cubrir eso y hacer esas preguntas a los candidatos. Una vez que usted ha oído de su público que están enfocados en la atención de la salud y las escuelas, entonces usted puede enfocar a los candidatos en esos temas cuestionándolos y pidiendo sus planes y sus propuestas. Creo que es un ambicioso. Y no vemos a menudo que las redacciones adopten ese enfoque. **Rosen** intentó inculcar esto en las redacciones, pero ayer mencioné desde la perspectiva de cómo podemos ayudar al público a establecer la agenda y no

Trump? Cuando miro el Twitter del presidente, sé exactamente lo que quiere que cubra. Derecha. Ley y orden y noticias falsas y, ya sabes, estos médiums y videos y toda esta propaganda. Y hay semanas en las que me enamoro. Y lo sé. Y miro hacia atrás en 2017 y transcripciones de mi programa y siento que me guió demasiado por lo que estaba tuiteando. Ahora, eso era nuevo en ese momento. Era aterrador en ese momento. Fue impactante en ese momento. Ahora, muchos de nosotros estamos más entumecidos a lo que publica. Pero el punto es que no le dejes fijar la agenda todo el tiempo. Es uno de los muchos actores en el universo político. Tratemos de ayudar al público a establecer la agenda más. Y eso es lo que quería poner ahí fuera y ver cómo reaccionaron los espectadores a esa idea ayer. Por cierto, lo hacemos a través de encuestas. Ya sabes, mencionaste a Gallup antes. Gallup tiene grandes datos sobre qué temas se preocupan a los votantes? Creo que eso debería ayudarnos a enfocar nuestra cobertura. Es la economía. Es el cuidado de la salud. Es una pandemia porque muchas veces podemos conseguir y digo que quiero decir, los medios de comunicación nacionales colectivos escribían en grande, no todo el mundo. Pero podemos concentrarnos realmente en lo que está hablando el presidente y no en qué temas nos dicen los votantes que hablemos más.

[00:38:25] Sí, absolutamente, y sé que hay una preocupación aún más profunda con menos reporteros en el terreno ahora escuchando y escuchando realmente cuáles son las preocupaciones? Y usted citó una historia ayer en el Washington Post sobre el desempleo y las familias de nosotros, de Ohio y de todo el país. Sí, me estoy enfadando tanto por la falta de cobertura sobre esto.

[00:38:57] ¿Sabes lo que pasó, Jennifer? Yo estaba conduciendo debajo estaba conduciendo al trabajo y tenía un segmento completamente otro planeado para iniciar el espectáculo. Y, ya sabes, en mi viaje, está Manton y hay remolques y hay un montón de cosas en el medio. Lo entiendo. Siempre he mirado dentro de las casas de la gente pensando, ¿qué les importa? ¿Qué, qué, qué, qué? ¿Cómo consumen medios? ¿Qué quieren saber? Y me parece que la historia del desempleo es tan grande e incómoda y tan triste y tan aterradora. Ese tipo de Cauvin que a veces es más fácil hablar. No lo sé. Los tweets de Trump, yo, solo estoy eligiendo los tweets de Trump, pero hay muchos ejemplos de eso que simplemente no nos pueden gustar. Oh, la historia de Cauvin y la crisis económica relacionada, a pesar de que es un momento terrible, a veces es como una pesadilla. Pero la pesadilla es la historia más grande.

[00:39:50] Sí. No. Absolutamente. Absolutamente.

[00:39:53] Y ahora que somos productores, ya sabes, a las nueve, estamos en dos horas y me gusta, arrancar el show. Pero eso es lo que hacemos.

[00:40:00] A veces se llama retraso en el periodismo. Eso es correcto. Se llama TV y periodismo.

[00:40:08] Así que volviendo a algunas de las preguntas, ¿puedes hablar un poco sobre la posición actual de los propietarios de Fox News, los Murdochs, y qué están haciendo al respecto, sobre lo que documentaste en tu libro, sobre la falta de noticias legítimas?

[00:40:27] Los describiría como lindas manos de los dueños, Rupert. El padre se fue cuando el hijo Lachlan dirige la empresa. Está en camino a dos mil millones de dólares en ganancias de la división Fox News. - Ese es un número extraordinario. Se preocupan por los beneficios. Están menos interesados en el contenido. Rupert está más interesado en que Rupert hable con Trump con frecuencia. Él ve la misión, la red como una máquina política, así como una red de noticias. Lachlan, yo diría, es esto incluso indiferente al contenido, que es un problema cuando hay una pandemia en su red está minimizando la enfermedad. Pero, mira, él no habla mucho de ello. Me hubiera encantado entrevistar a Rupert o Lachlan para el libro. Me encantaría citar otras entrevistas que han dado. Hablarán mucho de zorros. Creo que están muy contentos con la forma en que están las cosas. Si no lo fueran, esperarías que lo cambiaran. Y muchos de los periodistas de Fox que confiaron en mí, ya sabes, deseaban el camino, no viajaban, el camino, no viajaban, habría sido cuando Roger Ailes se vio obligado a contratar más periodistas. Construya la sala de redacción, agregue más oficinas en todo el mundo. No tienen una oficina en Asia, ni una oficina en China, ni una oficina para cubrir la pandemia en China. Así que hay un montón de empleados allí que desean ese camino, no viajan, pero eligen quedarse porque quieren mejorar desde dentro. Ya sabes, quieren que quieran hacerlo mejor desde adentro. Quieren que la red sea lo más diversa y fuerte posible. Otros, sin embargo, deciden irse. Y una de las líneas de paso y ganchos, mientras cuento las historias, de una docena de empleados que decidieron irse a lo largo de los años y por qué, eso fue muy, muy convincente. Y todo se muestra, cuando se cuenta el número de personas que dejaron Fox se fueron a trabajar en la Casa Blanca.

[00:42:14] Así que eso es sí. Esa es la otra avenida.

[00:42:17] Por lo general, otra avenida. Frustrado con el periodismo. Y tú no quieres. No crees que encajas o te vas porque tienes una oferta de la administración. Y a veces estar en FOX es la entrevista de trabajo literalmente. Quiero decir, sé que esto suena, ya sabes, increíble. Pero el presidente mirará la tele y dirá que quiero que esa persona trabaje para mí. Y así es como a la gente le gusta Morgan Ortega. El portavoz del Departamento de Estado, sabes, es una gran parte de la razón por la que esta gente consigue estos trabajos. Así que, Ryan, estamos cerca de terminar ahora.

[00:42:47] Es solo un par de preguntas más rápidas y rápidas y respuestas rápidas de **Barbara** Rabb Barbara. Bárbara dice que en el clima actual, su mensaje no puede sobrevivir a la percepción del mensajero. En otras palabras, aquellos a los que presumiblemente, presumiblemente quieres llegar te ven como simplemente

parte de las noticias falsas. Supongo que eso se remonta a lo que discutimos anteriormente.

[00:43:12] ¿Cómo nos reunimos y hablamos de hechos, hablamos de hechos verificables, tomamos decisiones informadas? Y no voy a decir que los mayores fans de Hannity van a leer un engaño.

[00:43:25] Pero traté de llegar a una mano abriendo el libro, contando mi propia historia, hablando de mis padres y, ya sabes, hablando de mi vida, hablando de mis hijos, tratando de llegar a la gente donde están y mostrar lo que tenemos en común antes de hablar de lo que no estamos de acuerdo. Porque las entiendo cuando hablo de que el presidente es un mentiroso en serie. Eso es un desvío para algunas personas. Pero el registro es lo que es. El registro es Google, de todos los registros, innegable. Y aunque hay maneras interesantes que la gente intenta. Así que espero que, ya sabes, podamos conectarnos unos con otros a nivel personal humano. Es por eso que a veces dejo mi dirección de correo electrónico en el aire. ¿Por qué tratar de verme tan emocionado, tan accesible como pueda incluso a los llamados odiadores? Supongo que eso es algunos detractores es una palabra más agradable.

[00:44:13] Y ahora otra pregunta es, ¿cómo sobrevive una democracia con un aparato de propaganda tan poderoso que estamos mostrando cómo cada día?

[00:44:24] Sabes, recuerdo decir en veinte diecisiete, la primera vez que Trump llamó a la prensa lo enemigo a decir. Recuerdo decir en la época, que la prensa estadounidense es más fuerte que cualquier demagogo. Y creo que hemos demostrado que tres años después hemos demostrado que la prensademagoga es más fuerte que cualquier demagogo. La democracia es más difícil que cualquier demagogo. Y creo que eso sigue siendo cierto. Creo que estamos en esto ya sabes, hay una guerra en marcha. La verdad está pasando. Pero creo que la verdad sigue ganando la mayoría de las peleas. Mire cuántos estadounidenses en las encuestas dicen que no pueden confiar en su propio presidente cuando se trata de la pandemia. Es triste, pero la mayoría de los estadounidenses dicen que no pueden confiar en él. La razón por la que el libro se llama un engaño es porque se refirió al enfoque de los demócratas en Cauvin como un engaño en febrero, y usó esa palabra en marzo. Sabes, esa palabra es venenosa. Se mete en el torrente sanguíneo y es como veneno. Pero la mayoría de la gente no está siendo afectada por ella. La mayoría de las personas tienen una inmunidad integrada en ella. Supongo que se construyó a partir de todos esos años de reportaje y periodismo. Así que soy optimista. No importa qué. No puedo evitar ser optimista al final del día que los periodistas defienden la decencia y la democracia. Me encanta el anuncio de hoy por CNN. Qué señal de los tiempos. Contratamos a cinco analistas. Sabemos que tenemos muchos colaboradores y analistas están en el aire explicando las noticias. Se trata de cinco nuevos analistas con una ley electoral de especialidad muy específica. Así que nos estamos preparando para el otoño. Y creo que parte de entender la ley electoral y tener a esos analistas es defender los

fundamentos de esta democracia. Sé que estamos fuera de tiempo, pero quiero poner mi dirección de correo electrónico en el chat. ¿Alguna otra pregunta? Envíame un correo electrónico y BMB Stelter AGM y estoy feliz de tomar más.

[00:46:07] Brian, muchas gracias. Y de nuevo, felicitaciones por el engaño, y leí en un Axios que Simon y Schuster tuvieron que volver e imprimir cien mil copias adicionales.

[00:46:21] Quiero decir, creo que es bueno, probablemente ponerlos tan rápido como podamos. Bueno, ahí está.

[00:46:27] Bueno, también puedes pedirlo para tú en tu teléfono y para tu Kindle. Y es que no es solo una lectura excelente, es una lectura importante. Así que abróchense los cinturones de seguridad durante el próximo par de meses. Va a ser un viaje salvaje. Y muchas gracias, Brian, por acompañarnos hoy en Informados y Comprometidos. Gracias. Gracias