

## Informed & Engaged Ep. 15 - Spanish

[00:01:08] Buenas tardes, todos, y bienvenidos a la Fundación Knight está informado y comprometido. Este es nuestro episodio 15 y estamos muy contentos de que te unas a nosotros hoy. Hoy vamos a hablar del declive de las noticias locales, que se ha acelerado, por supuesto, por esta pandemia global. Y vamos a estar hablando de una nueva idea, una nueva solución. Y se anunció el viernes pasado. Una coalición de tres mil organizaciones de noticias locales en todo el país se han unido para reconstruir noticias locales. Hoy me acompaña Steve Waldman. Es el presidente y cofundador de Report for America, una iniciativa del Ground Truth Project. Pero para todos ustedes que han estado observando y buscando y construyendo soluciones para noticias locales. Steve Waldman es alguien que ha estado en ello durante mucho tiempo.

[00:02:08] Steve es antes de crear con Charlie Senatorial Report for America. Steve fue el autor de un informe de marca de tierra llamado Necesidades de Información de las Comunidades. Fue descrito por NPR es una de las noticias más completas de los EE.UU. medios jamás producidos.

[00:02:33] Y este informe se produjo alrededor de un año después de que una comisión de Caballero reuniera a expertos de todo el país para abordar las preocupaciones acerca de la desaparición de noticias e información locales. Y eso fue hace más de una década. Mucho ha sucedido en los últimos 10 años. Y ahora bajo su liderazgo, esta coalición de tres mil medios de comunicación locales está buscando que el gobierno juegue un papel en ayudar a reconstruir el futuro del periodismo local. Así que por favor, por favor, únase a mí hoy para esta conversación con Steve Waldman y Steve, primero. Por favor díganos, ¿cómo surgió esta coalición y por qué tiene sentido ahora que haya un llamado importante al gobierno, a los funcionarios gubernamentales para que intervengan y ayuden a abordar este problema?

[00:03:31] Bueno, gracias por invitarme. Y gracias de nuevo por su liderazgo y liderazgo de la Fundación Knight en este mismo tema por venir, supongo. Quince años ahora. ¿La razón? Bueno, dos razones. Uno es que el colapso se ha vuelto tan severo. Que está en él ahora está en el punto en el que probablemente está más allá de él siendo resuelto sólo por filantropía. Yo digo eso a regañadientes, honestamente. Pero cuando se habla de una caída de unos 20 mil millones de dólares en ingresos, al menos de lo que, ya sabes, los periódicos han perdido la adición de, ya sabes, quinientos millones en filantropía o incluso más de lo que es no va a ser suficiente. Ahora digo a regañadientes, porque no creo que nadie esté particularmente entusiasmado con la idea de que el gobierno se involucre en esto de ninguna manera, honestamente. Quiero decir, es que va tan en contra de nuestro sentido de eso. Para que el gobierno rinda cuentas, no se puede tomar dinero del gobierno. Es muy lógico. Ya sabes, ¿cómo pueden los rastrillos tomar dinero de los fabricantes de lodo? Así que creo que muchos periodistas se han mostrado muy resistentes a la idea de que el gobierno se involucre en esto. Y me convencí de que debido a la escala del colapso, tuvimos que mirar esto de nuevo y empezar a pensar en ¿hay formas de hacerlo? Que el gobierno podría ayudar donde no estaría en peligro la independencia editorial. Y se volvió particularmente agudo con COVID porque COVID, ya sabes, como sabes, los problemas con las noticias locales antes de la fecha de Codan. Pero Kofod ha acelerado todas las tendencias nocivas y ha hecho que la crisis sea aún más grave. Y el Congreso está buscando soluciones. El Congreso está empezando a mirar, ya sabes, rescates para esta industria o esa industria o lo que hacemos. Y así empezó a haber una discusión sobre qué tipo de ayuda debería pasar para las noticias locales. Y honestamente, muchos de ellos terminaron centrándose en como la única ley

que se incluyó en el proyecto de ley de la Cámara para COVID era un proyecto de ley para asegurarse de que las cadenas, las cadenas de periódicos se incluyeran en el código realmente sentirían que era propiedad de empresas de capital privado. Y, sabes, honestamente, estaba bien con eso. Al igual que, esta es una crisis de presentación que todo el mundo probablemente necesitaba ayuda. Pero fue un poco Apertura de ojos para mí también eso. Eso es todo. Eso es todo lo que tienes.

[00:06:11] Ya sabes, que la única idea de política pública en torno a ayudar a las noticias locales era asegurarse de que no quedara ninguna cadena atrás. Así que empiezo a pensar que la combinación de esas dos cosas, que la escala del problema es tan grave que va a necesitar un enfoque. Va a necesitar algún tipo de participación del gobierno. Y un pequeño recordatorio de que si los periodistas no juegan un papel en la elaboración de esta política, alguien más hará la política para el. Y puede que no sea cierto para nuestros simpáticos, que en especial las personas a las que les gusta tanto la Primera Enmienda como la innovación, podrían no salir de esa manera. Así que organicé este tipo de coalición pop up. Tenía un poco de énfasis en los medios de comunicación de propiedad local y los medios sin fines de lucro, no totalmente con la exclusión de cadenas que todavía representan una gran cantidad de, ya sabes, cómo se proporcionan las noticias. Pero queríamos asegurarnos de que los medios de comunicación de propiedad local y sin fines de lucro tenían un asiento en la mesa para.

[00:07:18] Steve. Cuando se habla de apoyo en el Congreso para este plan, ¿es apoyo bipartidista?

[00:07:26] Eso parece sorprendente dado el bajo nivel de confianza en los medios de comunicación. Entre los republicanos, según una reciente encuesta de Gallup, es un poco sorprendente.

[00:07:40] Esperaba que, ya sabes, esto es un poco de ejercicio académico o, ya sabes, que poco a poco empezamos a construir apoyo para ello, pero que tomaría mucho tiempo conseguir apoyo republicano. Y eso resulta no ser cierto. No son de la Casa Blanca, sino de miembros republicanos del Congreso. Existe una comprensión acerca de la importancia de las noticias locales, y tienden a hacer una distinción entre las noticias locales y las noticias nacionales. Y eso, ya sabes, hay preocupación por la participación del gobierno y cómo se hace. Pero ha habido algunas propuestas diferentes, diferentes partes de la misma, algunas de las cuales se incorporaron a nuestro gran plan que sí cuentan con apoyo bipartidista. Hay un proyecto de ley que es un buen número de ideas en las que terminamos. Dawson provienen de una específica fueron construidas sobre una ley específica llamada Ley de Responsabilidad de Periodismo Local, y es coautor por una congresista demócrata de Arizona. Y para Patrick y un congresista republicano de Washington, Dan Newhouse.

[00:08:45] Y tiene su coalición extrañamente amplia. Quiero decir, tiene al congresista Bobby Rush de Chicago, una de las personas más progresistas del Congreso. Y Louie Gohmert de Texas son copatrocinadores de esta legislación. Y creo que la razón por la que realmente hay un sentido amplio de que esas noticias locales son importantes. Ahora, mira, podría no ser sólo una comprensión muy profunda de la importancia de esto para la democracia. Podría ser que los miembros del Congreso piensen que es muy difícil conseguir cobertura en la prensa de lo que estoy haciendo cuando no hay noticias locales. Seamos honestos que eso es parte de la motivación. Pero eso está bien, porque cubrir a la delegación del Congreso local es en realidad una de las cosas que perdemos cuando no hay periodismo local.

[00:09:31] Y creo que la razón por la que este enfoque en particular ha recibido apoyo bipartidista, incluyendo de nosotros, es que es la idea en el corazón de la idea es que se obtiene un crédito fiscal reembolsable de doscientos cincuenta dólares a los estadounidenses que pueden usar para comprar una suscripción a un periódico o donar a un local organización de noticias sin fines de lucro. Y una versión separada de eso, una separada es dar un crédito fiscal a las pequeñas empresas para comprar publicidad local en las organizaciones de noticias locales.

[00:10:09] Así que la diferencia clave es que no hay alguien en Washington en un Departamento de Noticias Locales sentado por ahí repartiendo subvenciones a organizaciones de noticias como We Can All Pretty. No hace falta mucha imaginación en estos días para ver cómo podría salir mal, como, ya sabes, bajo esta administración o realmente cualquier administración que el gobierno, ya sabes, recaudar enormes sumas de dinero a organizaciones de medios particulares comprometería su independencia. Así que esto no hace eso. Lo puso esencialmente amplifica las voces de América, las decisiones que quieren tomar. Ahora, puede que no siempre estemos de acuerdo con esas opciones, pero básicamente está amplificando las opciones de los estadounidenses y apuntando hacia las noticias locales. Sabes, hacemos lo mismo con la caritativa detección de deducción de impuestos por donaciones caritativas. Al igual que el gobierno no te dice a qué caridad dar, pero dice, oye, si quieres, cualquier cereza que le des, siempre y cuando sea una caridad legítima, básicamente lo rebajaremos. Y fue, ya sabes, parte de lo que mi pensamiento sobre esto fue muy influenciado por Newsmax, que fue creado por Knight y otras fundaciones para ayudar a los medios sin fines de lucro. Y la teoría detrás de ella era más que sólo nosotros, ya sabes, renunciar a subvenciones a las organizaciones de noticias que nos gustan, ¿y si también lo tuviéramos como una forma de amplificar las voces que están sucediendo orgánicamente en el terreno? Así que coincide con las donaciones que, ya sabes, las noticias sin fines de lucro organizan. Así que ambas ideas tienen un espíritu similar a ellos.

[00:11:49] Así que sólo para construir el partido de noticias de esta noche va a anunciar la próxima semana una importante contribución al fondo de escena nacional. Uno de los otros beneficios de las noticias, Matt, es que uno de los objetivos de las noticias, Matt, no es sólo proporcionar contribuciones igualadas, sino ayudar a las organizaciones locales, no con fines de lucro de todo el país a construir su base de donantes individuales, encontrar que los siguientes donantes principales realmente se desarrollen mejor. Cursos en torno al desarrollo del público. Porque al final del día, si el periodismo local no puede ser sostenible, no puede ser, no puede ser independiente. Y ese es uno de nuestros objetivos clave aquí en la Fundación Knight es ayudar al periodismo local a ser sostenible.

[00:12:38] Así que imagina si empiezas. Bueno, iba a decir que soy un gran fan de la falta de coincidencia por las razones que dijiste. No es sólo, ya sabes, tapar un agujero. Es la creación de capacidad que puede acabar con la capacidad. Así que imagina si, ya sabes, olvido cuál fue la cantidad máxima de la subvención que duró veinticinco mil millas. Así que imagina si fueran doscientos cincuenta y cuatro o quinientos mil. Derecha. El gobierno federal a menudo no es muy bueno para estimular la innovación o elegir ganadores y perdedores, pero es bueno escribiendo cheques. Así que imagina si el gobierno federal esencialmente escribiera un cheque de cien millones de dólares a un partido de noticias o algo parecido para crear una dotación que simplemente, ya sabes, de gran tamaño. Lo que Newsmatch ya está haciendo es que ya tiene un conjunto de criterios que yo tenía y, ya sabes, implementa el Institute for Nonprofit News para asegurarse de que son noticias locales legítimas. Así que no es como una nueva idea.

Estás tomando algo que ha sido construido y refinado en los últimos años a través de la experiencia y simplemente haciéndolo, ya sabes, la diferencia entre una sala de redacción ser capaz de conseguir veinte mil dólares y doscientos cincuenta mil o cinco o diez mil podría transformarse.

[00:13:53] Podría estar realmente a la par con lo ocurrido en 1967 cuando el gobierno federal analizó este surtido de un par de cientos de emisoras de radio públicas importantes pero pequeñas y frágiles.

[00:14:07] Decía que esto es muy importante, pero hay muy pocos y no son lo suficientemente fuertes. Y pasaron la radiodifusión pública, que esencialmente ahora tenemos 900 estaciones de radio públicas. Así que pude ver un escenario donde un partido de noticias de gran tamaño podría hacer eso para la organización sin fines de lucro, ya sabes, News World local sin fines de lucro.

[00:14:29] Y también, podría hacer eso para muchas emisoras de radio públicas sin fines de lucro, como lo hace ahora aquellas emisoras públicas de radio que se dedican al periodismo local, porque desafortunadamente, a pesar de todas esas emisoras de radio públicas locales en todo el país, no todas están comprometidas o tienen la capacidad de entregar noticias locales. Entonces, Steve, tomemos la planta. Anícanos a través del plan. Y por primera vez, está en la charla.

[00:14:59] Pero para todos los que ven y escuchan hoy, el sitio Web al que debe ir ahora mismo o después de esta transmisión es reconstruir noticias locales dot org e ir directamente a nuestra planta.

[00:15:15] Así que, Steve, llévanos a través del plan. Podría ser que es un poco complicado. Ya sabes, los diferentes créditos fiscales, los diferentes. Pero avísenos a través del plan y díganos por qué usted y los miembros de la coalición están seguros de que esto podría suceder.

[00:15:36] Bueno, entonces FEMA allí. Hay muchas piezas diferentes en esto, pero como que caen en algunos cubos temáticos y grandes estrategias básicas. Uno es empoderar a los estadounidenses a través de sus propias opciones para ayudarlos financieramente a los medios locales de manera que, como dije, podría suceder a través de un crédito fiscal reembolsable de 250 dólares que podría usar para promocionar para comprar una suscripción a un periódico o una donación a una organización sin fines de lucro. Esto es me gusta ganar mis pequeñas rayas de cabildeo o Angel Wings fue cuando instamos a los patrocinadores de esta ley a incluir organizaciones sin fines de lucro en ella y decir, hey, qué tal en su lugar, además de hacerlo. Cincuenta dólares por suscripciones. También lo hicimos por doscientos cincuenta dólares para una donación a organizaciones sin fines de lucro. Y hay experimentos como este ocurriendo en Francia y Canadá de los que podemos aprender y construir sobre ellos. Así que una segunda parte de esa legislación, que también nos gusta es el crédito fiscal a las pequeñas empresas que pueden utilizar para la publicidad en los medios locales. Entonces, el segundo gran impulso es el crecimiento de los medios sin fines de lucro. Y, sabes, no tengo que convencerte en ese frente, pero todos creemos y, por cierto, esta es una coalición que incluye medios sin fines de lucro y medios de lucro. Y fue muy interesante y emocionante ver que ambas circunscripciones estuvieron de acuerdo en la importancia del otro, como la gente con fines de lucro tuvo la idea de que vas a necesitar un fuerte sector sin fines de lucro y viceversa. Así que tenemos que hacer un montón de. Para hacer crecer los medios sin fines de lucro. Y creo que la analogía histórica de lo que el gobierno hizo en

torno a la radiodifusión pública es realmente relevante aquí. No lo hicieron. Ellos no lo inventaron. Sabes, había todo este material creativo muy interesante que había sucedido en el terreno y en las universidades y cosas así, tal como ha sucedido a través de la creación de todo tipo de medios sin fines de lucro. Así que es realmente impresionante para mí. El número de emisoras de radio públicas en 1967 es casi exactamente el mismo que el número de redacciones locales sin fines de lucro en este momento. Son unos 300.

[00:17:55] Así que es como en el mismo momento, la misma parte de su evolución. Y están listos para explotar de una buena manera. Ya sabes, con la ayuda del gobierno establecer el nuevo superdimensionamiento el partido de noticias es una idea para hacer eso. La mejor manera de hacerlo, para evitar que el gobierno se esfume por ahí sería que el gobierno escribiera una vez un gran cheque para crear una dotación que esencialmente sobredimensionara mucho las noticias.

[00:18:23] Eso evitaría la posibilidad de que el gobierno entrara y, ya sabes, queriendo andar con los estándares de la RDSI sobre quién podría ser una sala de redacción logit. Esa sería probablemente la forma de hacerlo.

[00:18:36] También hay todo tipo de cosas que históricamente se han interpuesto en el camino de las organizaciones sin fines de lucro que se forman como organizaciones de noticias. Sabes, lo hicimos con la Fundación Knight ayudar a crear un grupo de trabajo sobre este tema. Hace siete u ocho años para mirar todas las formas en que el IRS, ya sabes, ralentiza las cosas. Y, ya sabes, así que hay un par de aclaraciones importantes que deberían suceder. Una es que se sepa a las organizaciones de noticias sin fines de lucro que puede tomar publicidad y que puede cobrar por suscripciones y que puede ganar ingresos. Esencialmente, todos queremos llegar al punto en que las salas de noticias sin fines de lucro están pensando en las donaciones como la tercera fuente de ingresos, no la única fuente de ingresos. Tiene que haber otros ingresos ganados. Y francamente, el IRS es fangoso, lo ha hecho más difícil. Ya sabes, como tú estoy seguro de que has oído esto todo el tiempo, como, bueno, ¿podemos incluso tener publicidad en peligro? Sí, puedes tener publicidad, pero sería mejor si el IRS aclarara eso, dejara claro que podrías hacerlo. Así que hay un número de IRS, diría, limpiando las cosas que ayudarían mucho. Y luego hay una gran idea relacionada con esto que llamamos replantación. Y es la idea que, ya sabes, no solo deberíamos estar buscando crear nuevas organizaciones de noticias. Sabes, la realidad es que hay 300 organizaciones de noticias sin fines de lucro. Hay 60, 700 periódicos.

[00:20:12] Y tiene que haber otro frente en esta batalla, y ese es el frente de lo que hacemos con estos 60, 700 periódicos. Y hasta ahora, honestamente, las opciones han sido, ya sabes, crear algo nuevo o rescatamos a los periódicos que son muchos de los cuales son propiedad de fondos de cobertura, lo cual es una cosa triste porque aunque a veces es necesario, sabemos cómo va a terminar esta historia. No va a ser bueno, como la forma en que los periódicos que son propiedad de los fondos de cobertura tienen están en este ciclo descendente y no hay señales de que vaya a terminar.

[00:20:51] Así que en lugar de aceptar que ese es el destino de esos 60, 700 periódicos, atacamos agresivamente la idea de replantar algunas de estas organizaciones. Y esta es una metáfora que ya he torturado más allá del reconocimiento. Pero es esencialmente, como ustedes saben, como a veces si una planta está enferma porque está enferma sentada en suelo tóxico. Si lo sacas de ese suelo y lo pones en un suelo más saludable, puede prosperar. Y de lo que estamos hablando es de nuevas estructuras de propiedad.

Si lo has sacado de esas estructuras de propiedad y lo pones en estructuras de propiedad más saludables, ¿podría ser correcto?

[00:21:28] Eso podría significar literalmente donar el periódico a una organización sin fines de lucro o a una corporación de beneficio público. Y creo que hay un montón de hay algo de esto. ¿Tiene eso que ver con la política del gobierno? Al igual que, creo que debería suceder que debería haber una gran organización sin fines de lucro, bien capitalizada. Y podemos hablar de eso. Eso tiene su trabajo de replantar. Pero hay un par de medidas de política pública que realmente harían más propensos a tener éxito. Y hay zanahorias y palos. Las zanahorias son lo que si ofrecieras una deducción caritativa mejorada a cualquier propietario que literalmente donara su periódico a la comunidad? O sus activos. Y, ya sabes, porque sabemos que quiero decir, esto no se aplicará a todos los números 67, pero sabemos que algunas de estas cadenas están pensando en cerrar estos papeles por completo o ordeñarlos por un par de años y luego apagarlos. Entonces, ¿no sería genial si pudiéramos conseguir algunos de ellos en lugar de decir, oh, la elección es ordeñar o cerrar? ¿Sería genial si hubiera una opción de donar y usted tiene que tener un verdadero incentivo?

[00:22:41] Steve, sólo quería señalar para el público, como mucha gente sabe, en Filadelfia, tenemos el Instituto Lenfest, que ahora es el propietario del Philadelphia Inquirer, que es una corporación de beneficio público, que fue donado por Jerry Lenfest, el difunto Jerry Manifest, que es un filántropo extraordinario que creían apasionadamente y el valor y la importancia de la presentación de informes que hacen rendir cuentas a los poderosos. Y luego, por supuesto, hace poco, en el último año en Paul Huntsman entregar el Salt Lake Tribune en un no con fines de lucro. Y con su esfuerzo, crearon un fallo histórico del IRS que esperaban que otras organizaciones de noticias usaran ese fallo para seguir sus pasos. Pero cuéntenos sobre las otras áreas políticas, además de los beneficios fiscales más caritativos para tomar esa decisión. Y también sólo quería señalar que, que hay muchas, muchas organizaciones de noticias que siguen siendo organizaciones de noticias locales, un control familiar independiente. Y en la Fundación Knight, estamos buscando trabajar con estos propietarios. Y estos incluyen a los propietarios de periódicos legados negros y pequeños periódicos en todo el Medio Oeste. Son personas que se han comprometido a servir a sus comunidades y entregar periodismo. Y en el interés público. Así que dínos cómo el plan y cómo esta parte del plan podría apoyar el periódico de propiedad independiente, propiedad familiar.

[00:24:43] Es un punto muy importante porque no lo hacemos esta coalición en mí personalmente no aceptó la idea de que esto va a ser resuelto sólo a través del sector sin fines de lucro.

[00:24:54] También va a necesitar el éxito del sector comercial, especialmente del sector comercial con base local. Y como usted dijo, hay gente que está haciendo un trabajo increíble en periódicos con fines de lucro que están tan comprometidos con sus comunidades como las organizaciones sin fines de lucro. Vemos esto con el informe para América todo el tiempo que la pasión y el compromiso con el servicio público entre algunos de los periódicos comerciales es tan fuerte como entre las organizaciones sin fines de lucro. Pero sus modelos de negocio no siempre les permiten servir a la comunidad de la manera que quieren hacerlo. Así que este plan también tiene una serie de pasos que ayudarían con eso.

[00:25:35] Una de ellas tiene que ver con la idea de que la política federal antimonopolio debe tener el concepto de localismo como parte de lo que ven. Y esto ya es cierto en la

radiodifusión, como la Comisión Federal de Comunicaciones ya considera el localismo como un factor. Pero no ha sido cierto cuando el Departamento de Justicia o la Comisión Federal de Comercio o los tribunales examinan las fusiones de periódicos. Y deberían. Y pueden. Así que, en otras palabras, podrían considerar las fusiones e incluso si no conduce a una menor competencia, pero está perjudicando a la comunidad. Podrían en realidad o bien rechazar que Myrt esa consolidación o poner condiciones a la fusión. Esto es algo que aprendí de que no sabía nada cuando trabajé hace un tiempo en la Comisión Federal de Comunicaciones. Que las fusiones, cuando consideran fusiones, no es un yai binario o algo no como, sí, está bien o no. A menudo dirán que sí, pero hay que hacer X, Y y Z. Y llegué allí en un momento y fue, ya sabes, cuando la fusión de Comcast estaba ocurriendo, había cosas interesantes. Sí. Si haces estas cosas para apoyar las noticias locales. Así que cualquier adquisición de una cadena de periódicos por un fondo de cobertura. Podría tener ese tipo de revisión. Sabes, eso dice que no o solo si haces X, Y y Z para asegurarte de que, ya sabes, el compromiso con la comunidad se mantiene. Así que hay otras cosas como esas que podrías hacer. Recuerda que la legislación de cierre de la planta que recibió mucha atención en los 90 es básicamente sobre, ya sabes, si alguien está cerrando una fábrica, deberías avisar a los trabajadores. Sí. Bueno, estamos sugiriendo esencialmente una regla de cierre de planta, un cierre de periódico, que tiene que haber un aviso de seis meses a la comunidad. Esto no se trata sólo de los trabajadores. Esto es para que la comunidad pueda organizarse y potencialmente tratar de adquirir el periódico. No siempre va a funcionar. Tener tiempo para ello puede no significar que usted tiene el dinero o el periódico puede estar demasiado lejos, pero al menos debería haber un golpe de velocidad que permitiría que eso suceda. Y luego lo último que diría para los medios comerciales es que las ideas de las que hablamos al principio del crédito fiscal para suscripciones y el crédito fiscal para cuatro empresas y hay una tercera, que es un crédito fiscal para contratar periodistas, esencialmente, que las organizaciones de noticias obtendrá, ya sabes, un poco de ayuda para la contratación de periodistas. Todos ellos ayudarían a esas redacciones locales, de alguna manera, en las redacciones comerciales. Y lo que me gusta de ello es que porque es como que apunta a las suscripciones.

[00:28:21] Significa que sólo van a obtener ese beneficio si proporcionan un valor real a la comunidad. Sabes, al final del día, van a tener que seguir arguyendo por qué incluso este crédito fiscal va a apuntar hacia ti. Así que si usted es un periódico que ha destruido completamente su sala de redacción y no proporciona ningún valor real, va a ser difícil para usted beneficiarse de esa idea. Así que, Steve, no vi mención de organizaciones de noticias de televisión locales en el plan.

[00:28:54] Y en la Fundación Knight, hemos estado enfocados, como usted dijo, durante quince años en abordar las lagunas en noticias e información locales. Y más recientemente, hemos realizado importantes inversiones en el Proyecto de Periodismo Americano en el Instituto de Noticias Not For Profit de la Red de Periodismo de Soluciones en el informe Current America. Todos los miembros de esta coalición y, por supuesto, Newsmatch lanza con lanzamiento por la noche en 2016. Y estábamos encantados de que tantas fundaciones llegaran a la mesa en 2017. Y estamos buscando más financiadores que se unan a nosotros para ayudar a apoyar al Fondo Nacional para este partido de noticias de 2020. Así que por favor póngase en contacto conmigo si desea unirse a la Diversión Nacional. Pero lo que no veo son los medios de noticias de la televisión local. Y, sí, los periódicos locales han proporcionado tradicionalmente los informes originales.

[00:29:53] Y mi colega Karen Runland ha estado liderando una iniciativa con organizaciones de noticias de televisión locales en todo el país que están aumentando su compromiso con el periodismo de servicio público, que están usando periodismo de datos y formas realmente inteligentes y creativas para entregar reportajes realmente importantes, no solo la emisión, pero en sus puntos de venta en línea.

[00:30:19] ¿Cuál es el papel de la televisión local en eso, al abordar esa solución para el periodismo local?

[00:30:28] Creo que se puede usar.

[00:30:31] Y también creo que puede y debe ser mucho más grande de lo que ha sido. Sabes, creo que la realidad es que las noticias locales, las estaciones de televisión lo están haciendo mejor que nadie en este momento, en gran parte debido a los anuncios de campaña. Y desafortunadamente, la mayoría de ellos no lo están volviendo a invertir en grandes informes locales. Algunos lo son. Y debemos hacer todo lo posible para abrazar y animar a los que lo son. Y eso es lo que Knight está haciendo. Y hay dos cosas en este plan que podrían ayudar con eso. Uno de ellos es la idea de ampliar el modelo de servicio nacional. Esto va a sonar muy egoísta y, de hecho, lo es. Pero, ya sabes, Report for America coloca a los periodistas en las redacciones locales de televisión. Y parte de lo que me gusta es, es que es su reportero de ritmo, que es parte de lo que realmente queremos alentar con la televisión local es informar porque se vuelve real. Esto es un reporte profundo. No es reportar dónde apareces a las 10:00 de la mañana y averiguar qué vas a cubrir en la ciudad. Aquí es donde estás desarrollando una verdadera experiencia. Y cuando las estaciones de televisión locales hacen eso, pueden ser tan buenos como los periódicos. Son totalmente capaces de hacerlo. Así que, ya sabes, tener un modelo de servicio nacional más grande, ya sea un informe para Estados Unidos u otros que estarían colocando reporteros en TV, TV, estaciones de televisión, así como otros, sería parte de ello. La otra cosa que realmente ayudaría a las estaciones de televisión, la buena sería la noción de un crédito fiscal a las empresas locales para comprar publicidad que podría comprarse en las estaciones de televisión locales. Y, ya sabes, uno esperaría que fuera a los que realmente están invirtiendo en informes locales.

[00:32:19] Bueno, tenemos toneladas de preguntas de nuestra audiencia, así que vamos a llegar a ellas. Entonces, ¿cómo se asegura?

[00:32:28] ¿Cómo se asegura la coalición de que el dinero no acabe en los bolsillos de las redacciones ideológicas más partizanos? Porque como estábamos discutiendo justo antes de salir al aire en la última campaña, la preocupación era el aumento del partidismo negativo nacional mostrado a nivel nacional.

[00:32:55] Pero ahora estamos viendo tantos sitios hiper partizan financiados por la izquierda y la derecha. Derecha.

[00:33:05] Bueno, ya sabes, mi respuesta Medda a esto, es que va más allá de esto es inundar la zona con periodistas reales como muchos de estos ocho. Es realmente impactante algunas de las citas de personas que están haciendo estas cosas hiperbólicas partizan. Dijeron justo enfrente diciendo, bueno, hay una aspiradora. No hay nadie más allí. Así que vamos a entrar ahí. Es cierto. Así que lo más importante que hay que hacer para evitar que las noticias locales del partizan se conviertan en la forma dominante de noticias locales es que los periodistas reales aparezcan. Ese es el panorama general. Ahora, en términos de, ya sabes, en particular, ¿cómo podrías elaborar políticas para

asegurarte de que no estás ayudando a esos? Eso es bonito. Eso es difícil, en realidad. Sabes, parte de esto es que el Instituto de Noticias Nonlucrativas ha desarrollado muy buenos estándares como parte de las noticias coinciden con una fórmula para hacerlo. Y tiende a ser sobre transparencia que, ya sabes, si estás ocultando quiénes son tus donantes, esa es una especie de forma neutral de contenido de conseguirlo. Así que creo que deberíamos saber, tenemos que mirar cosas como esa, como la transparencia. Al final del día, diré esto, que la gente puede no estar de acuerdo con esto. Si nos fijamos en los subsidios postales que los padres fundadores concedieron, ese fue probablemente el tipo de intervención gubernamental más exitoso en las noticias locales.

[00:34:27] Fue a todo tipo de medios de comunicación. Honestamente, ya sabes, los que atacan a Jefferson y los que atacan la ciudad como, ya sabes, y creo que en cierto nivel, puede suceder que algo de esto vaya a los lados del partizan. Creo que usted podría pensar que donde tenemos que trazar la línea es que necesitan estar haciendo un reportero local real. Sabes, y si algunas organizaciones de noticias locales están haciendo reportajes locales, pero viene desde cierto ángulo, ya sabes, no estoy seguro de que el gobierno deba entrar en el negocio de decir que esos, ya sabes, están fuera de los límites. Pero tengo curiosidad por lo que todos piensan de eso, porque esa es una de las piezas más difíciles de esto.

[00:35:06] Sí, estoy de acuerdo. Esa es, con mucho, una de las preguntas más difíciles y difíciles. Así que también tenemos una pregunta acerca de Steve Hamilton. Me gusta mucho la idea de noticias sin fines de lucro. El apoyo financiero, si no es por beneficios, siempre es un reto. ¿Cuánto se necesita? ¿Y puede darnos una mejor idea de lo que cuesta dirigir una organización de noticias viable? El número de personas, salarios, otros gastos.

[00:35:35] Estoy en un nivel de metal. Tiendo a citar a John Thornton, el cofundador del American Journalism Project, quien probablemente cabreó a muchos partidarios del ballet diciendo que esto es un problema del tamaño del ballet. Y lo hizo. No quería diss ballet. Quería señalar que, aunque las consecuencias para la democracia son catastróficas en la escala de los problemas que el mundo está tratando de resolver, esto es realmente solucionable. Al igual que, es una cantidad de dinero que puedes conseguir tus manos alrededor. Puede ver muchas maneras diferentes, balas como un número redondo. Probablemente necesitaría alrededor de mil millones de dólares para ser bombeado al sistema de noticias local de la filantropía y el gobierno para resolverlo. Quiero decir, no sería todo lo que todos quisiéramos. Podrías hacer un poco menos, hacer un poco más. Pero esa es la escala que en realidad es muy alcanzable. Sabes, honestamente, si lo hicieras si hicieras lo que estaba en este plan, duplicaría el número de reporteros locales en Estados Unidos. Y el precio sería un par de mil millones. Sería menos de lo que el gobierno federal gasta actualmente en gastos fiscales para tres almuerzos de martini y otros negocios.

[00:36:50] Deducciones comerciales y de entretenimiento. Sólo para darle una idea de la escala y de la pregunta, ¿no hay una buena respuesta de cuánto se necesita para ejecutar una sala de redacción en particular? Depende de si estás cubriendo un pequeño barrio o la ciudad de Nueva York.

[00:37:05] Pero es cierto que una de las formas en que no sólo las entidades sin fines de lucro sino con fines de lucro tienden a fallar está siendo infrautilizada. Y lo que pasa es que cogerán la pequeña cantidad de dinero que tienen y pagarán al periodista porque ese es el corazón de todo. Pero entonces no podrán contratar a la persona de negocios o al

jefe de desarrollo o al jefe de ventas publicitarias. Y por lo tanto, cualquier institución a cualquier institución de noticias local para tener éxito necesita tener tanto una operación comercial como una operación periodística para tener éxito. Si eres una operación de dos personas, entonces eso es uno contra uno. Si eres una operación de 100 personas, es probable que sean 50 y 50. Pero ese es el punto principal que haría.

[00:37:52] Tenemos una pregunta de Barbara Rabb, una de nuestras compañeras en el espacio filantrópico, vale la pena señalar que el gobierno ya subvenciona el apoyo a las noticias en el sentido de que el financiamiento de las fundaciones es una ventaja fiscal. Y como en su plan, el gobierno no tiene voz en lo que las fundaciones de la organización de noticias financian. Así que ese es el comentario de Barbara sobre mi pregunta, basado en el comentario de Barbara es, es lo que usted discute, ¿cómo se asegura que el gobierno no va a ir a que los funcionarios del gobierno no van a tener algo que decir? ¿Y qué organizaciones de noticias no partidistas comprometidas con el periodismo independiente reciben financiación?

[00:38:37] Sí, es una gran pregunta. Y Barbara ha sido una verdadera líder en todo este sector, no noticias sin fines de lucro. Así que hay dos maneras de estar seguro. Eso y el derecho de Birmania de que el gobierno involucra a los gobiernos en el proceso. Como mencioné, los subsidios postales y los padres fundadores lo son. Pero ahora hay otros subsidios, incluyendo la Corporación de Radiodifusión Pública, pero también subsidios a periódicos, subsidios fiscales y cosas por el estilo. Así que uno es el tipo es el tipo de remedio de política. Existen tipos de recursos que implican la adopción de decisiones discrecionales por parte de funcionarios gubernamentales. Y hay tipos que no saben, la deducción tributaria caritativa, como ejemplo, no implica que el gobierno decida qué organizaciones benéficas apoyar. Básicamente amplifica las decisiones que los estadounidenses toman sobre lo que hacen los consumidores. Así que desea buscar ideas que estén en la misma categoría en lugar de grandes programas de subvenciones donde hay mucha toma de decisiones discrecionales. Ahora bien, puede haber casos en los que tenga sentido que haya un papel gubernamental más consciente, como lo es con la Corporación de Radiodifusión Pública. Hay una agencia privada que está estatuida por el gobierno y que importa cosas muy importantes y valiosas. Así que quieres. Al hacer eso, desea asegurarse, en primer lugar, de que la mayor parte de ella sea formulaica como sea posible. Sé que la fórmula tiene un mal nombre. Suena como si estuvieras en piloto automático, no, ya sabes, afinando cosas. Pero esto cuando se trata de una prensa libre, hay muchas ventajas a la fórmula. Ya sabes, es lo que sigue. Hace falta la injerencia política hasta cierto punto. Y la otra cosa que diría es construir en todo tipo de firewalls. La Corporación de Radiodifusión Pública tiene un montón de cortafuegos. Ha sido bastante bueno, no perfecto. Así que diría que aquí hay una oportunidad para que podamos incluso mejorar lo que se hizo con la Corporación de Radiodifusión Pública y hacerla aún más hermética. Lo más importante es que si hay alguna entidad, debería tener un flujo de ingresos dedicado para que la gente no tenga que subir al Capitol Hill todos los años y rogar a los senadores por dinero.

[00:40:58] Entonces, Steve, hay más preguntas excelentes aquí, ¿verdad? Llegar a ellos en un segundo. Pero en un momento en que estamos en medio de un cálculo nacional sobre la injusticia racial y gran parte de lo que se ha creado, las organizaciones existentes surgieron durante un tiempo en el que el capital del racismo sistémico realmente dictaba quién tenía dinero para construir noticias locales y quién lo hizo.

[00:41:33] ¿Cómo funciona este plan o cómo podría este plan abordar las desigualdades reales existentes en acciones? Eso es lo que existe actualmente para el periodismo local, para las comunidades de todo el país.

[00:41:49] Derecha. Y este es un punto muy importante. Así que uno de los cinco elementos de este plan es crear políticas que ayuden a mejorar la cobertura marginada de las comunidades marginadas. Y hay varias cosas diferentes que puedes hacer. Pero, ¿en parte sólo tiene que ver con una conciencia en todas estas diferentes políticas de las que estamos hablando? Así que, por ejemplo, ya sabes, ha habido esfuerzos en el pasado para que el gobierno diga, bueno, estamos haciendo publicidad, hagamos que la publicidad vaya a los medios locales. Y eso ha sucedido. Y de hecho, el gobierno federal ya gasta mil millones de dólares en publicidad. Y una de las cosas que sugerimos, oye, ¿qué tal la mitad de eso pasa a través de los medios locales? Bueno, en el pasado, lo que ha pasado es que muy poco de eso terminó llegando a los medios de comunicación minoritarios. Así que, ya sabes, muchos medios recibieron ayuda, pero muy raramente lo hicieron esas publicaciones que cubrían comunidades de color. Ahora, en la ciudad de Nueva York, la comunidad, el programa de la CUNY Graduate School of Journalism fue justo en eso en términos de la publicidad que estaba siendo gastada por la ciudad de Nueva York. Y dijeron, esto es genial, que estás gastando dinero publicitario, pero no está llegando al nivel de la comunidad.

[00:43:04] Y trabajaron con la ciudad para asegurarse de que realmente llegara a un nivel comunitario. Y creo que hay formas de construir políticas que lo hacen más importante.

[00:43:14] Por ejemplo, se podría decir que si el dinero del gobierno va a las noticias locales, que una cierta cantidad de él necesita ir a medios pequeños que, ya sabes, porque muchas de las publicaciones de revistas cubren en comunidades de color, son de propiedad familiar y locales o visitas específicamente hacia comunidades de color.

[00:43:33] Y cuando se está replantando, eso, eso haría un verdadero esfuerzo para ser consciente del hecho de que muchas de las publicaciones que están colgando de un hilo son periódicos de propiedad negra y periódicos hispanos.

[00:43:47] Y si decimos esencialmente, oye, todo lo que queremos hacer es crear nuevas cosas sin fines de lucro o un pozo, todo lo que queremos hacer es ayudar a las grandes cadenas.

[00:43:54] Una de las consecuencias es que el ya mal sistema en términos de periódicos minoritarios va a empeorar mucho porque ya tenemos muchos periódicos en todo el país que han ignorado las llamadas para que sus redacciones reflejen las comunidades que cubren y que ha presentado grandes, grandes y grandes desafíos para los comunidades de hoy y redacciones. Volvamos a algunas de estas excelentes preguntas y una pregunta aquí de Steve Hamilton. ¿Por qué no declarar el periodismo no lucrativo como una religión de verdad y transparencia? Fin de la cita.

[00:44:34] Y apoyarse en las protecciones y privilegios fiscales existentes para las organizaciones religiosas. Eso es inteligente. Esa es una idea inteligente.

[00:44:42] Bueno, preferiría ir aún más frontalmente en esto, porque ahora lo que sucede es que muchas organizaciones de noticias sin fines de lucro intentan retroceder a una provisión existente diferente, que es la deducción de impuestos educativos, y decir, hey, hey, realmente somos instituciones educativas.

[00:45:02] Y a veces significa decir A además de proporcionar información, formamos a la gente y somos una especie de institución educativa. ¿Por qué no ir directamente y decir que el periodismo de servicio público es una función exenta de impuestos? Preferiría hacer eso que, ya sabes, ciertamente no me opondría a, ya sabes, meterlo a través de la puerta. Como sea que podamos. Pero creo que lo mejor sería decir directamente que esta es una función de interés público.

[00:45:32] ¿Y qué hay de cómo podría beneficiar el plan? Cita entre comillas, iniciativas de noticias súper locales, es decir noticias vecinales en áreas urbanas. ¿Qué ideas están flotando para este propósito? Creo, Steve, una cosa que aquellos de nosotros que no estamos viviendo en este espacio todos los días pensamos que la solución por sí sola podría ser más organizaciones de noticias locales. Cuando tú y yo estamos trabajando con organizaciones de todo el país como Resolve Philadelphia, que está aumentando el volumen de noticias e información de calidad y abordando problemas reales en torno a la equidad y la inclusión fomentando la colaboración no solo entre las principales organizaciones de noticias en Filadelfia, pero en muchos de los puntos de venta más pequeños que sirven a comunidades que tradicionalmente han estado insuficientemente representadas en las principales organizaciones. También mire los medios atípicos en Detroit, que es que no es que estén usando texto. Han creado una nueva forma de informar a los Detroiters sobre la interacción de uno a uno. Y, por supuesto, la oficina de la ciudad en Chicago, que está involucrando a miembros de la comunidad para cubrir reuniones locales, reuniones, el Proyecto Documentadores. Entonces, ¿cómo se dirige el plan no sólo a más reporteros, más sitios en línea con fines de lucro, periódicos, sino a algunas de estas otras formas nuevas que no son tantas formas, diferentes formas de informar e involucrar a las comunidades?

[00:47:30] Bueno, las cosas que me encantan de esta cosa de crédito fiscal reembolsable y la idea de superdimensionar las noticias es que realmente funciona bien con organizaciones comunitarias hiperlocales y colaboradores, porque en lugar de si tuvieras como un gran programa federal de subvenciones, tendrías que solicitar al gobierno federal o al gobierno estatal. Y, ya sabes, eso tiene un gran sesgo hacia las grandes organizaciones. Aquí es donde básicamente estás poniendo dinero en manos de personas en la comunidad, sin importar cuáles sean sus ingresos. Y entonces la organización local de noticias tiene que levantar la mano y decir, yo, somos valiosos. Esto es lo que estamos haciendo. Todavía quieren hacerlo. Eso no sucederá automáticamente. Pero si pueden convencer a la gente de sus propios vecindarios de que están ofreciendo algo de valor, entonces ese dinero puede ir a ellos y puede suceder hasta el nivel de bloque. Sabes, es como si la gente de esa cuadra que todos van a conseguir conseguir 250 dólares básicamente para destinarlos a los medios locales, podrían ponerlos hacia un sitio hiperlocal. Y, ya sabes, lo mismo con el Newsmatch. Así que es por eso que nos apasionamos mucho de este tipo de enfoques de política de abajo hacia arriba, porque también es una especie de amigable para el futuro. Ya sabes, eso siempre es un problema como esto siempre es un problema con la formulación de políticas, es que la gente tiende a hacer política en torno a los jugadores existentes, en parte porque esas son las personas que contratan a grupos de presión y ellos, ya sabes, se aseguran de que las políticas reflejen, ya sabes, que sean ganadores. Y por lo que desea asegurarse de que su política es amigable para el futuro, que se adaptará junto con el mercado. Así que si dentro de cinco años, resulta que en realidad es la colaboración como la verdadera Filadelfia la que se está transformando, que serán capaces de obtener más y más.

[00:49:26] Tasa.

[00:49:27] ¿Y qué pasa con el papel de las empresas tecnológicas? Sabemos que esa tecnología ha interrumpido el modelo de negocio tradicional que tenemos. Qué, el 80 por ciento de todos los nuevos ingresos publicitarios digitales se destinan a dos códigos postales en California. Y esos son los códigos postales que albergan Google y Facebook. Entonces, ¿qué papel ve que desempeñan las empresas tecnológicas en la solución? Y el plan pide al gobierno, por ejemplo, que dirija a 30 para hacer frente a la afirmación que Google y Facebook han mantenido durante años que no son editores, por lo que por lo tanto no deben ser responsables. Y de la misma manera que las organizaciones de noticias son para lo que se publica en sus sitios de noticias, en sus plataformas.

[00:50:26] Bueno, no nos sumergimos en esa parte, porque son problemas enormes que afectan a las noticias locales con seguridad. Pero muchas otras muchas cosas. La única forma en que afecta más directamente a las noticias locales es como fuente de ingresos para financiar esto. Así que hay propuestas por ahí que para gravar las plataformas digitales de alguna manera y usar el dinero para ayudar a apoyar las noticias locales y, ya sabes, el problema con esas propuestas en el pasado ha sido que no dijo lo que haces con el dinero. Sabes, es lo que va a hacer o va a recaudar el dinero. Y eso es que hay una, ya sabes, dura justicia. Pero si no se gasta de una manera que sea realmente constructiva, solo empeorará las cosas. Así que miraría este plan como esto es lo que podrías hacer con el dinero. Si lo haces, hay otras formas de recaudar el dinero también. Sabes, me gusta la idea de cuando el gobierno subasta fuera del espectro que pertenece al público. Parte de ese dinero podría ir a ayudar a las noticias locales. Pero ciertamente estoy abierto a las ideas de que los remedios de política pública en torno a las plataformas digitales podrían ayudar a financiar algo de esto.

[00:51:42] Así que uno de nuestros oyentes, los espectadores, señala que proporcionar un crédito a las pequeñas empresas es agradable. Pero si las pequeñas empresas no ven resultados, no seguirán haciendo publicidad en la organización local de noticias. Y así y Evans aquí está recomendando que las pequeñas empresas obtengan una mejor oportunidad de competir con Facebook y Google en el lado del anuncio. Y eso significa que eso significa desarrollar y usar las capacidades que muchas de las grandes empresas que cada campaña política en Estados Unidos está haciendo en este momento.

[00:52:22] Están usando Facebook, están usando Google para acceder a las noticias de la gente.

[00:52:32] Por lo tanto, sin duda necesita haber, como sugiere Evan aquí, soluciones que ayuden a asegurarse de que las pequeñas empresas vean los resultados de sus periódicos locales, porque no podemos dejar de cambiar la forma en que la gente consume noticias e información de manera tan diferente ahora. Entonces, ¿qué tecnologías reducen o podrían reducir los gastos generales para ayudar a impulsar las organizaciones de noticias locales? Supongo que tú y yo sabemos que hay muchos esfuerzos financiados ahora, incluyendo un esfuerzo de WordPress. Knight Foundation ha hecho un compromiso de varios millones de dólares para ayudar a los pequeños editores con sus sistemas de gestión de contenido y su centro de ingresos de CRM y noticias está trabajando con muchos puntos de venta para desarrollar realmente esa capacidad de generar ingresos. ¿Cuáles son algunas de las otras soluciones que hay, Steve, que ves esa filantropía, mientras esperamos que esto se mueva en este ambicioso plan que has esbozado, qué formas crees que la filantropía y todos nosotros podemos hacer ahora mismo para apoyar las noticias locales?

[00:54:02] Bueno, ya sabes, pienso más en lo que ya estamos haciendo en términos de cuándo estamos detectando. Hay una gran cantidad de actividades orgánicas maravillosas por ahí. Y cuando lo vemos, ayudar a nutrirlo y financiarlo y mejorarlo es lo correcto porque hay diferentes modelos y comunidades. Y es que si lo miras desde un punto de capital, punto de vista financiero, como la forma en que el capital de riesgo lo vería el mundo, tiene que haber una especie de financiación entreplanta, la financiación de nivel medio que ayude a llegar al siguiente nivel. Es mucho de lo que está haciendo el proyecto de periodismo americano, pero tiene que ser, ya sabes, más, más, más. La otra cosa que diría es que la idea de un fondo de replantación. Uno de los acertijos que viste con la consolidación de los periódicos es que dirían, oh, todos tenemos que seguir fusionándonos, fusionándonos y fusionándonos porque hay economías de escala. Y honestamente, hay algo de verdad en eso. Hay economías de escala. Pero también se convirtió en una excusa después de cierto punto o los beneficios de las economías de escala fueron superados por los negativos de tener una cadena que es propiedad de un fondo de cobertura, digamos. Pero había cierta verdad en la idea de economías de escala. Así que tenemos que tratar de replicar eso para una entidad más pequeña. Así que si, por ejemplo, crearas una gran entidad nueva que ayudara con la replantación, una de las cosas que podrían hacer es crear o crear licencias a partir de las cosas existentes, plataformas tecnológicas que podrían ayudar a todos estos diferentes jugadores a tener éxito sin tener que reinventar la rueda cada vez que comienzan.

[00:55:57] Bueno, muchas gracias, Steve, por acompañarnos. Sólo un par de días después de este anuncio audaz, ambicioso y emocionante, y esperamos unirnos a ustedes en este viaje en todos los presentes en la Fundación Knight y todos los que escuchan para ayudar a fortalecer el periodismo local para que los poderosos rindan cuentas. Gracias. En las próximas semanas, escucharemos a Elizabeth Hansen, que es la autora de un nuevo informe que acaba de ser publicado hoy por el Centro Shorenstein. Y hablaremos de otras soluciones para ayudar a garantizar que tenemos comunidades informadas y comprometidas atendidas por un periodismo local robusto, no partidista e independiente. Gracias, Steve, y gracias por tu compromiso durante tantos años para ayudar a hacerlo bien. Gracias.

[00:56:54] Muchísimas gracias por recibirme.