

Informed & Engaged Ep. 17 - Spanish

[00:01:38] Hola a todos, gracias por unirse a nosotros para el episodio 17 de Informado y Comprometido. Soy Jennifer Preston, la vicepresidenta de periodismo de la Fundación Knight. Y hoy estamos encantados de traerle esta conversación en colaboración con Aspen Digital. Cuando planeamos este evento la semana pasada, no teníamos idea de cuál sería el estado de las elecciones hoy, y de hecho, todavía no lo sabemos.

[00:02:06] Hola a todos. - Gracias, Jennifer. Soy Vivian Schiller. Soy el director ejecutivo de Aspen Digital, que es un programa del Instituto Aspen. Estamos muy contentos de estar haciendo este programa junto con la Fundación Knight. Y estoy tan feliz en este experimento con moderación con mi amiga Jennifer Pessina. Así que independientemente, cuando el escrutinio se detiene y se declara un ganador, hay una cosa que sí sabemos con certeza y que nunca ha habido elecciones como esta, una pandemia furiosa que lleva a registrar a Maylin y a votar anticipadamente y a una nación tan dividida como hemos visto en generaciones. Entonces, la pregunta para nosotros en este momento es ¿cómo responden nuestros ecosistemas vitales de información? Tenemos la suerte de contar con un panel estelar de expertos en los medios de comunicación, las plataformas y su impacto en la democracia estadounidense. Antes de irnos, sólo un poco de limpieza. Así que el plan es Jennifer y yo vamos a pasar los próximos 20 minutos más o menos charlando con nuestros panelistas, pero luego vamos a llegar a sus preguntas en cualquier momento. Empezando ahora mismo. Puedes dejar tus preguntas en el cuestionario de preguntas y respuestas. Si nos estás viendo en Zoom, simplemente déjalo ahí. Llegaremos a ellos más tarde. Si se siente cómodo al hacerlo, por favor agregue su nombre y su afiliación. Es sólo un gran contexto. Así que de nuevo, es la pregunta y respuestas en la parte inferior y llegaremos a sus preguntas en un poco.

[00:03:39] Jennifer, vuelve a ti. Así que presentemos a nuestros huéspedes. Setti Warren es el director ejecutivo del Shorenstein Center on Media Policy and Politics en la Kennedy School de Harvard, y anteriormente sirvió como alcalde de Newton, Massachusetts. Así puede traer una perspectiva muy importante sobre la importancia de las comunidades informadas de Wisconsin. Estamos contentos y encantados de tener a Charlie Sykes, quien fue el anfitrión de un programa de entrevistas conservador en Wisconsin. Ahora es el buen fundador y editor en jefe del sitio web The Bulwark, el Baluarte. Y estamos contentos, tan contentos de que Charlie fuera miembro de la Comisión Caballero, Untrust, Medios de comunicación y democracia. También nos acompaña hoy Joanne Lipman. Joanne Lipman también fue miembro de la Comisión de Caballeros de Fideicomisos, Medios de Comunicación y Democracia, un proyecto del Instituto Aspen. Joanne es periodista y autora, ex editor jefe de USA Today, Conde Nast y Weekend Journal de The Wall Street Journal. También estamos encantados de contar con Kate Klonick, que es profesora asistente de derecho en la Universidad St. John's de Nueva York y una reconocida experta en plataformas de Internet y su contenido en su contexto, moderación, contenido, moderación, políticas, lo cual es tan importante ahora ya que tantas personas como todos estamos luchando contra el difusión de desinformación y desinformación.

[00:05:18] Bien, bienvenidos, todos, a comenzar. Vamos a pedir a cada uno de nuestros panelistas que nos hablen ampliamente a través de la lente de su propia experiencia y su propia experiencia. Lo que está yendo bien y lo que está yendo mal en este momento con respecto a nuestros ecosistemas de información. Y vamos a empezar con Joanne. Joanne, ¿qué está yendo bien y qué está yendo mal? - Gracias, Vivien.

[00:05:43] Gracias, Jennifer. Sí, voy a hablar específicamente sobre los medios de comunicación. Nos vamos a centrar en eso. Antes que nada, hablemos de lo que tienen bien. Lo cual es y esto es grande, predicando paciencia. Esto es algo que todos hemos estado acostumbrados a obtener las respuestas en la noche de elecciones o poco después. Los medios han sido, creo, bastante buenos diciendo que no vamos a saber los resultados de la noche de elecciones. Esto no es un defecto en el sistema. Esta es una característica del sistema y que el recuento continuará. Así que creo que ha estado bien. Hay un par de otras ventajas. Creo que los medios de comunicación han sido muy buenos al no llamar a las carreras prematuramente. Le doy una propina, especialmente a Fox, que ha estado bajo mucha presión del presidente. También creo que ha hecho un buen trabajo en general de llamar o. Correcto. Trump se jacta inexacta de ganar sus quejas sobre fraude, ahora, en general, las redes sociales obtienen calificaciones bajas, estoy seguro de que oiremos mucho más sobre eso. Pero quiero darle algunos accesorios a Twitter. En realidad creo que Twitter ha hecho un buen trabajo al identificar y etiquetar afirmaciones falsas y ralentizar la difusión de parte de la información errónea. Desafortunadamente, tengo que decir que la lista de lo que los medios de comunicación se han equivocado es un poco más larga. Voy a pasar por él rápidamente. Creo que el mayor problema aquí, francamente, es una completa y total falta de comprensión del votante de Trump. Los medios de comunicación se centran una y otra vez en la política del miedo y la ira, en la misoginia, en el racismo. Pero todo eso es lamentablemente cierto. Pero lo que nos falta aquí es entender cómo los partidarios de Trump realmente experimentan su propio movimiento, que es muy diferente. Ellos están experimentando esto como un positivo, como celebración, no como un negativo. Derecha. Se están viendo a sí mismos. Somos patriotas, estamos orgullosos, somos cohesivos. Tenemos espíritu de equipo. Tenemos estos grandes desfiles y caravanas de coches. Y tenemos un montón de. Así que lo están viendo como un positivo. Y en una nota relacionada, también hay un verdadero malentendido en los medios de comunicación del voto latino, que hemos visto, que tiende a ser retratado como algo uniforme y monolítico, cuando en realidad es algo menos. Y luego muy rápidamente, voy a marcar algunos de los otros. Hemos estado y tú, Vivian, has estado a la vanguardia de este continuo. Así que tenemos que entender que los medios de comunicación proyectan ganadores. No declara ganadores. Todavía hay confusión en ese frente y todavía lo veo en incluso el AP todavía dice que declara resultados. He visto esto en The New York Times, Slate, USA Today, otras publicaciones importantes en las que se están equivocando en la descripción. Otro punto, las encuestas obviamente engañosas. Estoy seguro de que eso surgirá en nuestra conversación de hoy. Pero quiero referirme más allá de que las encuestas estén equivocadas, el punto relacionado aquí, que creo que es realmente importante, es que la otra parte de esto es que las encuestas juegan en este periodismo realmente, creo, dañino de las carreras de caballos. Hemos visto esto durante cuatro años. Es sólo interminable conversación particular por cable que está mirando a esta carrera de caballos. Eso realmente no es útil. No arroja luz y exagera porque se alimentan de toda esta información de la encuesta. Así que exageramos el significado de la encuesta sin proporcionar información útil. Y en una nota relacionada con eso está el periodismo editado por Twitter. Twitter se ha convertido en un canal holgado gigante para todos los periodistas. Y es casi como si todo el mundo estuviera en esta burbuja juntos y hablando unos con otros y amplificándose unos a otros y a menudo sobre puntos y temas que realmente no tienen relación o relevancia para el público más amplio a quien se supone que están sirviendo. Y finalmente, terminaré con el tema de la desinformación, que volveré a discutir. Todavía no hemos descubierto cómo combatir eficazmente la desinformación y al mismo tiempo no caer en esta trampa de permitirnos ser pintados como enemigos del pueblo y permitirnos adoptar esa mentalidad, que creo que es bastante peligrosa si los medios empiezan a asumir el papel de la oposición, la oposición,

y para interiorizarlo, creo que es una posición muy, muy difícil de tomar en ese entonces para tratar de recuperar la confianza de nuestro público.

[00:10:28] Bueno, Joanne, cada punto que hiciste, podría ser el tema. Cada uno podría ser objeto de una conferencia de día completo. Hay mucho que desempacar allí y mucho que seguir allí. Y particularmente estoy haciendo esta nota por mí mismo. Interesante. Hablar más sobre las encuestas por un lado. Sí. La política de carreras de caballos es un problema. Por otro lado, la comprensión del votante, lo que obviamente no sucedió muy bien. Este ciclo es tan importante para entender el país. Charlie regresó a ti ahora. ¿Qué salió bien? ¿Qué salió mal desde donde estás sentado?

[00:10:59] Bueno, voy a tomar un poco yendo a la derecha y yendo bien, un poco más amplio lente que sólo el video, la elección aquí. Recuerdo que hace tres o cuatro años después de las elecciones diciendo que todo lo que está pasando con desinformación, la desinformación va a empeorar. No tenía idea de que en realidad ha ido mucho peor de lo que pensaba. Estamos haciendo una prueba de estrés ahora mismo en todos estos temas, tanto el coronavirus, la pandemia y las elecciones. Y tengo que decir que no soy optimista al respecto. Sí. Todo lo que estoy de acuerdo con todo lo que Joanne dijo sobre la forma en que los medios lo manejaron y todo, pero la inundación de desinformación y desinformación ha aumentado exponencialmente. Y no estamos más cerca de encontrar ningún tipo de solución para esto. Recuerdo justo después de las elecciones, Garry Kasparov, que es el ex campeón mundial de ajedrez, disidente ruso. Tenía un gran tuit. Dijo: «El objetivo de la propaganda moderna no es sólo desinformar o empujar una agenda, es agotar su pensamiento crítico, aniquilar la verdad. Y estaba canalizando a Hannah Arends, hablando también del mismo fenómeno, y creo que hemos vivido eso en los últimos años y estamos en medio de eso ahora mismo. Quiero decir, este es el estrés, las guerras, las pandemias y las elecciones son tiempos terribles para la verdad o ser capaz de averiguar lo que es verdad. Y supongo que el problema es, es que si abres Twitter o abres redes sociales o abres YouTube, vas a conseguir una obtendrás una inundación de información. Y gran parte de ella no tiene ninguna relación con la realidad en absoluto. Y en términos de atacar tu habilidad de pensamiento crítico, la frase que he escuchado más a menudo a lo largo de esta campaña es que no sé a quién creer. ¿En qué confiamos? El fracaso de las encuestas sólo va a hacer que eso sea mucho mejor en términos de pandemia, ¿a qué expertos presta atención? ¿Qué rumores, qué historias hacen? Y esto es un problema de vida o muerte. Quiero decir, una cosa es tener mucha desinformación y desinformación en la campaña política, pero hemos visto que la movilización tribal de la respuesta a la pandemia y alimentada por una inundación absoluta de desinformación. Por lo tanto, ya sabes, hay una gran diferencia entre querer obtener información que sea verdadera y precisa. Y uno por un lado, y luego queriendo obtener fama, obtener información, querer creer la información que ves porque es conveniente para ti. Y luego hay gente que, francamente, no le importa si es verdad o no, siempre y cuando ayude a su tribu o a su equipo. Y esto es lo que más me molesta. Hay tantas cosas ahí fuera. La gente no sabe qué creer, a quién creer. El ataque a la expertiza el ataque al periodismo convencional hasta el punto de Joanne sobre el peligro de convertirse en oposición. No sé cuál es la respuesta a esto. Quiero decir, hemos hablado de esto y pensado en esto desde hace años. Y francamente, estoy más confundido de lo que estaba cuando lo empezamos, porque si hay personas que mienten crónicamente, mienten y que prosperan en un mundo de desinformación y eso se ha normalizado, ¿cómo se supone que respondan los periodistas? Así que tenemos este extraño momento en el que estamos viviendo donde creo que es en el mejor de los tiempos y en el peor de los tiempos que hemos tenido el mejor periodismo de mi vida en los últimos años. Lees algunas de las cosas que se están haciendo en The Washington

Post, en The New York Times e incluso en The Wall Street Journal. Estos son este es un período increíble para el periodismo. Y sin embargo, también estamos viviendo en un momento en que hay cuarenta y cinco por ciento de los estadounidenses que no creerán nada de lo que lean o escuchen de esas fuentes y viven en un universo completamente diferente, siendo parte del problema de entender cómo otros votantes, qué piensan, qué les importa es que viven en una realidad alternativa completa, narrativas completamente diferentes. Y no sabemos cómo ir por todos esos agujeros de conejo y arreglarlo. Quiero decir, no es sólo Fox News. No son sólo unos pocos sitios web. Es un ecosistema entero, un ecosistema alternativo que está creciendo exponencialmente. Y quiero decir, el mejor filtro que podríamos tener no es algo en Twitter que te advierta que algo podría no ser cierto. Son las personas que quieren obtener información precisa. Y creo que todo eso está roto. Ojalá pudiera ser más optimista. Creo que el reto para los medios de comunicación y para reconstruir la confianza es cada vez mayor. Y espero que espero que sea la persona más oscura aquí. Espero que nadie tenga más pesimista. Espero que haya más optimismo y haya ideas más constructivas aquí. Pero te diré que empecé la mañana recibiendo una llamada de mi hija en Francia y ella estaba diciendo, estoy recibiendo todos estos correos electrónicos y estos mensajes de mis amigos franceses sobre el fraude electoral en el estado de Wisconsin y lo que está pasando allí. Y tenía que decirle que esto es B.S. Es una desinformación. Es desinformación. Eso es en primer lugar, se basa en malentendidos, informes falsos. Se está amplificando por un número de medios de comunicación. Eso no debería ser. Pero cuando estás sentado aquí y hay gente en todo el mundo que va, ¿qué es verdad? ¿Qué está pasando? Se siente como si fuera una pandemia de B.S. y diré B.S. en lugar de cualquier otra cosa. Lo siento, esa fue una respuesta más larga.

[00:16:30] Pero era tan importante en este tema de la confianza y en la noción que esos dos universos alternativos, uno de ellos basado en hechos basados en evidencia y el otro no tanto, son realmente, muy importantes. Di que me voy a recurrir a ti. Pero también quiero recordarle a cualquiera que esté viendo si usted es parte de nuestro zoom que haga clic en las preguntas y respuestas y agregue sus preguntas, que van a estar llegando y un poco, por favor agregue su nombre y su afiliación si se siente cómodo haciéndolo. Volvamos a dirigirnos a ustedes, y estoy seguro de que tienen otros en sus observaciones sobre estos temas de fideicomisos y estos tipos de comunidades de realidad en conflicto.

[00:17:13] Bueno, gracias por invitarme. Esa es una forma de entregar la batuta, Charlie. Desafortunadamente, voy a construir a partir de las observaciones de Charlie y Joanne. Tengo dos observaciones específicas, pero miro esto a través de la lente de un ex funcionario electo local y alcalde como alguien que ha trabajado en el centro de administración de la Casa Blanca Clinton en el Senado de Estados Unidos. Si no tenemos un ecosistema saludable de información, no podemos gobernar. No podemos realmente tomar decisiones en nombre de los electores que representan esos funcionarios electos. Así que estamos en peligro real, no sólo ellos en lo que respecta a la seguridad pública y a la gente siendo engañada en torno a las papeletas donde estamos realmente en peligro de ser capaces de funcionar como una democracia gobernante a todos los niveles, a todos los niveles. Así que dos observaciones. Quiero empezar con uno positivo, que fue la historia de Hunter Biden. Como recordamos, The New York Post publicó una historia sobre Hunter, Biden y la familia Biden. Y tradicionalmente, muchos de los principales medios de comunicación se sentirían obligados a hacer algo al respecto porque, ya sabes, una publicación importante publicada. Hablan del vicepresidente y de su hijo. Bueno, eso no sucedió. Los principales medios de comunicación decidieron que no iban a correr con la historia. No tenían la documentación apropiada para reportarlo, así que no

lo hicieron. Pensé que esta era una decisión positiva importante. Tengo la esperanza de que esa tendencia continúe. Y así que quise señalar eso. La segunda pieza que quería señalar, que se remonta a las plataformas, es la moderación de contenido. Hay un fantástico artículo de una mujer llamada Emily Dreyfus que trabaja en el Shorenstein Center con el Technology and Social Change Project, quien publicó hoy un artículo de opinión en The New York Times. Y los animo a todos a leer. Ella pasa por desinformación, desinformación, campaña contra la familia Biden, que se remonta a un año, muy deliberada en varias plataformas, incluyendo Twitter. Creo que está publicado en el chat ahora. Hizo un excelente trabajo y segmentó cómo se difundió esa información. Estoy de acuerdo con Joanne. Sí, Twitter hizo un intento de retroceder eso y detener la propagación. Eso fue un plus. Sin embargo, creo que la otra pieza se hizo responsable de todas las plataformas es de dos a uno uniformemente realmente puso una fuerte moderación de contenido en su lugar porque es peligroso si no lo hacemos. Quiero decir, tanto Charlie como Joanne describen muchas situaciones diferentes en las que, ya sabes, esta información se divulga. Eso significa la vida de las personas. Ha habido informes de, por ejemplo, desinformación dirigida a la comunidad negra, información engañosa sobre información médica y comunidad negra. Así que esto es vida y muerte, también seguridad pública. La segunda pieza es que creo que tienen la responsabilidad de ser transparentes sobre cómo están haciendo moderación de contenido. ¿Por qué creo que esto es importante? Y creemos que esto es importante. Si la gente no entiende cómo lo está haciendo, puede promover teorías conspirativas adicionales sobre por qué lo están haciendo, cómo lo están haciendo. ¿Son sesgados? ¿Están ejecutando una campaña contra Trump? Así que creo que esa es la segunda pieza que creo que será de vital importancia para avanzar.

[00:21:03] Gracias, City, y eso es una transición perfecta en nuestra conversación con Kate, porque Kate es uno de los mejores expertos del país en las plataformas de Internet y la moderación de contenido. ¿Cómo crees que las plataformas funcionaron durante esta elección, durante este momento trascendental?

[00:21:26] Sí, así que voy a contrarrestar la pérdida y la penumbra de Charlie. Tomaré la posición ligeramente más soleada que me impresionó como alguien que ha seguido a estas empresas durante los últimos seis años por dentro y por fuera, que está muy, muy familiarizado no sólo con las reglas que utilizan para moderar el contenido, sino también con cómo esa política cambia de presión interna y externa y realmente los procesos que se establecen para asegurarse de que esas normas se aplican. Así que empezamos con el hecho de que, al igual que Donald Trump, a todos los efectos, básicamente difundió sus planes como algún tipo de villano en una película declarando con anticipación todo lo que iba a hacer, como dos para molestar con los resultados de las elecciones, algo así como seguirlo. Y por eso, tenías Twitter y Facebook en particular. Y llegaremos a lo que pasó con Google y YouTube en un segundo. Pero usted tenía Twitter y Facebook en particular, hacer algo bastante robusto, muy adaptado, respuesta muy rápida, moderación. Tan pronto como el presidente tuiteó ciertos tipos de cosas, que fueron palabras de primera clase fueron predecidas por el propio presidente antes de que las elecciones comenzaran incluso. Así que en realidad hicieron un gran trabajo. Y lo hicieron de una manera que fue realmente interesante. No se trataba solo de eliminar material nocivo. También hicieron ciertas cosas como poner etiquetas en áreas de búsqueda o áreas de alto tráfico que recordaban a los votantes de la misma manera que los medios hacían que los resultados no llegarían pronto, que la gente era que todavía se contaban las papeletas, que no debían confiar en todo lo que eran ver. Y así, además de eso, estás viendo un desarrollo en y en su lugar dijo que necesitamos una moderación de contenido realmente robusta. Y eso ha sido una lucha durante años. Pero probablemente sea la más fuerte con estas tres

compañías de cualquiera en el mundo. Y la diferencia que sucedió aquí es que realmente estás viendo finalmente por fin y digo finalmente, porque realmente significa que la gente ha estado llamando por esto durante los últimos 15 años, un desarrollo de tonos de gris y cómo la gente está haciendo contenido. La moderación no solo elimina. Y no es solo mantener las cosas. Es agregar contenido a contenido problemático para que las personas puedan encontrar la respuesta correcta. Podemos tener una democracia sana y saludable en el sentido de que la gente puede ir a buscar y tener las herramientas para saber en cuestión qué es lo que está leyendo. Y luego también están haciendo algo que no es solo derribar las cosas, no solo quitar algo de la conversación, porque a veces hay que ver contenido malo para tener una conversación saludable al respecto. Pero están colocando intersticios en su lugar, los intersticiales son como contenido difuso que básicamente te permiten decidir selectivamente que vas a hacer clic y leer algo. Pero tal vez con el conocimiento de que contiene material violento, que contiene noticias falsas, que contiene algo como discurso de odio. Esto es todos estos son realmente grandes desarrollos. Y los vimos a todos en exhibición el día de las elecciones y el día siguiente no es tan cierto con lo que YouTube decidió hacer.

[00:24:38] Así que YouTube realmente tenía como un pequeño enlace en la parte inferior de todos los resultados electorales diciendo como si los resultados electorales no son definitivos. Haga clic aquí para obtener más información.

[00:24:50] Y como, la gente hizo clic en ese botón y luego salir, que los llevó a una búsqueda fuera de YouTube que estaba en Google, como en otra como una ventana completamente diferente. Es algo muy diferente dar a la gente una franca, ligeramente, pero necesaria comprensión paternalista de por qué el contenido no es exactamente cierto, lo que deberían cuestionar específicamente, y hacer ese trabajo para la gente de la misma manera que el periodismo lo ha hecho durante siglos y darle a la gente sólo otro tipo de firehose de información como usted hace lo que como YouTube hizo, que era básicamente como aquí es que aquí es como aquí hay una búsqueda en Google en las elecciones veinte y veinte. Eso no ayudará necesariamente a nadie a decidir si los tuits del presidente o el presidente o cualquiera de los ayudantes del presidente en la televisión están diciendo lo correcto. Así que todo esto dicho, asegurándome de tener todo lo que pensé que pensé que básicamente esto era un espectáculo muy fuerte desde las plataformas. Por supuesto, va a haber desinformación que es la que está fluyendo. Creo que lo que va a pasar es que ahora hemos tenido este evento de muy alto perfil para el que se prepararon increíblemente, que no vamos a tener como entonces estamos como, esto no es sostenible para las plataformas a largo plazo, este tipo de calidad de información que probablemente tenga gente siguiendo cuentas específicas que son de alto perfil y que pueden tuitear ciertas cosas y simplemente no pueden hacer esto a escala.

[00:26:20] Pero creo que, como, nos da una sensación de como el mejor escenario reflexivo posible en. Pequeño ajuste de prueba de lo que son capaces las plataformas y de lo que funciona y lo que no, para que podamos empezar a desarrollar mejores prácticas en el futuro.

[00:26:36] Y yo sólo en este sentido muy estrecho, creo que lo que pasó el martes y el miércoles fue bastante bueno para cuatro políticas de plataforma.

[00:26:47] Quiero simplemente tirar de ese hilo de la última parte que estabas diciendo sobre lo que esto dice, sobre cómo funcionará la moderación de contenido en el futuro. Ahora, por supuesto, todavía estamos en esta situación muy difícil. Siempre hay algunas

preguntas acerca de la desinformación, desinformación en las plataformas en este momento, por supuesto, pero.

[00:27:06] ¿ Es esto que quiero decir, es esta la rotura de la presa, usted dice que va a ser difícil mantener este nivel de vigilancia a escala, pero es usted cree que vamos a ver? ¿Crees que veremos Twitter?

[00:27:22] Tal vez YouTube conseguirá con el programa, Facebook manteniendo este nivel de escrutinio o lo ves deslizándose hacia atrás? ¿Eres optimista o pesimista acerca de dónde vamos?

[00:27:33] Yo bueno, creo que va a realmente es como que realmente depende. La elección de Estados Unidos fue una especie de evento que, como el mundo, por desgracia para el mundo, todo el mundo estaba esperando. Me siento mal por todos los demás que fueron arrastrados a través de nuestra elección. Pero hay un creo que esto es así que pusieron mucho esfuerzo en esto. Y este fue un momento muy, muy grande. Pero me encantaría que este nivel de escrutinio ocurriera, dondequiera que hubiera elecciones nacionales en todo el mundo, y que esto fuera una especie de mejores prácticas y nivel de esfuerzo entrara en ese tipo de cosas como un comienzo. Derecha. Como un muy, muy mal comienzo. Desafortunadamente, como muchos eventos no son no son mucho más orgánicos que como las elecciones donde se puede planificar con anticipación para qué avance? Por lo que va a pasar. O, ya sabes, puedes poner puedes poner todo un conjunto de obras de teatro en lugar de esto sucede allí. Y vamos a acabar con esto o seguir con esto. Sólo creo que, al menos, si mantenemos este tipo de escrutinio para las elecciones que se están celebrando dondequiera que estén, sería un comienzo maravilloso. Y luego, a partir de ahí, empieza a entender realmente qué es lo que la gente quiere de las plataformas, ya sea como este tipo de guía de manos pesadas, manos pesadas sobre noticias falsas y todo lo demás que creo que hacen, la gente lo hace. Y o cómo marcar eso para eventos más orgánicos que aparecen en términos de cómo Facebook o Twitter o YouTube decide implementar mecanismos de moderación de contenido en reacción a ellos.

[00:29:14] Gracias. ¿ Podría hacer una pregunta aquí, porque tengo sentimientos muy mezclados sobre esto y no ves que su punto sobre el manejo de la historia de Biden es realmente fascinante porque realmente fue un gran momento.

[00:29:25] Me alegro de que lo hicieras. Pero supongo que tengo sentimientos muy mezclados sobre esto. Así que quería tener una idea de Kate acerca de esta respuesta robusta. Twitter decidió que sólo iba a bloquear The New York Post. Sólo iba a bloquear toda la historia. Y eso planteó toda la cuestión de la censura. Así que gran parte del debate que se centró después no fue sólo en, ¿es Biden un mal tipo o no? Es como, OK, ¿son las plataformas ahora el Gran Hermano? ¿Y así que hubo un montón de retroceso que fue esa la decisión correcta? Tengo sentimientos encontrados al respecto.

[00:30:03] En mi opinión, como experto, sé que no creo que fuera lo correcto. No creo que haya sido el movimiento correcto. Es decir, no creo que hayan revertido la decisión. Así que sólo para. Bien, bien. Las personas que solo iba a decir que fueron a la configuración apuntan a su punto, más bien como creo que este es todo el problema con algo que como creo que dónde y digo esto una y otra vez, pero como estamos en un período de ajuste normal de tratar de entender qué es lo que queremos de estas plataformas y lo que queremos que sean. Lo que quiero decir es que he estado haciendo esto durante seis años. Probablemente escuché cuatro docenas de analogías de

plataformas son servicios públicos. Las plataformas no lo son. Las plataformas son como las empresas de medios. Las plataformas son, ya sabes, como las plataformas mols son, ya sabes, así que es como si hubiera todas estas analogías. No entendemos cuál es el área. Y lo que es genial de que algo vaya bien es que es una señal muy fuerte en estas elecciones. Es como, OK, eso fue en realidad como un trabajo decente. Como si pudiéramos recrear eso. Y eso da a las plataformas y a nosotros mismos algo así como, bueno, esto es lo que son capaces de hacer y esto es lo que podemos esperar de eso y podemos mantenerlos en esto. Pensé que The New York Post era una decisión terrible porque creo que hizo esta cosa de meterse en los zapatos de otros periodistas y periodismo y verificar los hechos a los periodistas. Y podrían, de nuevo, poner intersticios en él, hacer cualquier tipo de otra cosa. Pero al igual que quitar la publicación o bloquear la publicación o difundir me pareció increíblemente problemático por muchas razones.

[00:31:39] Bueno, porque hago lo siento por seguir hablando aquí, pero yo, también pienso ir al punto de Joanne antes, la decisión de otros grandes medios tradicionales de no seguirlo, no hacer lo del correo electrónico de Hillary, el hecho de que todos los demás miraron eso y nos vamos no vamos a ser una cámara de eco. Eso fue, creo, incluso más importante que lo que pasó en Twitter. Así que cuanto más grande es la controversia de Twitter, pero el hecho de que el Times, el Post, otros periódicos no siguieron, The Wall Street Journal básicamente lo desacreditó. Pero quiero decir, realmente es que creo que va a ser uno de los casos de estudio y ningún gran impulso por la desinformación que no funcionó como modelo. Así que no son solo las plataformas, sino también los medios decididos a ser responsables.

[00:32:27] Pensé que era el trabajo de los medios hacer eso, por cierto, no la plataforma, ¿verdad? Esa es mi pregunta.

[00:32:33] Y al mismo tiempo, hay preocupación. Por ejemplo, señaló la Madre Jones, reportaron que sus historias, que sus reportajes estaban siendo rebajados en búsqueda en respuesta a la presión reportada de los conservadores que sentían que estaban siendo censurados. Así que toda esta pregunta sobre el contenido, la moderación, la censura, la libertad de expresión no fue abordada adecuadamente en esta elección y ciertamente necesita ser abordada si vamos a tener comunidades informadas.

[00:33:17] Así que sólo avanza y Joanne, vamos a empezar contigo.

[00:33:23] ¿Qué hacen los medios de comunicación, qué hacen los periodistas después de que todos toman unas merecidas vacaciones en esta elección, qué podrían hacer para ayudar a reconstruir la confianza y la información precisa? Porque todos sabemos que una de las mejores maneras de luchar contra la desinformación y la desinformación es entregar noticias e información fidedignos y fidedignos.

[00:33:50] Sí, creo que, en realidad, Jennifer, hay como estábamos discutiendo, creo que hay una lección positiva que aprender de esta elección, que es que los principales medios de comunicación dejen de darle oxígeno a las tonterías, dejen de permitir que Trump y en algún sentido, Fox News establezca la agenda de las noticias y gaste toda su luchando contra la desinformación procedente de Trump o que ven venir de Fox News u otros en ese mundo. Y hemos visto que funciona. Lo vimos con la historia de Hunter Biden. Pensé que era un modelo de cómo los periodistas pueden manejar esto, que es decir que no saltaron en esta historia, pero dijeron que era algo así como, ¿por qué estás viendo esto? ¿Por qué estás oyendo esto? Aquí está la historia de fondo. Y hay, por cierto, estamos nosotros es por eso que lo estás escuchando. Esto es rastrea esa dirección,

desinformación, etc. Y luego la otra cosa es que en términos de las plataformas que hemos visto, creo que el experimento de Twitter con las elecciones, creo que ha ido bastante bien. Y muestra no solo lo que puedes hacer, sino también que eres capaz de hacerlo. Hemos oído de las plataformas a lo largo de los años que hay demasiada inundación. No podemos hacer esto. Es imposible. Y estamos viendo que esto está en el reino de lo posible. Así que creo que los medios de comunicación, sin embargo, lo primero más importante es no dar oxígeno a las tonterías. Apegarse a entender realmente, establecer la agenda de las noticias, que es cuál ha sido su papel, es decir lo que está pasando en el mundo y no ser golpeado de ida y vuelta. Y creo que eso ayudaría considerablemente. Yo también creo, sin embargo, que tenemos que ser muy conscientes. Hay un poco de una guerra generacional con un montón de redacciones ahora entre la gente de la vieja escuela que se le ocurrió que queremos ser imparciales. Queremos asegurarnos de que lo que ahora ha sido atacado como turismo de ambos lados. Y creo que muy a menudo el periodismo justo está siendo atacado como turismo de ambos lados. En otras palabras, cuando usted va tras sólo los hechos, muy a menudo tiene en particular entre los periodistas más jóvenes diciendo, pero espera un segundo, esto es mentira, esto es blasfemia. Esto es horrible. Y tenemos que llamarlo por lo que es. Y creo que eso puede llevarnos por mal camino. Así que creo que tenemos que ser muy cuidadosos acerca de cómo posicionamos las historias, la cantidad de oxígeno que damos las historias, en qué elegimos enfocarnos y en la impresión antigua, que sorprendentemente todavía tiene mucha moneda por ahí, tenemos que tener mucho cuidado acerca de dónde colocamos las historias y cómo priorizamos las historias para señal de lo que es nuestro juicio de noticias. Y supongo que todo se reduce a, por cierto, sólo juicio de noticias, buen juicio anticuado en lugar de permitir que otros establezcan la agenda de noticias para ti y Charlie.

[00:36:57] Es uno de los fundadores del baluarte y tu compromiso de entregar informes precisos que no estén impulsados por una agenda partizana. ¿Qué hoja de ruta da a los periodistas para ayudar a los periodistas a avanzar?

[00:37:14] Bueno, en primer lugar, somos mucho una revista de opinión. Tenemos una parte muy pública del punto de vista. Intentamos no ser tribales al respecto. Pero, ya sabes, el consejo que siempre doy a la gente, que no es original, no es nuevo. Es tan viejo como el periodismo. Por favor, la gente lo hace bien. No hay nada que haga más para erosionar la verdad que el periodismo descuidado y los errores porque esos errores son instantáneamente armados. Sabes, especialmente cuando tienes este ambiente en el que vivimos donde has salido de la Casa Blanca refiriéndose a los periodistas como enemigos del pueblo. Y todas son noticias falsas. Cualquier error, cualquier error, que es humano, es se multiplica. Es exponencialmente más dañino. Así que esto es otra vez, yo pensaría que esto es obvio, pero creo que en el hecho de que tenemos estos microciclos de noticias ahora, ni siquiera sé si tenemos ciclos de noticias más, Joanne. Digo, dijimos que es como si cada cinco minutos fuera la bestia de Internet. Y tienes a todas estas personas que compiten por los globos oculares y los clics. Pero hay tantas cosas malas que hacen que sea muy, muy fácil desacreditar al periodismo. Así que me gustaría que hubiera alguna manera de que pudiéramos hacer un mejor trabajo diciendo, mira, aquí hay medios de comunicación basados en hechos reales y creíbles que les prestan atención. Pero la parte del problema es que todo se aplana. Todo aparece en la pantalla. Y realmente quiero a Kate. Para tener razón sobre esto y quiero que me equivoque sobre esto, realmente lo hago, y creo que probablemente lo esté. Supongo que mi preocupación es que algunas de las cosas que han hecho me parecen como el dedo en la presa y la presa está a punto de romperse aquí. Pero creo que si tuviera un consejo a los medios de comunicación más tradicionales, es realmente a los mercados que usted es un

tipo diferente de medios, ser lo más transparente posible. Por qué hacemos lo que hacemos, cuáles son nuestros estándares, cómo se ve la comprobación de hechos, y decir que si estás tratando de averiguar a quién escuchas, ¿a quién crees? Bueno, esto es lo que hacemos, y es por eso que creemos que deberías creernos. Pero, por favor, la gente lo hace bien.

[00:39:38] Me encanta eso, Charlie. Entenderlo bien. Este es Bob Dylan dijo, si no está bien, está mal. Tan y solo quería saber, Charlie, que tú y Joanne y otros miembros de la Comisión de Confianza, Medios y Democracia de Knight insistieron en tus recomendaciones de que la transparencia radical, la transparencia radical y la precisión son nuestra ciudad clave. Mirando hacia el futuro, ¿cuál crees que debe ser la hoja de ruta?

[00:40:11] Bueno, voy a hablar ampliamente sobre un par de temas, y luego voy a hacer referencia a algún trabajo en el Centro Shorenstein que estamos haciendo en torno a esta misma cuestión de la salud del ecosistema de la información. Permítanme comenzar con algunos de los trabajos que estamos haciendo que creemos que son importantes. Sabes, esto fue tocado por todos nosotros con respecto a la historia del New York Post en la cobertura de Hunter Biden, que fue muy, muy bueno. Muchas veces las redacciones y los periodistas se enfrentan a algunas de estas decisiones que no son tan prominentes, que en realidad no son tan claras una vez que cavas un poco. Así que una parte de esto es realmente tener el liderazgo en las salas de redacción entender cómo funciona la manipulación de los medios. Hay muchos actores por ahí que intentan utilizar los medios de comunicación para amplificar su mensaje. Así que una de las cosas de las que estamos muy contentos, y sé que esto se acaba de anunciar que estamos felices de obtener apoyo del MIT, es convocar a algunos de esos líderes en las salas de redacción para involucrarlos realmente en torno a cómo funciona la manipulación de los medios, cómo evitarlo en sus organizaciones. Así que nos complace que el proyecto Technology and Social Change, dirigido por Joe Donovan, esté trabajando en eso. Segundo, si no estás en nuestra convocatoria así, tenemos un recurso en línea. El equipo de tecnología y cambio social ha creado un libro de casos de manipulación de medios que están construyendo a lo largo del tiempo para que puedas ver los diversos casos, entender cómo los medios manipulados por los medios de comunicación fueron manipulados por varios actores. Y creo que estará en el chat. Así que puedes echar un vistazo a eso en el lado positivo y alejarte de la defensa. Pero el lado ofensivo, muchas veces los periodistas, particularmente en redacciones de tamaño mediano, no el New York Times, Washington Post, realmente no tienen los recursos para analizar e informar sobre investigaciones realmente complejas en torno a la ciencia, la salud, la medicina. Así que una de las cosas que tenemos un recurso disponible es un recurso periodista en el Centro Shorenstein. Estamos en contacto con miles de formuladores de políticas públicas y redacciones para proveer eso. Hemos hecho mucho trabajo en torno a covid-19 y salud. Hemos trabajado mucho en torno a los problemas raciales en el país y cavando, comprendiendo y antirracismo y racismo sistémico. Y esa es otra pieza que creo que es importante para otras dimensiones más amplias que quiero hacer. Uno es que realmente tenemos que trabajar en este colapso de las noticias locales. Este es un problema muy, muy grave en nuestro país. Como todos sabemos, no tengo que revisar todos los números de datos. Es sólo que ha sido un colapso en la última década y Covid-19 está acelerando eso. Y los resultados son a través de estudios. Nos hemos vuelto más partizan como país porque no tenemos noticias locales. La gente se está convirtiendo en noticias nacionales a nivel local porque sus noticias locales están desapareciendo. Ahora vemos que la corrupción se está denunciando a nivel local, la transparencia y las decisiones gubernamentales que se están tomando y continúa. Pero creo que trabajar en

esta cuestión de noticias locales y cómo la gente lo consigue, no solo enfocarse en los periódicos, sino en las buenas noticias locales y cómo la gente las consigue. Y luego, por último, hay una verdadera responsabilidad por eso, creo, que son políticos públicos y políticos de los que no hemos hablado. Hay una oportunidad a nivel local, no necesariamente a nivel nacional, sino a nivel local para que los líderes electos locales reinventen la forma en que se comunican en sus comunidades. En este momento, hay una especie de comunicación unidireccional, principalmente gente que expone lo que está pasando en la ciudad, lo que está sucediendo en la ciudad. Creo que necesitamos llegar a un lugar para los funcionarios electos locales donde tengan una mejor comprensión de la desinformación, la desinformación, cómo adelantarse a historias que pueden no ser ciertas en su propia comunidad, que podrían poner en peligro varios proyectos, decisiones que las comunidades tienen que tomar y tal vez incluso ponen en peligro la seguridad pública. Así que creo que las comunidades necesitan reinventar cómo piensan acerca de las comunicaciones a nivel local y entender el espacio en el que estamos avanzando. - Gracias, Betty.

[00:44:52] Creo que hay una serie de preguntas sobre el periodismo local y la importancia de llenar esos desiertos críticos de noticias, pero ahora vamos a hacer preguntas. Aún puede responder a sus preguntas en las preguntas y respuestas. Por favor, indique su nombre si se siente cómodo al hacerlo. Voy a plantear la primera pregunta aquí de Mark Newton, que es profesor de periodismo y medios de comunicación. Gracias, Mark. - Voy a dirigir esto a Joanne. Hemos estado hablando de esto antes. Hago la pregunta, diré que hemos estado hablando sobre todo de la responsabilidad de los medios de comunicación. Mark pregunta acerca de la rendición de cuentas de la audiencia. ¿Qué nivel de alfabetización mediática debemos esperar de los ciudadanos? ¿Deberían las escuelas enseñar alfabetización mediática como otras alfabetizaciones que hemos considerado esenciales para funcionar en una sociedad, en una república democrática? ¿Qué papel tienen el periodismo, los medios de comunicación y la gran tecnología en promover la alfabetización mediática y ayudar a enseñar a su público al público?

[00:45:44] En primer lugar, gracias, Mark, por esa pregunta. Esto es tan importante y esto es algo que calienta mi corazón y el de Jennifer y Charlie con seguridad, porque esta fue una de nuestras principales recomendaciones de la Comisión de Caballeros fue para la alfabetización mediática. Y tuvimos un montón de discusiones sobre esto. Y creo que hubo un consenso real en cuanto a que necesitamos comenzar la alfabetización en las escuelas y tenemos que iniciarla a una edad muy temprana. Quiero decir, los estudiantes están en Internet.

[00:46:11] Están recibiendo mucha información a partir del momento en que pueden leer. Así que, sí, creo que hay una gran responsabilidad allí. Me encantaría ver algún tipo de programación curricular y también financiación para esto. Esto es algo que creo que en particular las plataformas podrían y deberían formar parte, al menos en términos de financiación para permitirnos trabajar con personas desde muy temprana edad. Dicho esto, quiero señalar que si has hecho alguna de estas pruebas que ocasionalmente el New York Times pone a otros, ¿puedes decir lo que es real y lo que es falso? Incluso los expertos tienen dificultades. Es el que siempre hay la gente que está difundiendo información falsa y engañosa es continuamente un paso por delante. Y creo que eso es algo en lo que tenemos que trabajar muy duro. Y además de la alfabetización en noticias, creo que también hay un papel que tenemos que entender para quién es la fuente de la información. Y de nuevo, creo que las plataformas pueden ayudarnos a jugar un papel en eso en el flagging. Si tienes algo que suena como USA Today, había un montón de USA Today mientras yo estaba en USA Today y no estaban siendo marcados. Sería como

USA Today o USA Today y no estaban siendo marcados y estaban sacando todo tipo de basura. Y así, ya sabes, creo que hay un papel que desempeñar para la educación y un papel que desempeñar para las plataformas. Y por cierto, si pudiera añadir un punto antes sobre las noticias locales, que es tan importante en Ginnette, donde era jefe de contenido, teníamos ciento diez periódicos locales. Y tengo que decirte que teníamos USA Today y periódicos locales. Y en esos periódicos locales, además de todo lo que City mencionó, también tenían un tremendo grado de confianza y eso realmente ayudaría a los medios en su conjunto. La gente confiaba en sus periódicos locales de una manera que no confían en las noticias nacionales de ningún tipo.

[00:48:16] Y acabo de poner mi tema, además de la alfabetización, el aprendizaje de educación cívica, porque creo que parte de ella, aunque sea tangencial a la discusión mediática, hay mucha gente que ni siquiera entiende cuál es el papel de estas diversas oficinas de las que están hablando. No saben lo que realmente hace la Corte Suprema. No entienden lo que hace un gobernador contra un senador. Así que creo que también en nuestra política, en nuestro ecosistema de información, necesitamos realmente asegurarnos de que la gente lo comprenda.

[00:48:50] Absolutamente. Gracias, City, y gracias, Joanne. Esta es una pregunta de Mark Lente, y voy a publicar esto a Charlie, quien dirige un sitio de noticias de opinión. Entonces, ¿cómo podemos reducir la confusión entre lectores, usuarios, espectadores acerca de la diferencia entre opinión y reportajes? Quiero decir, todos sabemos que las mejores piezas de opinión son en realidad los argumentos son impulsados por pero grandes informes. Y luego, con veinticuatro horas para llenar esto, señala Marklin, muchas de las redes ofrecen cabezas parlantes para interpretar las noticias en lugar de reportar las noticias. ¿Y cómo contribuye eso a la polarización y a la confusión acerca de lo que es una opinión y lo que no?

[00:49:46] Lo que está informando ahora que eso es un problema real. Y solía ser una línea muy, muy estricta. Y creo que los periódicos siguen observando esa línea. Pero por cable hacia y por cierto, soy una de esas cabezas parlantes. Así que, ya sabes, revelación completa. Pero en la televisión por cable, esas líneas están completamente borradas. Y todo el mundo tiene su básicamente en lugar de ir a encender uno de los canales de noticias por cable para obtener información, usted va a su espacio seguro. Vas a averiguar de qué está hablando tu equipo. Y no hay límite alguno. También tengo sentimientos encontrados sobre esto porque me gusta que los periodistas tengan libertad de expresión. Y creo que es importante que la gente sepa de dónde vienes. Pero esa difuminación donde tienes reporteros de noticias directos que han estado en Twitter expresando sus opiniones bastante agresivas, eso es que eso es un problema que se agrega a todo esto. Está hecho para un debate muy robusto. Ha sido muy, muy entretenido.

[00:50:44] Pero creo que ha roto esa verdadera distinción en la mente de los lectores y los públicos que estas personas me están dando noticias frente a las cabezas que me están dando opinión.

[00:50:56] Charlie aclarando. Eres periodista como colaborador de MSNBC, otros estrategas políticos, y sé que no eres un estratega político. Y creo que eso es lo que la gente quiere decir cuando habla de cabezas parlantes. Sí.

[00:51:16] Lamentablemente, estamos fuera de tiempo, con tantas preguntas que quedan y unas elecciones presidenciales colgando de la balanza. Así que sólo quiero dar las

gracias a nuestros panelistas. Estoy seguro de que tendremos más conversaciones sobre esto en el futuro. Un gran agradecimiento a todos los que nos están viendo, ya sea en Zoom o YouTube o Twitter o Facebook. Muchas gracias a esa Fundación Caballero y también a mi amiga Jennifer. - ¿Quieres cerrar esto, Jennifer?

[00:51:50] - Claro. Gracias a todos, por unirse a nosotros. Y gracias a todos, por su paciencia a medida que los votos son contados. Muy especial. Gracias a nuestros huéspedes. Y esto es sólo el inicio de una conversación que necesita que todos ustedes participen en los próximos meses y el año que viene. Y gracias de nuevo por unirte a nosotros. Y Vivian, fue simplemente maravilloso para esta edición especial, asociación especial con usted como el nuevo director ejecutivo de Aspen Digital. Y para muchos, muchos, muchas discusiones tendrán lugar en el futuro.

[00:52:38] Gracias. Gracias a todo el mundo. - Adiós, adiós. Adiós. Gracias a todos. Gracias.

[00:52:50] Gracias, chicos. Estuviste genial, quienquiera que quede. Oh, se han ido todos. Oh, bueno, esa palabra completamente y creo que funcionó y supongo que no estamos en vivo.

[00:53:10] Todo bien.