

## Informed and Engaged Ep. 18 - Spanish

[00:02:51] Hola, gracias por hacer tiempo para nosotros. Soy Karen Rundlet, directora de periodismo de la Fundación Knight. Estoy muy emocionado con el programa de hoy. Todos los años, los líderes del Laboratorio de Periodismo Nieman hacen una pregunta sobre el próximo año. Es simple. Preguntan, ¿qué crees que traerá el Año Nuevo para el futuro de las noticias y el periodismo? Excepto que este año estamos pasando por veinte y veinte. Los veinte años de periodistas cubrieron una pandemia global y una turbulenta economía el año en que vimos protestas masivas por la justicia racial en todo el mundo y salas de redacción que examinaban sus propios registros de racismo, un año de huracanes e incendios, y una elección nacional con la mayor participación en la historia de Estados Unidos, una que todavía se está discutiendo.

[00:03:07] Para hablar de 2020 y el futuro de una nación informada, la editora de Nieman Laura Hazard Owen y la escritora senior Josh Benton se unen a nosotros. Entonces, Laura, ¿por qué no empezamos contigo? - Vamos a poner el escenario. El periodismo como industria ha sido realmente asolado por la pandemia, específicamente por la publicidad. Entonces, ¿por qué no nos dices cómo se ven los medios digitales, el periodismo de noticias ahora mismo? Seguro. Sí. Ha sido un año de locos. Ha habido, lamentablemente, miles de miles de despidos y permisos de redacción, en parte debido a la pandemia y en parte sólo debido a una especie de tendencia continua que vemos como muchas organizaciones de noticias no pueden llegar en la transición a la digital. Vemos que la gente tiene menos dinero gratis por dinero para que usted pague por las suscripciones con las que tantas organizaciones de noticias están contando. Ahora tenemos periódicos consolidando fondos de cobertura que no son los mejores propietarios comprándolos. Tenemos un juicio racial en las redacciones y en todo el país. Ha sido un gran año. Y luego, por supuesto, está la elección, lo que me refiero probablemente a una de las elecciones más consecuentes de nuestras vidas. Organizaciones de noticias tratando de averiguar cómo cubrir a un presidente que se niega a ceder y que ha hecho más para difundir información falsa que probablemente cualquier otra fuente en el país en este momento. Viene de arriba. Ha sido un año ocupado y raro. Obviamente, eso es muy pesado. ¿Hay algunos nuevos participantes prometedores en el campo en este punto? Sí, así que veo un par de puntos brillantes. Uno de ellos es que hay organizaciones de noticias orientadas a noticias que lo están haciendo muy bien.

[00:04:14] El Atlántico sería una historia de éxito con sólo que es realmente fabuloso e interesante reportar sobre covid y rastrear esos datos. El New York Times tiene más suscriptores digitales que nunca. Hemos visto nuevas salas de redacción, nuevas salas de redacción digitales lanzadas como el 19, que se centra en las mujeres y la política en los Estados Unidos. Entonces definitivamente ha habido puntos brillantes en medio de todas las malas noticias de este año. Gracias, Josh, Nieman Lab ha estado recopilando predicciones desde 2011. ¿Vienes en un aniversario de 10 años? Empezamos con quién hace estas predicciones y cómo las seleccionas? Bueno, empezó con un paquete muy pequeño de 20 o 30 personas a las que le envié un correo electrónico y le dije: «Oye, ¿tienes alguna idea para el Año Nuevo?»

[00:04:36] Con el tiempo, creció y se expandió hasta el megalit.

[00:04:47] Y se ha convertido en que ahora publicamos más de cien predicciones al año. Tengo una hoja de cálculo masiva de unos pocos cientos de nombres que reciben una invitación cada año durante todo el año.

[00:05:01] Hacemos todo lo posible para tratar de notar gente nueva. Tenemos un canal en nuestra holgura donde constantemente estamos notando que es una persona interesante. Vamos a invitar a tal y tal a dar una predicción este año. Y como dijiste, es una petición bastante abierta.

[00:05:31] Reconoceré que muchos de ellos son menos predicciones que una especie de ideaciones de deseos allí. Están describiendo adónde pensamos que deberíamos ir en lugar de adonde vamos. Pero creo que eso es probablemente más útil como ejercicio de la industria que simplemente decir que la publicidad probablemente va a caer de nuevo el próximo año.

[00:05:38] Sí, absolutamente, sé que no hay bien o mal en estos, ambos enfatizaron que, Laura, ¿hay una o dos tendencias en las que piensan que los líderes se han centrado en los últimos años? Y luego quiero saber de Josh sobre eso. Pero, Laura, ¿cuáles son tus pensamientos?

[00:07:53] Sí, creo que un par de tendencias que surgieron el año pasado que definitivamente hemos visto mucho este año.

[00:08:00] Así que uno de ellos era acerca de estas nociones cambiantes de objetividad en las redacciones, en este cálculo de la raza. ¿Cómo podemos esperar que los reporteros de color informen sobre estos temas de una manera llamada hermosa como esa es algo que vimos entrar en eso mucho en las predicciones del año pasado.

[00:08:25] Y creo que fue un tema tan importante este año con las protestas de Black Lives Matter en todo el país en las redacciones, tratando de averiguar, como, cómo cubrirlas. Otra tendencia, creo que vimos un poco de, ya sabes, Laura, en realidad tenemos una de las predicciones. ¿Por qué no lo sacamos de Tonya Mosley, ya que básicamente compartiste que con todo el mundo es muy importante? ¿Tenemos eso?

[00:08:36] Desde NPR, sí, tal como decía USLAW, esto es de 20-20 Tonya diciendo: «Confía en mí, cada persona de color en tu sala de redacción tiene una historia sobre cómo un gerente cuestionó sus noticias, juicio, su dicción, o si podrían ser neutrales u objetivos. Laura, por favor, continúe. Sólo quiero asegurarme de que vimos eso. Seguro.

[00:08:53] Sí.

[00:08:56] Así que creo que una de las cosas que nos hemos visto obligados a hacer este año que espero que estén haciendo más redacciones, también, es pensar en qué significa realmente la objetividad ¿quién la define? Y es que si no hay una especie de que no se puede pensar en la mejor manera de hablar de esto. No creo que puedas pedirle a la gente que sea, entre comillas, neutral sobre cosas que afectan sus propias vidas tan directamente. Así que tal vez si eres un hombre blanco, sientes como si pudieras informar sobre las protestas contra un presidente muy racista y sus partidarios.

[00:09:15] Tal vez usted sentiría como si pudiera informar sobre eso de una manera neutral porque no afecta su propia vida en absoluto para las personas que realmente están tratando con estos problemas todos los días que son moldeados por ellos. Creo que realmente necesitamos cambiar la idea del tipo de experiencias que queremos que los reporteros introduzcan en sus informes.

[00:09:16] No siempre estamos informando, para ser justos, pero creo que esta idea de ser objetivo es algo que realmente necesita ser examinado en algo que probablemente necesita ser menos enfatizado. Todos tienen una vista. Todos vienen de alguna parte. Y creo que reconocer eso nos ayudaría a recorrer un largo camino. Ok, creo, sin embargo, que Tony estaba expresando eso no necesariamente. Sus palabras son mucho acerca de no necesariamente. Sabes, no necesariamente me molestes, no cuestiones necesariamente mi juicio de noticias. Es una cosa que ella señaló, Josh. Me gustaría escuchar una especie de una de las tendencias sorprendentes que tienes. Digo, has estado con esto tanto tiempo. ¿ Cuáles son las tendencias sorprendentes que estás notando? Y quisiera señalar que el aumento en el número de predicciones relacionadas con cuestiones de diversidad, dos, con la discriminación en el lugar de trabajo, cuestiones y cuestiones de diversidad y cobertura hace varios años fue una especie de alerta temprana para lo que realmente floreció más ampliamente este año. Y muchas de ellas se dividen entre o contienen tanto el nivel micro, las interacciones de un empleado individual y la interacción a lo largo de la línea de lo que Tony Mosley escribió, así como las implicaciones más amplias de lo que significa informar a un público con un conjunto de informantes parpadeados. Supongo. Creo que hemos visto que las tendencias suben y bajan a lo largo de los años. Algunos de ellos han combinado con tecnologías a medida que se vuelven calientes o frías. Ciertamente vimos una ola de interés por la realidad virtual hace unos años que se ha reducido, pero ya no vemos muchos de ellos. Hemos tenido bastantes predicciones de cadenas de bloques hace unos años, y esas no fueron muy lejos. Creo que hay muchos debates sobre temas de modelo de negocio.

[00:10:41] Creo que estás consiguiendo que puedas mapear el crecimiento en el interés de los modelos pagados, ya sabes, las suscripciones digitales son importantes. Y creo que también has visto algunos de ida y vuelta en torno a los temas de los periodistas que se van independientes.

[00:12:31] Este fue el tipo de cosas que se habrían discutido en un contexto de blogueo hace 10 años, más este año. Es más en el contexto de los boletines y el contenido, que de alguna manera está repitiendo muchos de los mismos viajes que hemos pasado por los que hemos pasado. Así que hacemos todo lo posible para atraer a una amplia gama de personas, de periodistas y académicos, tecnólogos e investigadores. Y esperamos que tengamos algo así como una vista de alto nivel, 30000 pies del campo. Genial.

[00:13:04] Gracias. Sólo quiero señalar un par de otras predicciones realmente interesantes que vinieron del año pasado. Sabes, hubo un tipo muy diferente de elecciones este año. Muchos de nosotros estábamos en casa. Hubo muchas más votaciones anticipadas. Hubo correspondencia en la votación. Y hay una predicción que vino de Madeleine Sanfilippo y Yaphet amenazas de amor de empresas, Kinney's Bard College y Princeton.

[00:13:17] Y eso realmente hablaba de cobertura de veinte veinte y una cobertura de noticias gerrymandered, ya que la hiperpersonalización y la segmentación geográfica se aplican a escala y aplicaciones de noticias y notificaciones push móviles. Pensé que había algunas tensiones realmente interesantes entre la conversación local, la conversación estatal, la conversación nacional sobre cómo recibimos información de diferentes líderes y cómo eso se llevó a cabo en las elecciones. Entonces, ¿qué puedes decirme de tu reportaje, Josh, sobre esta predicción en particular? Seguro. No creo que hayamos visto un gran aumento en el contexto tecnológico específico de esa predicción fue abordar el uso de aplicaciones de noticias y notificaciones push, principalmente

porque la mayoría de la gente no usa ninguna aplicación de noticias y la mayoría de la gente no confía en nuevas notificaciones push para recibir sus noticias.

[00:13:34] La última estadística que vi fue sólo el 19 por ciento de los estadounidenses dijeron que habían conseguido que se enteraran de una noticia a través de una notificación push la semana pasada. Y muchas de esas personas tienden a ser votantes más comprometidos que probablemente no tienen idea de lo que están tratando de hacer, si quieren votar. Creo que viste una versión de eso, sin embargo, con el surgimiento de los mensajes de texto. Creo que muchos de nosotros recibimos muchas y muchas notificaciones de texto, mensajes de texto de campañas, de voluntarios fueron banca de texto y banca telefónica celular.

[00:14:08] Como hemos visto a la industria electoral responder al cambio a los teléfonos móviles en las últimas dos décadas. Y hemos visto las dificultades que se crean en sus metodologías. Creo que has visto campañas que quieren hacer un tipo similar de movimiento hacia él, en mensajes de texto donde los teléfonos habrían sido el método antes. Sabes, y creo que tienes razón cuando vimos que la experiencia de ser candidato en Atlanta es diferente de ser votante discúlpame, y en Atlanta es diferente de estar en Cambridge, Massachusetts. Sabes, lo mejor que te envían es todavía muy, muy adaptado. Creo que las campañas encontraron, sin embargo, que todavía es mucho más fácil adaptar esos mensajes en Facebook, Twitter o YouTube, donde la enorme cantidad de datos de clientes de clientes a esas plataformas tiene para siempre y para mal. Y tenían un montón de objetivos muy directos. Genial, así que pasemos ahora a algunas de nuestras veintiún predicciones, ya sabes, por la noche estamos muy preocupados y enfocados en el periodismo local y las noticias locales y reparando eso y fortaleciendo eso y el futuro de ello. Hablemos de algunas de las predicciones. Es decir, uno con el que estoy familiarizado, y proviene de Rachel Shulem en la subeditora de Digital en Fortune, el auge del periodismo sin fines de lucro. Usted ve lo que ella dice aquí es que cualquiera que haya intentado ser un creador de cambios en un lugar de trabajo con historias sabe que es más fácil construir lo que quiere desde cero que intentar cambiar los procesos, las prioridades y el personal de una estructura existente. Ahora, hay una verdadera tensión pasando en el campo entre la idea de si una organización sin fines de lucro es el camino a seguir frente a una con fines de lucro. Usted puede algunos que hablamos de la transformación de la transición digital justo en la cima de este momento. ¿ Son las organizaciones que existen o son capaces de hacerlo lo suficientemente rápido como para ser competitivas?

[00:17:01] Entonces, Laura, ¿puedes hablar un poco sobre más noticias sin fines de lucro y qué está pasando con las organizaciones con fines de lucro, los periódicos legados de prensa afroamericano?

[00:17:14] Seguro.

[00:17:14] Así que creo que es definitivamente más fácil, como señala Rachael en su predicción, pensar en estos temas cuando estás empezando desde cero y cuando intentas dar vuelta a una organización de noticias masiva. Se puede hacer de ambas maneras. Y creo que estamos viendo organizaciones de noticias lidiar con esas grandes y pequeñas. Pero es más fácil si lo estás construyendo desde el principio para hablar de ello, creo, y encontrar soluciones para ello. Creo que algo que creo que ha sido interesante con las organizaciones de noticias sin fines de lucro que hemos visto lanzarse este año es que se han centrado más en audiencias que tal vez no han sido dirigidas tanto en el pasado. Así que el 19 se centra específicamente en las mujeres y la política,

Capital B, que se lanza en veintiún años, centrándose específicamente en el público afroamericano. Estos son algunos, creo que creo que algunas organizaciones de noticias sin fines de lucro. En el pasado se han centrado más en lo que las demandas en el pasado se han centrado en una especie de temas individuales, cosas como la justicia penal y la educación y cosas por el estilo. Y creo que es interesante ver que surgen estos nuevos que intentan llegar a nuevas audiencias de diferentes maneras. Tenemos una pregunta, tenemos una pregunta de Trista Thurston acerca de lo que estás viendo para las salas de redacción más pequeñas y locales, creo que las salas de redacción pequeñas y locales definitivamente han luchado este año.

[00:18:24] Creo que, como de muchas maneras, las pequeñas redacciones locales han sido las más afectadas por algunas de las pérdidas publicitarias alrededor de Covid sólo porque tenían usted sabe, tienen menos de un colchón.

[00:18:34] Tienen menos de una red de seguridad.

[00:18:44] Y así algunas organizaciones de noticias más pequeñas han cerrado.

[00:18:57] Algunos medios locales de noticias han cerrado sólo por falta de financiación. Y es ya sabes, es difícil ahí fuera. Creo que hemos visto algunos tipos de nuevas empresas interesantes en esta área. Uno de ellos es Vote Beat, que fue lanzado por el fundador del Voto B se centra en una especie de reportaje granular en torno a las elecciones locales, siendo muy ágil y poniendo reporteros. En comunidades de todo el país para votar como las elecciones y sus secuelas, tal vez reemplazando algunos de los tipos de reportajes que tienen las publicaciones de noticias más grandes, he tenido que cortar. Y así que creo que es interesante ver formas de ser creativos sobre eso y reporteros locales y lugares donde tal vez no habían sido capaces de estar atados a problemas de financiamiento anteriormente. Está bien, estamos tomando preguntas de la audiencia, así que ya tenemos una de Trista, así que Trista Thurston.

[00:19:22] Así que si alguien más quiere unirse, por favor hágalo bien. Josh, veamos otro otro.

[00:19:27] Tienes alrededor de 18 publicados en este momento, en algún lugar por ahí. Sí.

[00:19:52] OK, así que algunos de los pases la próxima semana y media. Por supuesto que los publican a medida que salen. Entonces Mark Steinberg, un reportero de Business Insider, tenemos una predicción de él y básicamente dice, me daría cuenta de que la diferencia entre influencers, creadores y periodistas parece encogerse cada vez que lo compruebo. Reportando no sólo subacciones, sino Patreon, Cameo, Twitch y sólo fans, me encuentro más impresionado por las similitudes que por las distinciones entre artistas, artistas, periodistas. Entonces, Josh, si pudieras hablar un poco sobre el reportaje y ha habido mucha conversación sobre la independencia, como dijiste, y Substory.

[00:20:19] ¿Cómo es su reportaje, una especie de qué tienen que decir sus informes sobre esta tendencia?

[00:20:25] Sabes, es interesante. Pensé que era una predicción interesante de Mark. Y creo que es cierto en un nivel y tal vez no tan cierto en otro, de la misma manera que una celebridad individual podría estar ganando dinero en el lado haciendo camafeos por 30 dólares el pop o 50 pavos por pop o lo que sea. Esas celebridades todavía trabajan en

películas o trabajan en un programa de televisión o trabajan en el contexto de una organización más grande que tiene una entidad corporativa que tiene acuerdos de licencia.

[00:22:03] La parte independiente del negocio del entretenimiento y del tipo del que Mark está hablando es importante, pero todavía es mucho más pequeño que el negocio institucionalizado del que estas personas están formando parte también. Y creo que lo que identifica correctamente es que el equilibrio entre esos dos está cambiando para siempre. Sabes, si querías ser un actor independiente como periodista hace 40 años, incluso un profesional independiente seguía dependiendo de las publicaciones para tomar sus artículos y pagarles de vez en cuando. Este año, tengo estudiantes empezando nuestro propio boletín, algo así. El camino hacia la verdadera independencia era muy, muy logísticamente difícil. Ahora está disponible. Y eso significa para ciertas personas, aquellos que tienen un seguimiento existente que pueden traer consigo, aquellos que tienen un tipo específico de reportaje y comentarios que hacen que sea atractivo para el mercado. Y ese es el tipo de trabajo que se puede monetizar fácilmente. Genial, pero todavía sólo una parte de las decenas de miles de personas que realizan importantes trabajos periodísticos en este país. Y creo que para esas personas, el modelo institucional seguirá siendo el principal camino a seguir por algún tiempo. Ok, yo también quería mencionar otra predicción que tenemos aquí de Aaron Foley, de la que hablamos. Hemos hablado de raza, hemos hablado de la conversación en las redacciones, algunas de ellas muy acaloradas, muy enojadas, y Aaron está hablando de una solución que realmente podría ayudar a periodistas jóvenes y diversos.

[00:23:23] Y habla de joint ventures y reportajes de colaboraciones, no de acuerdos operativos entre publicaciones generales del mercado y semanarios comunitarios en diarios de metro. ¿Quieres hablar un poco, Laura? ¿Hablarías un poco de eso?

[00:23:35] Esas tendencias y cómo están jugando.

[00:23:55] Absolutamente, creo que las asociaciones son una manera increíble, tanto para las grandes organizaciones de noticias para hacerlo. Publicar alguna cobertura que tal vez no tengan reporteros cubriendo para llegar a ampliar y ampliar el alcance de lo que publican, y es una gran manera para que las organizaciones de noticias más pequeñas que están reportando estas historias tengan más ojos en su trabajo. Creo que hemos visto todo tipo de organizaciones de noticias haciendo esto. Entonces no son sólo esos, ya sabes, semanarios comunitarios. Son, ya sabes, lugares como ProPublica los que están haciendo estas colaboraciones de publicación conjunta con otras organizaciones de noticias, cosas así.

[00:24:14] Creo que las asociaciones son sólo una gran manera de conseguir más trabajo delante de más lectores, en parte porque, ya sabes, no es que no es como si la gente realmente vaya a las páginas de inicio mucho más y la gente ni siquiera es probable que la mayoría de la gente no vaya a la página principal del New York Times, incluso, para ejemplo, todos los días.

[00:24:16] Pero definitivamente no van a la página de inicio de estas pequeñas organizaciones sin fines de lucro y sitios de noticias locales y cosas así. Así que conseguir estos trabajos, este trabajo delante de más gente, creo que es una gran cosa. Creo que es algo de lo que quieres tener cuidado en estas asociaciones y lo hemos visto en nuestros informes como la logística de cómo funciona esto y cuáles pueden ser algunas de las trampas. ¿Cuál es el tipo de puntos dolorosos que pueden ser, es que los

socios sean muy comunicativos acerca de lo que ambos quieren salir de esto y hablar de lo que estas asociaciones van a parecer para que un lado u otro, ya sabes, no salga sintiendo resentido o que la organización más pequeña no salga sintiendo como si su contenido se estuviera utilizando sin ningún beneficio real. Sí, definitivamente en la investigación y lo que hemos hecho, definitivamente hemos visto las asociaciones más fuertes, realmente tienen un memorando de entendimiento por adelantado para asegurarse de que hay equidad allí. Y el me gustaría ir a otra predicción que tenemos aquí.

[00:24:59] Y de nuevo, esto es de Ben o Muehler, desarrollador de productos y defensora web abierta en lugar de las superplataformas monolíticas que fueron el sello distintivo del uso de Internet durante la última década. Vemos como vemos publicaciones y sitios web independientes más pequeños que abordan las necesidades de sus comunidades más estrechamente a través de nuestros dispositivos.

[00:27:07] Tendremos un único lugar para leer todos nuestros boletines informativos, suscripciones impulsadas por feeds y correo electrónico. Una vez más, hablamos sobre el tema de los independientes, Josh, y cómo se ve este tipo de cosas.

[00:27:13] Este tipo de apunta a eso también. ¿Compartirías algo de eso otra vez? ¿Compartirías algunos de los informes sobre esta tendencia? Seguro, sí. Es de alguna manera que es un intento de revivir lo que teníamos con los lectores RSS y Google Reader hace unos 10 o 15 años.

[00:27:31] Sabes, creo que quizás no soy tan optimista como lo ha sido sobre la idea de que la gente huirá de Facebook, Twitter y YouTube y de todas las plataformas gigantes que han establecido tanto poder cultural y poder financiero en los últimos 10 o 15 años. Sería ciertamente una mejora, creo, si la gente se moviera hacia comunidades más pequeñas, plataformas más pequeñas, más dedicadas a tareas específicas o culturas específicas, sea cual sea. No sé si esa es una tendencia que puede ser que se detiene fácilmente, es fácilmente evitada de ser comida por una de esas compañías tecnológicas gigantes. Quiero decir, ¿cuál es el equivalente más cercano a eso ahora mismo? Probablemente grupos de Facebook, que es parte del megalitito, pero no obstante es ofrecer esta experiencia social más pequeña dentro de él. Todavía hay muchas fuerzas tendentes hacia la agregación de poder en esas pocas compañías del norte de California. Sabes, una cosa que creo que será muy interesante para veintiuno, veo la predicción al respecto todavía, pero es lo que pasará con la aplicación antimonopolio, Google y Facebook si hay algo que vaya a revertir esos? Pero el gigante sonido chupador, como Ross Perot podría haber dicho, yendo hacia Silicon Valley, creo que tendría que ser algo saliendo de DC y saliendo de Bruselas. Me encantaría saltar rápidamente con una cosa más sobre eso, mencionando el mercado, que es otra historia muy exitosa, una sala de redacción que se lanzó este año, ese tipo de mirar algoritmos y el tipo de cosas que las empresas tecnológicas no nos muestran cómo estos están impactando nuestra vida diaria. Creo que es interesante pensar en cómo la gente sigue leyendo y suscribiendo estos boletines, que es a través de Gmail.

[00:29:07] Y puedes suscribirte todo lo que quieras. Tengo un montón de boletines a los que me suscribo en algunas acciones que me gustaría tener delante de mí todos los días. Y aún ves que Gmail filtra las cosas. Oculta cosas. No necesariamente pone las cosas a las que te suscribes justo delante de ti. Y creo que es una especie de recordatorio de cómo puedes buscar las cosas hasta cierto punto y puedes agarrarlo y puedes apoyarlo. E incluso entonces, habrá una especie de compañías tecnológicas en el camino. No sé si

realmente hemos logrado completamente esta visión de tener contenido que acaba de llegar directamente a usted. Todavía hay una especie de intermediario. Y eso es algo en lo que estoy pensando con esto con esta predicción es como, ¿cómo me aseguro incluso si quiero suscribirme a todos estos boletines informativos y conseguir que les guste cuál es la mejor manera para que yo realmente los esté leyendo? Tenemos un par de preguntas de la audiencia, Laura, específicamente, ¿usted estaba hablando de no los mejores propietarios y hay una pregunta a su alrededor, no de los mejores propietarios comprando periódicos y cadenas de periódicos. Entonces, ¿cómo haces eso? Un poco más de claridad sobre cómo se define a un mal propietario? Oh, claro. Digo, supongo que debería decir que creo que los fondos de cobertura son malos dueños de cuatro periódicos. Esa es la tendencia que estamos viendo, es que los fondos de cobertura los están comprando, consolidándolos, tratando de sacar el mayor dinero de ellos. Y no creo que cuando los dueños intentan maximizar las ganancias, eso es bueno para las noticias.

[00:30:30] Así que una cosa que hemos visto es el encofrado de las redacciones locales. Incluso si todavía tienen empleados, ya no tienen presencia física. Pero algo que ha pasado, especialmente este año con Covid sólo oficinas cerrándose y no regresando. Sabes, creo que también significa que si estás tratando de maximizar el contenido, eres como una especie de ingreso del contenido.

[00:31:39] Vas a publicar ciertas historias que las audiencias para obtener un montón de clics. Y vas a conseguir que vas a ver menos grandemente, como reportajes de tipo local que estas publicaciones podrían haber sido capaces de hacer en el pasado y con estos nuevos propietarios ya no pueden hacerlo. Creo que creo que es muy complicado. Josh, gracias. Gracias, Laura. Josh, hay un aprecio por tu observación sobre una especie de V.R. Y cadena de bloques. Y esta es una pregunta que pide un poco de tendencia observacional sobre este tipo de previsiones a lo largo de los años.

[00:32:03] Una especie de. ¿Hay una especie de pronóstico, tal vez las tendencias sobre las que estás informando? Porque, de nuevo, no estás haciendo tus propias predicciones. Exactamente, pero sólo en el trabajo, en el proceso. Sí, yo diría que cuando empezamos a hacer esto hace una década, estaba relativamente fresco salir de la crisis financiera. Las cosas seguían siendo muy difíciles en el negocio. Y hubo un gran foco en la cuestión del modelo de negocio que era el núcleo de lo que todo el mundo estaba pensando como resultado. Las predicciones, creo, coinciden con eso también, creo que con el tiempo. No es como si el modelo de negocio se hubiera resuelto. Es como si nos hubiéramos dado cuenta de todo. Todos podemos ir a casa. Es más que creo que hay una sensación de que los problemas están un poco horneados en este punto. No hay un camión gigante de dinero que viene a la vuelta de la esquina. Por lo tanto, en el lado empresarial, ha habido un cambio hacia una mayor estrategia dentro de los grandes cubos de publicidad y más específicamente en torno a la suscripción, viendo mucho más pensar en la relación con el cliente en las predicciones en los últimos años. También creo que ha visto un aumento en la gente que habla de trabajar dentro de organizaciones de noticias.

[00:32:35] Quiero decir, mencionamos que en el caso de la predicción de Tony Mosley y los problemas en torno a la discriminación, pero se presta mayor atención desde la salud mental de los periodistas hasta las condiciones de trabajo, el aumento de la sindicalización y un montón de redacciones digitales, cosas en ese frente. Y también hemos visto más predicciones que están alrededor del extremo consumidor del periodismo. Esto fue realmente desencadenado en 2016 y el aumento de noticias falsas, desinformación y desinformación. Creo que nuestros lectores se preocupan más por cómo sus noticias están llegando al cliente final más de lo que habría sido hace una



década. O al menos así es como se ve de lo que nuestras predicciones. Creo que, en general, es una tendencia saludable de la que en todos estos casos estás viendo un cambio de distancia. Tenemos que encontrar algo que solucione nuestro problema como un negocio más hacia. Tenemos que averiguar cómo mejorar de muchas maneras. Y creo que es un cambio útil y útil. Sí, absolutamente, ayer me senté en una gran reunión donde hablamos de salud mental de periodistas, pero también hablamos de salud mental del público. Hablamos sobre el hecho de que si nos fijamos en cualquier tipo de artículo de autocuidado, dirá, deja de leer tantas noticias, dejar de escuchar tantas noticias. ¿Y qué significa eso para el consumidor y cómo interactúan con algo que creemos que es tan importante para la democracia? Entonces esa pregunta nos llegó de Andrew Abigale. Tenemos uno de los adelante. Publicamos hoy publicé una predicción de Chris Evans, que está en el Minneapolis Star Tribune. Y la suya era todo acerca del grado en que las salas de redacción van a tener que ser mucho más exhaustivas en cómo tratan con reportar sobre el trauma que los estadounidenses han sentido ser 20. Y ella hizo la observación, que pensé que era inteligente. Es entonces cuando hemos pensado en traumatismos, reportajes informados en las redacciones. Típicamente se trata de víctimas de agresión sexual, sobrevivientes de las víctimas de tiroteos masivos, cosas que son, ya sabes, de naturaleza criminal. Mientras que muchos de los traumas que los estadounidenses han experimentado en 20, 20 han sido alrededor del desempleo, han estado alrededor, ya sabes, el estrés para las elecciones, han estado alrededor obviamente enormes problemas de salud pública, cosas que son mucho más sistémicas, que no tienen el gancho de noticias de un tiroteo, por ejemplo, para colgar su cobertura en.

[00:36:10] Y ella tenía una línea en la línea de que nos va a llevar años averiguar, para poder realmente abordar la cantidad de trauma que el público estadounidense ha sufrido en el último año más o menos. Y eso va a tener que cambiar la forma en que las salas de redacción cubren esos temas. Absolutamente, tengo una pregunta que no sé cuál de ustedes quiere aceptarla, es de Jenna Spinell.

[00:36:28] ¿Cómo deberían los estudiantes de periodismo, particularmente los que se graduaron esta primavera, ya estaban entrando en una economía complicada, pensando en la industria y su lugar dentro de ella? ¿Y qué pueden hacer los profesores de la escuela de periodismo para ayudarlos? Y puedo hablar de eso. Quiero decir, siempre que hablo con estudiantes universitarios, siempre trato de enfatizar el grado en que todas las tecnologías digitales que hemos llegado en la última década más han permitido a los periodistas individuales tomar mucha más iniciativa que cuando tenían todo que ser aprobado por un editor y trabajó a través de una cadena de mando de redacción hace veinte 15 años que la respuesta habría sido, hey, iniciar un blog. Ahora es probablemente encontrar un nicho que te interesa cubrir e iniciar un podcast e iniciar una subpila al respecto.

[00:36:52] Pero creo que es realmente importante para los periodistas que han pasado por la escuela de periodismo y pueden estar preparados, pueden estar bien preparados para que una forma institucionalizada de periodismo sean muy agresivos y ambiciosos en torno a hacer trabajo independiente y mostrar esa iniciativa. Creo que ambos A son muy atractivos para los editores que contratarán en las organizaciones de noticias. Quieren ese mismo espíritu en sus operaciones de noticias. Pero incluso si no lo es, ya sabes, hay que abrirse a un mundo entero de más opciones si puedes probar y jugar el juego de periodismo en varios niveles diferentes. Al mismo tiempo. Creo también que una especie de posible punto brillante de la pandemia, si puedo decir eso, es que los acontecimientos presenciales no están ocurriendo realmente en este momento. Y así mucha de la

educación, los paneles, las clases que podrías haber tenido que estar en persona en Nueva York tomando en el pasado se han movido en línea. Y así para las personas que quieren aprovecharse de ellos y hay tanto, hay un mayor acceso a eso.

[00:38:06] Así que eso es lo sabes, esa es una manera que esta que algunos. Sabes, es posible que más personas puedan participar que en el pasado. Quiero agradecerles a los dos por unirse a nosotros. Quiero darte una especie de final una última palabra o un pensamiento final, simplemente en algo como 20, 20 en realidad comenzó, ya sabes, comenzó.

[00:38:36] Nadie entendió exactamente lo que estaba por venir. Y nos alejamos al menos con el conocimiento de que viene una vacuna. Así que me encantaría dejar un poco de algo que esperar. Y veintiún, algo de lo que reportaste que crees que es especialmente cualquier cosa que puedas mencionar sobre periodismo local o noticias locales.

[00:38:47] Pero otros ejemplos también, no estoy seguro.

[00:38:51] Sí, así que, ya sabes, una cosa podría decir, y esto no es específicamente sobre las organizaciones locales de noticias, pero ciertamente es algo que podemos hacer, creo, a principios de año, especialmente cuando la gente está pensando en la llegada de las elecciones y una especie de cómo las organizaciones informativas habían cubierto Trump sobre el los últimos cuatro años. Creo que había mucho miedo de que las organizaciones de noticias no fueran capaces de ponerse a la altura de la tarea y cubrir algunos de estos temas, cosas como la mentira de Trump, simplemente ser una especie de Trump diciendo cosas que simplemente no son ciertas, que las organizaciones de noticias continuarían teniendo problemas para informar sobre eso. Y creo que hemos visto a muchos de ellos encontrar su camino en términos de la forma en que están reportando sobre lo que dice, la forma en que están informando sobre lo que dicen otros tipos de figuras de derecha. Creo que el reportaje ha mejorado y más matizado y que los reporteros han conseguido más práctica. Ese tipo de pensar acerca de cómo transmitir estas cosas al público transmite eso sólo porque alguien lo dijo no significa que eso sea verdad y proporcionar contexto y cosas por el estilo. Creo que cualquier organización de noticias puede mejorar haciendo eso. Y es que me siento optimista, haberlos visto mejorar en ello.

[00:40:55] Creo que va a ser especialmente importante ya que la vacuna, como usted mencionó, descarta que pensemos en las habitaciones, pensemos en los tipos de información errónea que se pueden difundir en torno a la salud y la medicina en la vacuna y el coronavirus, algo así como alejándonos de la desinformación relacionada con las elecciones. Tuvimos un artículo en nuestro sitio esta semana desde el primer borrador sobre eso y pensando más sobre la mala información de salud y cómo vamos a estar pensando en ese tema y transmitiendo. Información sobre la vacuna y su implantación, efectos secundarios y cosas así a nuestro público de una manera que es verdad y no les asusta y tiene en cuenta el hecho de que todavía hay mucha información errónea por ahí.

[00:41:42] Estoy también de acuerdo en que creo que con con no sé si podemos decir que las áreas en el espejo retrovisor todavía, ciertamente no está registrado oficialmente en el calendario. Pero creo que los medios definitivamente pueden mirar hacia atrás a los últimos cuatro años y darse cuenta de que la era Trump ha sido bastante buena para el periodismo estadounidense. Y no quiero decir que en Les Moonves, como, ya sabes, él podría ser mejor para el país, pero es bueno para CBS en cierto sentido. No quiero decir eso puramente financieramente. Quiero decir que esta administración ha sido una

oportunidad para que los periodistas replanteen muchos de sus flujos de trabajo, cómo piensan sobre temas importantes, cómo piensan sobre las necesidades de abordar partes del país que no estaban haciendo tan bien como podrían haber tenido. Creo que también ha sido una experiencia que realmente ha entrenado a mucha gente para estar dispuesta a pagar por el periodismo digital de una manera que no era el caso hace cuatro años. Y creo que eso es algo que se puede llevar adelante en veinte, veintiuno. Tengo mucha curiosidad por ver lo que una compra hace la administración al tenor del consumo de noticias y de la producción de noticias en el país. Gran parte de nuestro mundo de noticias ha estado tan enfocado en un solo hombre. No estoy seguro de cómo el ambiente que hemos construido para cubrir que un hombre pasará a un tipo muy diferente de hombre que no acaparará tanto del escenario y la atención humana. También creo que si en una nota optimista, creo que estamos viendo un conjunto de recetas para las nuevas empresas digitales locales se vuelven un poco más claras.

[00:42:42] Creo que las nuevas startups no tienen que reinventar la rueda en el mismo grado que podrían tener hace unos años. Hay una especie de patrones establecidos y creo que hay un público establecido esperando noticias digitales a nivel local. No habría dicho que estaba allí hace unos años, me sorprendería si fueran más periodistas estadounidenses empleados a finales de veintiún años que al final de veinte y veinte. Pero creo que hay y tenemos una gran cantidad de desafíos en torno a la polarización y, ya sabes, gente como que sale de las noticias.

[00:43:10] Creo que hay razones para pensar que las cosas se están volviendo un poco más estables en algunas maneras importantes. Ok, muchas gracias. Gracias, Josh Benton. Gracias, Laura. Puedes seguirlos tanto en Twitter en Jo Benton, en Laura Hazzard Owen y en el Nieman Lab, por supuesto. Muchas gracias por unirte a nosotros hoy. Y gracias por escuchar a todos. Gracias. Te debo.