

I&E Ep 19 - Spanish

[00:03:38] Buenas tardes y hola a todos, y bienvenidos a la 19ª edición de la Fundación Informado y Comprometido en el Caballero. Creemos que nuestra democracia depende de personas altamente informadas para que puedan participar en sus comunidades. Desafortunadamente, en los últimos años hemos visto la difusión de la desinformación y la desinformación crear caos y confusión. Y a medida que el modelo de negocio tradicional de los periódicos ha disminuido y las salas de redacción en todo el país han disminuido, encontramos que la desinformación y la desinformación están llenando ese vacío. Así que ayer vimos el impacto de un altamente desinformado.

[00:04:29] Un grupo de personas asaltan la capital. Ese no es el nivel de compromiso que promueve la democracia.

[00:04:41] Así que una de las armas más grandes que tenemos para luchar contra la desinformación y la desinformación es la información precisa y llenar el vacío en ciudades y pueblos de todo el país son líderes inspiradores que están produciendo nuevos modelos y nuevos métodos para llenar las lagunas críticas en los informes originales locales y noticias locales y información. Así que una de las mejores oportunidades que tenemos para crear una comunidad altamente informada para combatir la desinformación es con periodismo no partizano preciso y noticias e información de la comunidad equitativa e inclusiva. Así que por favor únete a mí hoy para dar la bienvenida a tres tremendos líderes que están liderando organizaciones y programas que están marcando una gran diferencia en el panorama de los medios locales. Y lo que van a hacer hoy es decirnos cuáles fueron algunos de los mayores e importantes logros del último año. Pero en realidad, este programa es una mirada a la cabeza. Ofrecerá esperanza, optimismo e inspiración. Así que por favor únete a mí para dar la bienvenida a Courtney Hirt, que antes era jefe de operaciones de negocios en DETI en Detroit.

[00:06:12] Y el campo tuvo la suerte de persuadir a Courtney para que se hiciera cargo de Newswatch, que es un programa de regalos a juego que es administrado por el Instituto de Noticias para Not For Profit y dirigido por Courtney que proporciona regalos iguales a más de doscientas cincuenta organizaciones de noticias sin fines de lucro en todo el país. Les ayuda con su campaña de fin de año, que acaba de cerrar hace una semana. Y ayuda a estas organizaciones a desarrollar la capacidad y capacidad para que puedan avanzar en el camino hacia la sostenibilidad. También se une a nuestra conversación hoy Sarah Beth Berman. Sarah Beth es la nueva CEO del American Journalism Project, que es una organización de capital riesgo, una organización filantrópica de capital riesgo que está aportando un nuevo enfoque para inspirar e impulsar el éxito en sostenibilidad, no con fines de lucro en todo el país. En lo que el campo del periodismo es tan afortunado de entrar. Sarah Beth tiene diez años de experiencia en el sector sin fines de lucro, más recientemente liderando asuntos globales para enseñar para todos. Así que lo que Sarah Beth ha podido hacer en muy poco tiempo, después de unirse al Proyecto de Periodismo Americano en mayo, es aportar la muy necesaria experiencia del sector sin fines de lucro al campo del periodismo. Y finalmente, tenemos a Chris Chryson, que dirige editores lions. Y lo que sabemos sobre el futuro del periodismo es que no hay una bala de plata, no hay una bala mágica. Es una mezcla de organizaciones de noticias con fines de lucro y no con fines de lucro y diferentes métodos y prácticas. Eso es lo que necesitamos para asegurar que las comunidades estén bien informadas para que puedan participar en sus comunidades. Y Chris nos va a contar sobre el tremendo progreso que los miembros leones han hecho en el último año y lo que está por delante. Pero primero, comencemos con Courtney. Entonces, Courtney, hace apenas una semana, la campaña del partido de

noticias terminó su campaña veinte de fin de año. Dios mío, tuvimos ciento noventa y cinco organizaciones de noticias participando hace un año.

[00:08:59] Y este año hubo más de doscientos cincuenta. Sé que es demasiado pronto que sigamos contando el impacto que tiene Newswatch, pero ¿qué puede decirnos de la campaña de este año?

[00:09:14] Sí, ciertamente. Así que estoy tan emocionado de estar aquí y amplificar el trabajo que están haciendo las salas de redacción, las redacciones sin fines de lucro están haciendo en todo el país. Jennifer, a tu punto, ¿las noticias coinciden? Veinte campaña acaba de terminar, pero a lo largo de toda la campaña, hemos estado en contacto con las salas de redacción para monitorear cómo van. Creo que es importante nivelar las salas de redacción. Servimos su partido de noticias. Así que el Instituto, una noticia sin fines de lucro, representamos a más de trescientas organizaciones informativas no partidistas. Todos ellos están obligados a cumplir con un conjunto de estándares de independencia editorial, un conjunto de ética y transparencia financiera, que el programa de noticias, recaudan fondos para la campaña del año recaudando dinero que luego es igualado por los financiadores. Es realmente emocionante ver salas de redacción particularmente emergentes que se fundaron en los últimos años para sentir lagunas de información, para llenar vacíos en su objetivo a servir o a audiencias que tradicionalmente son personas de color desatendidas, inmigrantes que son vulnerables a la desinformación. Y me gusta hablar de estas organizaciones en términos de negocios. Ya sabes, están sirviendo están proporcionando un producto de noticias para mercados desatendidos y proporcionando un producto de noticias donde los medios comerciales de noticias podrían haber cedido o nunca invertido en ellos. Y son muy distinguidos de esa manera. Así que quería hablar con algunos de ellos que hemos visto algún éxito anecdótico este año. La primera es la revista Science Journals, la organización de medios de startup que proporciona noticias duramente impactantes a los inmigrantes en Minnesota. Y esta es una población creciente en ese estado. Viven su primera campaña de recaudación de fondos a través del partido de noticias en veinte diecinueve, apenas unos meses después de su lanzamiento, se estaban mojando los pies. Este año lanzaron su segunda campaña de recaudación de fondos. Y lo que fueron capaces de hacer es aprovechar y usar match como una manera de asegurar realmente partidos adicionales de financiadores locales. Proporcionamos una olla de dinero que coincide con los regalos, pero fueron capaces de recaudar cuarenta mil más de fundaciones locales justo en la víspera de Año Nuevo, sólo para hablar con el tipo de trabajo que hacen. Justo en la víspera de Año Nuevo, hubo una situación que ocurrió. Con el presidente somalí en Minneapolis y la policía allanó la casa de este joven, previamente le dispararon fatalmente en una parada en Minneapolis y luego allanaron su casa. Y debido a que el medio de noticias tenía relaciones con la comunidad somalí, pudieron ponerse rápidamente en contacto con la familia inmediatamente después de que ocurriera, informe sobre la historia, lo que dio lugar a que los funcionarios liberaran las imágenes de la cámara del cuerpo. Y este es el tipo de trabajo que estas organizaciones están haciendo y están usando News Mesh para aprender realmente a sostener este tipo de trabajo. Voy a dar un ejemplo más y luego pasarlo. Pero otro son los medios atípicos. Son una toma de medios basada en texto y se conectan. Conectan uno a uno con los residentes en Detroit para proporcionar noticias e información. Y desde abril, han estado en contacto con más de lo que han respondido. Más de ocho mil mensajes de texto con el personal de tres periodistas editoriales. Y lo que aprendimos a través de la campaña de noticias de la campaña de noticias de este año con ellos es que si bien podemos proporcionar las plantillas para llamadas masivas de correo electrónico que funcionan para algunas publicaciones digitales digitales tradicionales, para ellos todo se trata de apelaciones

personales de su personal. Así que sólo aprender los matices y diferencias entre las diferentes salas de redacción y cómo recaudan fondos, siento que ha sido una gran ventaja para la campaña de este año. Y sé que más tarde oírán acerca de su visión para el próximo capítulo de noticias.

[00:13:27] Magic es lo que lo hace tan efectivo es que los líderes de noticias y no con fines de lucro los líderes pasan gran parte del año aprendiendo a perfeccionar sus habilidades de desarrollo de audiencia y sus esfuerzos para construir donantes individuales. Muchas gracias, Sarah Beth. Así que en American en el American Journalism Project. Cuando miramos hacia adelante, cuando nos fijamos en los desafíos que todos enfrentamos como informes originales se han desvanecido, como equitativo e inclusivo, no siempre se proporcionan noticias e información de la comunidad. Y en medio del remolino de la desinformación y usted escribió recientemente en un op ed para Los L.A.

[00:13:56] veces acerca de su preocupación por el aumento de más de quinientos sitios web disfrazados de noticias locales, ¿por qué es tan importante? ¿Por qué el Proyecto de Periodismo Americano es tan importante ahora? Gracias, Jennifer. Sí, como usted dice, estamos viviendo un momento en el que estamos viendo un paisaje muy oscuro para las noticias locales y las implicaciones en cascada en nuestra democracia y nuestra comunidad y la necesidad de aquellos de nosotros que somos firmes optimistas. Tenemos una muy fuerte.

[00:14:39] Oportunidad de tomar un giro ante este problema, y eso es tratar de contrarrestar la proliferación de desinformación con confianza. Periodismo local que tiene sus raíces en los valores del anti-racismo, de involucrar a las comunidades, de proporcionar información y noticias profundamente reportadas a las comunidades, por lo que el Proyecto de Periodismo Americano está usando un modelo filantropía de riesgo, lo que significa que estamos preparando inversiones filantrópicas con planificación empresarial, coaching y desarrollo de capacidades para ayudar a una nueva generación de salas de redacción sin fines de lucro a aumentar sus ingresos y prepararse para ser capaces de expandirse y crecer en más y más comunidades. Jennifer, hablaré con algunas de las organizaciones que creo que realmente nos están dando una idea de lo que es posible. Un ejemplo es Vermont Digger. Ahora es la sala de redacción más grande de Vermont. El año pasado, cuando Covid-19 golpeó Vermont, VTE Digger realmente entró en overdrive produciendo historias para mantener a los Vermonter informados. Produjeron diariamente reuniones informativas sobre el coronavirus, un boletín informativo. Crearon un directorio empresarial de servicios esenciales. Tenían un FNQ que se podía buscar. Lanzaron una búsqueda, una serie de recuerdos de Vermont para cubrir realmente a toda la gente de Vermont que había muerto a causa del virus. Y a finales de octubre, el senador Leahy destacó a Vermont Digger como una de las razones por las que Vermont ha tenido tanto éxito en controlar la propagación del virus porque realmente proporcionaron información consistente que llenó un vacío, que superó la desinformación y sirvió a Vermonter. Y francamente, esto apareció en sus ingresos. El año pasado fue su mejor año en términos de grandes dones y también en términos de membresía. Otra organización con la que estamos muy entusiasmados y creo que da una idea real de lo que es posible con las noticias sin fines de lucro. En septiembre, en Virginia Occidental, ayudamos a lanzar una nueva organización de noticias llamada Mountain State Spotlight. Esto fue lanzado por algunos periodistas prominentes en West Virginia, Ken Ward, que habían ganado un premio MacArthur Genius por su cobertura de los costos humanos y ambientales del carbón. Eric Eyre, quien ganó un Premio Pulitzer por su cobertura de la crisis de opioides en el estado, y Greg Moore, su antiguo editor de

Twenty Seven Years. Dejaron el Charleston Gazette Mail y lanzaron una nueva sala de redacción sin fines de lucro llamada Mt. St. Spotlight. En el momento en que se lanzó en septiembre, ya era la segunda sala de redacción más grande de Virginia Occidental y ellos los lanzaron hablaron del hecho de que ahora es un momento increíblemente importante y más importante que nunca para tener una ciudadanía informada. Y creo que si necesitábamos alguna nueva evidencia de la importancia de un electorado informado, puede haber visto el reportaje de que ayer una de las personas que irrumpió en el Capitolio era un recién elegido legislador estatal republicano de Virginia Occidental. Así que nosotros y yo sólo vamos a decir una en el Proyecto de Periodismo Americano, estamos muy enfocados y francamente obsesionados con el modelo de negocio. Y así, con Mountain State Spotlight, mucha gente preguntó, entiendo cómo un modelo de ganancias puede funcionar realmente exitosamente en un lugar como Texas donde el Texas Tribune ha prosperado y donde hay una enorme cantidad de riqueza y gente que puede apoyar filantrópicamente y el medio ambiente para crear una noticia organización que puede traer en un montón de líneas de ingresos. Y mucha gente pregunta de nuevo cómo funciona allí, pero ¿cómo va a funcionar en un lugar como Virginia Occidental? Y lo que ha sido tan fascinante es que nuestra primera evidencia es que este modelo realmente puede funcionar en un lugar como Virginia Occidental. Son los primeros días, pero estamos viendo realmente buenas pruebas de que hay gente que apoyará desde la perspectiva de los grandes dones. Han traído muchos ingresos de lectores y se están preparando para aportar los ingresos diversificados necesarios para mantener su sala de redacción y mantener informados a los Virginianos Occidentales. Gracias, Sarah Beth. Y Chris.

[00:19:50] Así que anteriormente dirigió a Billy Penn como editor en Filadelfia, y usted es capaz de traer ese espíritu y experiencia de startup a y editores, creo que lo que sería útil es que la gente primero oiga un poco acerca de los editores de línea, cómo comenzó, qué servicios los editores de línea proporcionan a sus miembros, porque es bastante sorprendente cuánto progreso se ha hecho recientemente y en la importancia, la importancia de que haya una mezcla de soluciones. Y con los editores de línea, usted tiene organizaciones de noticias con fines de lucro y no con fines de lucro. Sí, eso es correcto.

[00:19:55] Gracias por sacarlo a la vista. Así que los editores de línea han existido desde 2012.

[00:20:40] Creció casi espontáneamente de manera popular de editores que habían dado este paso, muchos de ellos justo después de la recesión económica que forzó cambios masivos en las salas de redacción justo antes de 2010. Así que tenemos miembros que han estado publicando digitalmente desde entonces, publicando en bolsillos en todo el país. Nuestra membresía es muy parecida a yo y luego membresía y membresía. En realidad hay mucha superposición. Pero la principal diferencia es que alrededor del 60 por ciento de nuestros miembros son con fines de lucro. No quiere decir que sean muy rentables. Es con fines de lucro. Sin ánimo de lucro es un estatus fiscal, no un modelo de negocio. Y lo que hemos hecho desde que empecé, Laham sólo había tenido los recursos para un director ejecutivo y tenía programas financiados por donaciones individuales.

[00:21:16] Pero nos estabilizamos con una beca de la Fundación Caballero hace unos años que nos permitió contratar personal por primera vez. Salimos y formamos alianzas con la Iniciativa Google News y el Proyecto de Periodismo de Facebook y el Fondo para la Democracia, lo que nos permitió duplicar nuestra membresía, eran más de trescientos treinta miembros de California a Connecticut, con un puñado en Canadá en realidad y

construimos sobre ese par. sistema de aprendizaje de sitios ayudándose mutuamente. Lo que hicimos durante el último año fue organizar una serie de lecciones de Lihn, lo que permite a nuestros miembros ayudarse mutuamente, lanzar un programa de membresía o construir un programa de audiencia, hablar sobre estrategias exitosas en torno a subvenciones o construir verticales de patrocinadores. Así que realmente como centrarse en las noticias como una pequeña empresa. También nos asociamos con el Red Lab del Texas Tribune para lanzar algo llamado Entrepreneur Skill Series, que capacitó a estos editores en todo, desde administrar un presupuesto hasta diseñar productos con la audiencia en mente hasta construir negocios de noticias inclusivos, todo lo cual creemos que es importante. Por lo tanto, es realmente un enfoque que se centra en identificar los posibles fundadores y permitirles con herramientas y tecnología para hacer crecer negocios escalables en su comunidad. Eso no es lo mismo que una especie de modelo de noticias fuera de la ciudad como usted ha visto el colapso de mientras la industria de noticias cambia tanto. Y finalmente, una de las cosas que hicimos fue renovar nuestra declaración de misión y nuestros valores como asociación. Hicimos algunos trabajos en este último año. Puedes ver esto en nuestro sitio en este momento. Tenemos nuestro informe de veinte veinte años arriba. Y en realidad, los medios independientes, sean o no con fines de lucro, son clave para esto. Creemos que las empresas que tienen un rostro en su comunidad y son accesibles a esa comunidad y son responsables ante esa comunidad realmente deberían ayudar a las bases para algo de este tipo de plaga de información errónea que hemos visto empujada hacia fuera centralizada y promulgada en las redes sociales de la gente, que el remedio para eso es, en gran medida, medios de propiedad local apoyados y contruidos en torno a las necesidades de una comunidad, al igual que algunos de los trabajos que estamos haciendo en Lyon ahora y asociándonos con otros para hacer especialmente un nuevo proyecto. El catalizador de noticias, llamado Tiny News Collective, es tratar de atraer a más fundadores y fundadores para lanzar salas de redacción en sus comunidades con una base centralizada de apoyo y realmente empezar a tener un objetivo muy ambicioso de lanzar quinientas nuevas salas de redacción en los próximos tres años.

[00:24:16] Si lo hacemos barato, fácil y compartimos el.

[00:24:22] Comparten el tipo de experiencias en un sistema basado en cohortes que deberíamos ser capaces de ayudar a resolver algunas de estas crisis de noticias locales utilizando recursos compartidos para hacerlo. Así que hay muchas cosas pasando en el último año y medio muy ocupado. He pasado aquí en Lyon reuniendo un equipo y trabajando con gente de toda la industria para tratar de hacer algunos de estos cambios. Y Chris, antes de volver a Courtney para hablar de este partido en el papel que Courtney ve para el partido de noticias construyendo el campo, hay un anuncio impresionante por parte de uno de sus miembros hace unas semanas, la agenda de Charlotte uniéndose a Ted Williams, uniéndose a Axios.

[00:24:44] Así que sigue siendo todavía es temprano. Pero el hecho de que tengamos un jugador digital nacional como Axios, entrando en el negocio local de noticias y asociándonos, comprando la agenda de Charlotte y alistando a Ted Williams con su experiencia y su experiencia para ayudar al lanzamiento. Más versiones de la agenda de Charlotte en todo el país. Dime qué oportunidad crees que hay para las comunidades pobres con un modelo tipo Axios? Y ¿cuáles son los límites, francamente, con un tipo de información de la comunidad? Sí, creo que mucho de lo que hemos escuchado en el último quizás uno o dos años ha sido la solidificación de la idea de que las organizaciones sin fines de lucro son una rama muy fuerte sobre la que construir el futuro del negocio de las noticias. Pero no creo que se limite a eso.

[00:25:54] Ted demostró que con un modelo de gastos generales relativamente bajo y algo que era un boletín rentable, acuerdos de año de negocios con patrocinadores. Estas son todas las cosas que Ted salió del lado comercial del periódico Charlotte que era propiedad de McClatchy en ese momento no es correcto y lanzó algo en Raleigh temprano y luego se retiró.

[00:26:08] Era un experimentador, pero al final coincidió y alineó con lo que Axios estaba tratando de hacer, que era similar a lo que cuando Jim Vanderheiden trabajaba en Politico, lo que hicieron cuando adquirieron capital en Nueva York, antes de convertirlo en una rama local de Político, antes de doblarlo en el toda la organización. Así que Ted fue capaz de captar una ola que cuando construyes un negocio como beneficio, eres capaz de construir equidad en ese negocio y que la equidad podría tener valor para otra persona. Hay ventajas al lanzar una sala de redacción con fines de lucro. Es más rápido lanzarse como LLC y no formar una junta directiva y no esperar a que el estado de cinco a un C tres del gobierno. Pero podrías estar en el gancho de los impuestos, ¿verdad? Así que es un poco más complicado conseguir becas. Necesitas encontrar un patrocinador fiscal y cosas por el estilo. Así que hay diferentes aros por recorrer. Pero al final usted podría ser adquirido, podría construir capital en un negocio en el que alguien más ve valor e invertir y encontrarse a sí mismo parte de otra empresa, que es una salida, ya sea que sea una sala de redacción u otro negocio privado. Esa es una historia final con la que el dueño de un pequeño negocio está bastante familiarizado. Así que creo que es una buena historia de tendencia ascendente. Hemos escuchado muchas noticias negativas en la industria de noticias y mucha preocupación justificada por el futuro de las noticias locales. Pero pequeñas organizaciones de luz, bajos gastos generales y alto potencial todavía pueden ser una fuente de adquisición para las empresas que buscan crecer rápidamente y probablemente o en este caso, no sintieron la necesidad de repetir lo que otra persona ya había hecho y encontraron más rápido invertir en lo que ya existe. Genial, gracias.

[00:28:19] Seguro que lo es. Seguro que es una historia inspiradora. Y Courtney, cuéntanos que compartiste ejemplos tan maravillosos cuando describe el papel de los medios atípicos y el Sahan Journal, ¿qué nos dice sobre tu visión para el partido de noticias en el próximo año y para los miembros de Newswatch? Porque una de las cosas más importantes, creo que usted notó fue que yo y los miembros acatamos las pautas, directrices y valores compartidos de la comunidad, el compromiso de ser independientes, ser transparentes sobre su financiación, para usar esa transparencia y un alto compromiso con la ética y estándares más altos para construir confianza en sus comunidades. Entonces dínos, ¿cómo ves que el programa de noticias se avanza? Sí, creo que el futuro de las noticias coincide.

[00:28:45] El componente del partido es realmente la punta del iceberg del programa. Debajo de la superficie hay una inversión en conocimientos y habilidades y desarrollo de talentos para aprovechar realmente esa oportunidad de aprovechar la oportunidad de una campaña de regalos a juego.

[00:29:15] Y siento que el futuro del programa se está duplicando en ese componente del programa, que la creación de capacidades y el desarrollo de capacidades dentro de las salas de redacción para recaudar fondos tanto para las noticias coincidieron pero realmente durante todo el año. Creo que eso puede suceder de dos maneras.

[00:29:55] Uno, el programa se expande para cubrir realmente el arco completo de construir una estrategia de campaña, no sólo en este momento. Tenemos muchos recursos invertidos en implementar su estrategia de campaña, pero creo que tenemos que ampliar lo que incluso es una estrategia de campaña. ¿Quién es tu objetivo? ¿Cómo romperás la actuación de tu papá para informar cómo vas a correr? La campaña del próximo año de la segunda oportunidad se relaciona con lo que Sarabeth mencionó anteriormente sobre sus salas de redacción que están tomando nuevas formas y tienen nuevo tono y nueva voz y algunas de las mejores prácticas de recaudación de fondos, tal vez para una publicación digital podría ser diferente para estas salas de redacción que son realmente adoptando un enfoque innovador. Entonces la pregunta es, ¿pueden las noticias coincidir, expandir e incentivar o acelerar alguna de esa innovación cuando se trata, cómo recaudan fondos? Creo que va a ser una gran oportunidad y pregunta a responder el próximo año. Y creo que estamos hablando en términos de hierro y miembros. Estabas mencionando todos los estándares que necesitan cumplir. Otra gran oportunidad el año que viene va a ser realmente educar al público sobre por qué eso importa, permitiendo que haya una campaña para que la gente se dé cuenta de lo que distingue a estas salas de redacción de otras fuentes de información y facilitando a la gente encontrarlas y descubrir noticias de calidad en su comunidad. Así que me siento como los que están en el horizonte para cuatro noticias el próximo año. Gracias, Courtney. Y de nuevo, estamos tan emocionados de que estés en este papel y liderando el camino. -Sara Beth. Ayer de nuevo en el Capitolio de Estados Unidos.

[00:31:39] Vimos a tantas personas claramente desinformadas hace cuatro años, que podíamos culpar a los trolls rusos por la difusión de la desinformación y la desinformación. Pero en los últimos años, tristemente, ha sido el presidente de los Estados Unidos quien ha estado difundiendo desinformación y desinformación y tanta gente la comparte en las redes sociales y la consume en las redes sociales. Volviendo a lo que usted dijo acerca de la importancia del reportaje local, ¿cómo podría y por qué es tan importante para las comunidades, que las comunidades tengan lo que el Proyecto de Periodismo Americano describe como una organización de noticias de la comunidad de CNN? Y ¿por qué el modelo sin ánimo de lucro es tan importante para construir esa confianza y compromiso en informes de calidad y noticias e información de calidad a nivel local? Gracias, Jennifer.

[00:33:01] Quiero decir, eso no es lo que Courtney estaba diciendo en torno a crear conciencia sobre este tema para ti y para mí y probablemente para la mayoría de la gente sintonizando, la crisis en las noticias locales es algo de lo que estamos profundamente conscientes. Pero la realidad es que la gran mayoría de los estadounidenses, más de dos tercios de los estadounidenses, no saben que las noticias locales están en crisis. Así que tenemos un trabajo que jugar para ayudar realmente a la gente a entender que hay un problema aquí y, lo que es más importante, que hay soluciones prometedoras. Y la solución. Una de las soluciones va a implicar un nuevo contrato social, la creencia de que nosotros como estadounidenses necesitamos mantener este servicio público que es un compañero vital para nosotros como ciudadanos. Es una herramienta que necesitamos para poder participar en nuestras comunidades. Y lo que parece prácticamente desde nuestra perspectiva es que tenemos que estar a nivel nacional, realmente tratando de generar impulso y apoyo filantrópico para ayudar a crear una nueva generación de salas de redacción que lo hagan. Construir diversos ingresos y proporcionar a sus comunidades noticias e información, y a nivel local, necesitamos organizaciones que puedan construir un movimiento local, que puedan convertirse en lo que hemos estado usando el término «anclaje de redacciones» en sus comunidades que puedan involucrar a sus comunidades y proporcionarles el reportajes originales que las comunidades están pidiendo y que quieren que puedan establecerse como verdaderas pilares de las

comunidades. Y vemos que eso aparece en los ingresos. Mencioné VTE Digger a principios del mismo año en el que están teniendo un impacto muy grande en. El reportaje es también un año en el que están teniendo realmente grandes ingresos, porque cuando la gente ve o valora, apoyará tanto filantrópicamente como lectores, como miembros y desde la perspectiva del modelo sin fines de lucro, por qué pensamos que es tan importante. Quiero decir, desde nuestra perspectiva, se trata de mirar a nivel nacional y decir ¿cómo nos aseguramos de tener una ciudadanía informada? ¿Cómo construimos un modelo de negocio que pueda proporcionar esto? Servicio vital a las comunidades, y eso nos lleva a creer que necesitamos encontrar un modelo de negocio que sea sostenible y creemos que el camino hacia un modelo sostenible va a ser a través de la construcción de modelos de ingresos mixtos de comunidad, de los cuales la filantropía debe desempeñar un papel importante, pero no el conjunto papel. Por supuesto, hay muchas líneas de ingresos diferentes que estas organizaciones deben y pueden perseguir eventos, pequeños regalos de dólares, ingresos publicitarios. Pero la filantropía puede jugar un papel muy grande e importante. Y vemos. Nosotros mismos y otros en este movimiento como tratando de establecer esto como una prioridad filantrópica. El hecho es que la filantropía históricamente no ha financiado el periodismo en gran medida porque no lo necesitaban porque el periodismo se sostenía a sí mismo. Pero ahora, como vemos, como vimos ayer, las implicaciones reales de lo que sucede cuando la desinformación se apodera y aumenta la polarización. Necesitamos filantropía para empezar a decir esto. Queremos que nuestras comunidades estén informadas. Y junto a nuestras otras prioridades filantrópicas, vamos a priorizar el periodismo porque sabemos que eso es fundamental para ser las otras prioridades que tenemos. Si nos preocupamos por la educación, tenemos que preocuparnos de si la escuela local o la junta escolar local o las juntas chárter están siendo cubiertas o no. Y eso es cierto para muchos de los otros temas, temas filantrópicos que priorizamos.

[00:37:05] Gracias, Sarah Beth, y tenemos varias preguntas de Twitter y del chat de nuestra audiencia, y me gustaría recurrir a Chris para responder a una de estas preguntas sobre el papel de la alfabetización mediática y.

[00:37:28] Cuando lo mires.

[00:37:30] En lo que sus miembros están produciendo todos los días, esta es una especie de combinación de las dos preguntas si los medios de comunicación, si los medios locales deberían estar más comprometidos e involucrados en la alfabetización mediática y ayudar a los consumidores a entender la diferencia entre lo que Chris, por ejemplo, los miembros leones están produciendo y los ¿Quince cientos sitios web disfrazados como noticias locales? Sí, quiero decir, creo, ya sabes.

[00:38:05] Las publicaciones locales que forman parte de Lyon son parte de estas otras asociaciones, parte de CNN, parte de la AP, se mantienen, deben mantenerse a altos estándares profesionales, deben ser transparentes con sus audiencias sobre las noticias.

[00:38:24] Creo que el ojo en Lyon, la parte independiente es, es que no se puede subestimar lo importante que es para estos sitios practicar lo que predicán en términos de contar historias para la comunidad basadas en las necesidades de esa comunidad, representativa de esa comunidad, escuchar las necesidades de esa comunidad y proporcionar no sólo noticias e información, sino todo un plan de negocios en torno a lo que la comunidad necesita este año, realmente por primera vez en una pandemia, especialmente una que no trata de ser política aquí. Pero creo que es fácil decir que fue una respuesta descentralizada por primera vez. Puedes decir noticias locales. Siempre

has sido capaz de decir que ha sido importante para la salud cívica de la comunidad. Pero en una pandemia, las noticias locales salvan vidas, información local precisa. Podemos decir si estamos apuntando a un brote de coronavirus, si estamos apuntando a un punto caliente y las noticias locales a veces son la única fuente de información crítica para la salud pública real de una comunidad. Derecha.

[00:39:14] Así que especialmente en un momento en que las pequeñas empresas están sufriendo tanto como cualquier otra cosa, las pequeñas empresas han sido tradicionalmente una parte clave del modelo de negocio para casi todos los tipos de medios de comunicación. Y, ya sabes, antes de 2020 estrategia que fue bastante exitosa, se basaba en eventos y dónde ir y qué hacer. Y entonces no había adónde ir ni nada que hacer durante largos periodos de tiempo.

[00:39:52] Correcto. Así que.

[00:39:55] Ha sido una experiencia de aprendizaje.

[00:40:00] A tu punto, sobre los mil quinientos sitios web bonables, creo que definitivamente es algo de lo que hay que tener en cuenta. Creo que al menos no hemos visto ningún movimiento desde lugares como ese para tratar de ser miembro o infiltrarnos en nuestras asociaciones. Ciertamente lo somos. Nuestras pautas de aplicación definitivamente trazan algunas líneas para tratar de mantenerlo fuera. Y aprobamos a todos los miembros a mano. Entonces no vamos a ver a ninguno de esos arrastrarse bajo el estandarte de la línea. Y estoy seguro que es lo mismo con las otras organizaciones. No estoy convencido de cuánta audiencia tienen esos lugares versus formas de tratar de ordeñar a los políticos locales para obtener dinero para comunicados de prensa. Pero usted es nuestros negocios locales con propietarios locales son tiendas locales, leer local, comprar local. Es un buen mensaje apoyar a sus vecinos en esfuerzos que realmente están dirigidos a la salud cívica y a la salud pública.

[00:40:52] Así que sólo nos quedan un par de minutos y todavía tenemos más preguntas en el chat, así que lo que me gustaría hacer es hacer la pregunta acerca de la diversidad, la equidad y la inclusión, porque, como todos sabemos, los medios tradicionales, Courtney, como usted señaló, no servían a todas las comunidades.

[00:41:18] Y usted destacó algunos medios internos y atípicos, que han sido los dos sitios que han hecho un trabajo realmente excelente al servir a comunidades tradicionalmente insuficientemente representadas. Entonces, ¿qué cambia en las respuestas? Y sólo quiero a todos para saltar aquí. ¿Has visto en el campo y qué es diferente y lo que ha cambiado desde que el movimiento Vidas Negras Matter? Creo que muchas de estas organizaciones se distinguen por la confianza que tienen con esas comunidades, y por eso, son capaces de acceder honestamente a perspectivas e historias que en narrativas que en realidad son difíciles de acceder para otros medios porque no hay una relación o no hay confianza.

[00:41:52] Me siento como Sarah Beth, lo que ha sido lo más alentador ver es cómo están ganando éxito en el sostenimiento de este trabajo y que su trabajo está muy impulsado por la misión. Pero también tiene sentido en términos de su capacidad para recaudar fondos en, dentro y financiarlo. Y creo que es realmente lo más emocionante de ver. En otro ejemplo que no mencioné antes, pero uno que todos deberían revisar es PRISM. Están en nuestro perro PRISM, pero fueron recientemente fundados este año para tomar honestamente los titulares y mirarlo desde una perspectiva de gente de color e indígenas

en América e inmigrantes en América y realmente ser una voz y añadir una nueva narrativa y perspectiva a los titulares. Y por eso creo que el hecho de que estamos viendo promesa en su capacidad de recaudación de fondos y sostener realmente es como un caso y un incentivo para que otros surjan en su comunidad y para que otras organizaciones de noticias importantes de legado se expandan, amplíen su alcance.

[00:43:13] Gracias.

[00:43:33] ¿ Y qué esfuerzos, Sarah Beth y Chris, están viendo sus organizaciones tomar para abordar las brechas en la diversidad y servir a las comunidades insuficientemente representadas? Sí, y AGP, como saben, estamos enfocados en construir una próxima generación de salas de noticias, y mientras pensamos en eso, estamos poniendo al frente y centrando la creencia de que tenemos la oportunidad de construir una nueva infraestructura local de noticias que refleje y comprometa la diversidad del país.

[00:43:34] Y lo que parece es invertir en líderes que provienen de comunidades históricamente marginadas y organizaciones en las que se están enfocando.

[00:43:53] Al servicio de audiencias históricamente marginadas, acabamos de anunciar el mes pasado una nueva inversión en una organización muy prometedora llamada DocumentED in New York City que se centra en servir a las comunidades de inmigrantes en Nueva York.

[00:44:43] Y han empezado con una población de habla española. Tenían un enorme canal de WhatsApp donde no solo están presionando información, sino escuchando información y desarrollando ese ciclo de retroalimentación continua con sus comunidades. Y ven una oportunidad real para continuar expandiendo ese modelo. Y hemos invertido en ellos para ayudarlos a hacer eso en nuevas comunidades de inmigrantes en Nueva York. Y lo que estamos encontrando para ser realmente prometedor es que creo que esto está en la parte superior de nuestra agenda colectiva, que sabemos que necesitamos mantenernos a un nivel mucho más alto en términos de asegurarnos de que las noticias locales no sean para algunos, sino que realmente lo son para todas las comunidades y todos los participantes y comunidades. Entonces, Chris, te entregaré esto. Sé que todos ustedes han estado pensando mucho en esto también.

[00:45:07] Agradecemos especialmente a través de nuestro trabajo con la iniciativa Google News en un programa que ejecutamos llamado Jeanna North America Startups Boot Camp, donde ayudamos a una especie de veinticuatro nuevos proyectos, la gran mayoría de los cuales fueron propiedad y operados por. Por gente de color, en comunidades necesitadas y ayudar a esos fundadores y financiadores con apoyo en esa etapa inicial crucial es realmente el trabajo del que nos sentimos muy orgullosos y el apoyo que creemos que va a marcar la diferencia en la salud a largo plazo de aquellos de esos fundadores estaban realmente entusiasmados de hablar de la segunda fase de eso, lo que vamos a ayudar a las organizaciones existentes con el apoyo, incluyendo una cierta cantidad de fondos de los jeani, así como coaching uno a uno para esos fundadores. La información sobre cómo las personas pueden solicitar ese programa son editores en línea dot com en este momento, así como startups como dot com.

[00:46:52] Usted puede encontrar información sobre si usted está en una posición de dirigir una de estas organizaciones y necesita ese tipo de apoyo, en realidad estamos buscando llenar espacios en ese campamento en este momento. Va a empezar en breve y pasará hasta abril, quiero decirlo. Sí, es un momento muy emocionante en Lihn para

poder proporcionar este tipo de apoyo clave. Bueno, gracias a todos, por unirse a nosotros hoy y gracias por desempeñar papeles clave e importantes de liderazgo, ya que juntos estamos reconstruyendo el panorama mediático local de la misma manera que podemos luchar contra el mal discurso con buen discurso. Luchemos contra la desinformación y la desinformación con información e información precisa no partizana, independiente y original y noticias e información de la comunidad. Gracias a todos. Muchas gracias por unirse a nosotros hoy. Y por favor únete a nosotros, todos, la próxima semana al mismo tiempo para Discovery.