

Informando a las COMUNIDADES

Sosteniendo la democracia en la era digital

E L I N F O R M E D E



**LA COMISIÓN
KNIGHT** SOBRE LAS

NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS COMUNIDADES

EN UNA DEMOCRACIA

La Comisión Knight le invita a participar en el diálogo público sobre este informe a partir del 2 de octubre de 2009 en www.knightcomm.org o con el “hashtag” de Twitter #knightcomm.

Copyright ©2009 de The Aspen Institute

The Aspen Institute

One Dupont Circle, NW
Suite 700
Washington, DC 20036

Publicado en los Estados Unidos de América por The Aspen Institute
Reservados todos los derechos
Impreso en los Estados Unidos de América

ISBN: 0-89843-511-0



Esta obra tiene la licencia de Creative Commons Attribution-Noncommercial 3.0 United States License. Para ver una copia de esta licencia, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/us/> o escriba a Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Se pide a los interesados que citen este informe y su contenido. Al hacerlo, tengan la amabilidad de dar el crédito de la siguiente forma:

La Comisión Knight sobre las Necesidades de Información de las Comunidades en una Democracia, *Informando a las Comunidades: Sosteniendo la Democracia en la era Digital*, Washington, D.C.: The Aspen Institute, October 2009.

Para más información, diríjase a:

The Aspen Institute
Communications and Society Program
One Dupont Circle, NW
Suite 700
Washington, DC 20036
Phone: (202) 736-5818
Fax: (202) 467-0790
www.aspeninstitute.org/c&s

Para la compra de copias adicionales de este informe, diríjirse a:

The Aspen Institute
Publications Office
P.O. Box 222
109 Houghton Lab Lane
Queenstown, Maryland 21658
Teléf.: (410) 820-5326
Fax: (410) 827-9174

Publicación y página web de Collaborative Communications Group
El gráfico del fondo de la cubierta fue creado en parte en www.wordle.net.



La comisión es un proyecto de The Aspen Institute Communications and Society Program y de John S. and James L. Knight Foundation.

ÍNDICE

Prólogo, Alberto Iburgüen y Walter Isaacson	I
Declaración de los copresidentes, Marissa Mayer y Theodore B. Olson	V
Resumen Ejecutivo	XI
Informando a las comunidades: sosteniendo la democracia en la era digital. El Informe de la Comisión Knight sobre las Necesidades de Información de las Comunidades en una Democracia	
Introducción	1
Parte I: ¿Cuáles son las necesidades de información de las comunidades en una democracia?	9
Parte II: Conclusiones y estrategias recomendadas por la Comisión	
A. Maximizar la disponibilidad de información relevante y creíble	23
B. Aumentar la capacidad de las personas	40
C. Promover el compromiso público	52
Conclusión y llamamiento a la acción	62
Notas finales	65
Apéndices	
Evaluar: ¿Es la suya una comunidad de información saludable?	73
Memorando del director ejecutivo: Puntos de acción potencial	77
Oradores de las reuniones de la Comisión Knight	85
Oradores de los foros comunitarios de la Comisión Knight	87
Asesores informales	93
Miembros de la Comisión	101

El Informe de la Comisión Knight sobre las Necesidades de Información de las Comunidades en una Democracia

MIEMBROS

Marissa Mayer, *Copresidenta*

Theodore B. Olson, *Copresidente*

danah boyd

John Carroll

Robert Decherd

Reed Hundt

Alberto Ibargüen, *Ex-Officio*

Walter Isaacson, *Ex-Officio*

Benjamin Todd Jealous

Mary Junck

Mónica Lozano

Lisa MacCallum

Andrew Mooney

Donna Nicely

Michael Powell

Rey Ramsey

Paul Sagan

DIRECTOR EJECUTIVO

Peter M. Shane

Prólogo

La idea de una comisión de alto nivel para examinar las necesidades de información de los ciudadanos y comunidades americanos del siglo 21 surgió en el foro del Aspen Institute realizado en el verano de 2007.

Los participantes en esa discusión notaron tanto la expansión de la tecnología digital como que, en una democracia, la información es una necesidad central de la comunidad. Igualmente, se suscitó la idea de que los individuos con herramientas y conocimientos digitales tienen una clara ventaja política, social y económica sobre aquellos que carecen de ellos, como ocurre con aproximadamente el 60 por ciento de los americanos que tienen acceso a banda ancha sobre los que residen en áreas rurales o los pobres que carecen del mismo.

Finalmente, estábamos empezando a darnos cuenta de que la gente con acceso digital tiene una actitud nueva frente a la información. En lugar de recibirla pasivamente, los usuarios digitales esperan ser dueños de la información, comprometiéndose activamente en ella, respondiendo, conectando. En suma, esperan poder actuar sobre ella y con ella en un instante.

Evolucionó la tesis de que la tecnología estaba cambiando las actitudes hacia la información de manera básica, críticamente importante, pero que el flujo libre de todo tipo de información continúa siendo tan crítico como siempre para la esencia de la democracia. Propusimos que se formara una comisión para cerciorarse sobre la naturaleza de este cambio y sugerir una vía, o vías, de seguir adelante.

En abril de 2008, la John S. and James L. Knight Foundation y el Aspen Institute anunciaron la formación de la Comisión Knight sobre las Necesidades de Información de las Comunidades en una Democracia. En lugar de centrarse en los medios, la Comisión Knight debía centrar su atención en las comunidades, en los lugares donde la gente vive y trabaja. La Comisión recibió una tarea engañosamente simple:

1. Articular las necesidades de información de una comunidad en una democracia.
2. Describir el estado de las cosas en Estados Unidos, y
3. Proponer directivas de política pública que ayudaran a movernos desde el punto en que nos encontramos hoy hacia donde debemos estar.

El resultado no es un producto estándar y estamos complacidos. Este informe se centra en la información que la gente realmente necesita y parte de ese punto para sugerir formas en que se puede mejorar el flujo de información y sus usos. Éste es un enfoque fundamentalmente diferente de la política tradicional de medios que buscaba promover o regular los medios existentes. Debido a que el ritmo actual del cambio de la tecnología de la información es rápido hasta el punto de desafiar la regularización o regulación, el enfoque de la Comisión es el de dirigir la mirada hacia el verdadero norte de lo que es constante, la necesidad del flujo libre de información en una democracia.

Nada de lo que contiene este informe tiene la intención de ser prescriptivo. Todo lo encerrado en este informe tiene por objeto proponer y estimular el debate.

Sin embargo, la visión nace de los valores claves y nos parece axiomático que el acceso a la información sea esencial, mientras que la definición de lo que es información valiosa esté abierta a debate. Por lo tanto, si no hay acceso a la información, se niega a los ciudadanos un elemento imprescindible para la participación en la vida de la comunidad. Esto es tan cierto políticamente (al negar a los electores información sobre candidatos y temas) como lo es socialmente (considerando las redes sociales digitales) y económicamente (en un mundo donde las solicitudes para puestos de principiantes en MacDonal'd's o Wal-Mart deben hacerse en línea, negar el acceso digital equivale a negar la oportunidad).

¿Qué debe hacer un gobierno? Creemos que hay una lección en las administraciones de Dwight D. Eisenhower y Abraham Lincoln. Ellos comprendieron la necesidad de conectar a la nación y lo hicieron usando la tecnología más moderna y popular. En medio de la Guerra Civil, la nación se embarcó en la construcción del tren transcontinental que unía el Este y el Oeste para el comercio y el desarrollo. Después de la Segunda Guerra Mundial, Eisenhower hizo que se construyera el Sistema de Autopistas Interestatales de Estados Unidos, permitiendo la conexión de toda la nación por auto y camión.

Lincoln no preguntó si la gente viajaba por placer o comercio. A Eisenhower no le importaba si usted conducía un Cadillac o un Ford. A ellos les importaba que la nación estuviera conectada y ésa es nuestra lección. Hoy en día, en el área de las comunicaciones no hay un papel mayor para los entes públicos, ya sea la Casa Blanca, el Congreso o las legislaturas estatales y locales, que invertir en la creación del acceso universal de banda ancha para todos los americanos, independientemente de la riqueza o edad, de si viven en comunidades rurales o urbanas. Facilitar la construcción de una infraestructura nacional digital de banda ancha y asegurar el acceso universal a ella es un papel grandioso y adecuado para el gobierno.

La Comisión Knight propone además que adoptemos como política nacional el fortalecimiento de la capacidad de las personas de comprometerse con la información. El acceso es el comienzo; la educación y la capacitación, el compromiso público y la transparencia del gobierno son los pasos lógicos siguientes. Muchas variaciones en estos temas se sugieren aquí como el inicio para un debate nacional.

Una nota final: el periodismo importa. Si bien la Comisión Knight no se ha lanzado a “salvar” el periodismo, y su interés está dirigido hacia las comunicaciones de manera más general, se comprende claramente que debemos encontrar modelos sostenibles que apoyen el tipo de periodismo que ha informado a los americanos. La búsqueda justa, precisa y contextual de la verdad es un valor que merece conservarse.

Al formar la Comisión Knight, nosotros deliberadamente no quisimos escoger un panel de “expertos.” Si bien buscamos la diversidad de puntos de vista, el tamaño del grupo significó que no tendríamos una representación plena de cada extremo, aunque tratamos de corregir esto a través de una amplia gama de testigos en las audiencias. Les estamos agradecidos y también al personal de apoyo porque conseguimos lo que queríamos: un informe perspicaz hecho por un panel de 15 pensadores americanos que, esperamos, va a suscitar un debate saludable que redundará en beneficio de nuestra democracia.

Alberto Ibargüen
Presidente y CEO
John S. and James L. Knight Foundation

Walter Isaacson
Presidente y CEO
Aspen Institute

Declaración de los copresidentes

La Comisión Knight sobre las Necesidades de Información de las Comunidades en una Democracia fue creada en 2008 para recomendar reformas políticas y otras iniciativas públicas para ayudar a las comunidades americanas a cubrir mejor sus necesidades de información. Este proyecto no habría sido posible sin el apoyo y la generosa financiación de John S. y James L. Knight Foundation, dirigida por su presidente y director ejecutivo Alberto Ibargüen, y el talento de organización y asistencia del Aspen Institute, dirigido por su presidente y director ejecutivo Walter Isaacson. Damos las más sentidas gracias a Alberto y a Walter, al igual que a Charles M. Firestone, quien dirige el Aspen Institute Communications and Society Program, que proporcionó a la Comisión su sede institucional.

El informe actual de la Comisión Knight representa meses de intenso estudio y debate entre los comisionados, que en su totalidad dieron su aporte a este esfuerzo con maravillosa perspicacia, franqueza y buena voluntad. Si bien este informe transmite el centro de gravedad de las deliberaciones de los comisionados, es comprensible que no todos los comisionados están de acuerdo con cada frase o punto del informe.

Sin embargo, no habríamos podido alcanzar el éxito sin la ayuda de muchos otros. Peter M. Shane, titular de la Cátedra de Derecho Jacob E. Davis and Jacob E. Davis II de la Universidad Estatal de Ohio, fungió como nuestro Director Ejecutivo, llevando la responsabilidad principal de la programación de las reuniones y de los foros comunitarios de la Comisión y sirvió como redactor principal de la comisión, trabajando en colaboración con Charlie Firestone y con Michael Fancher, hace poco jubilado Editor Ejecutivo durante 20 años del *Seattle Times*, bajo cuyo liderazgo el *Times* obtuvo cuatro Premios Pulitzer.

Otros funcionarios y consultores claves del Aspen Institute fueron Erin Silliman, que se desempeñó como administradora del proyecto; la investigadora asociada Musetta Durkee y Jessica Schwartz Hahn, de Peitho Communications, quienes nos asesoraron en nuestros esfuerzos externos. Durante todo el proceso el equipo de Aspen contó con la asistencia de sus colegas de la Knight Foundation Eric Newton, Vicepresidente de Periodismo; Gary Keibel, Director del Programa de Periodismo; Marc Fest, Vicepresidente de Comunicaciones; y Mayur Patel, Director de Evaluación Estratégica e Impacto.

Durante abril y mayo de 2009, la Comisión inició un periodo de información pública que recibió más de 1,100 respuestas a una serie de preguntas en línea, además de reacciones a un esbozo de introducción de nuestro informe. Ese proceso fue posible gracias al equipo de PBS Engage, incluyendo a Angela Morgenstern, Directora Sénior de PBS Interactive; Jayme Swain, Directora de PBS Engage; Amy Baroch, Administradora Sénior de Proyecto de PBS Engage; Betty Álvarez, Administradora de Contenido de PBS Interactive; y Kevin Dando, Director de Comunicaciones Digitales y Educativas.

Por supuesto, la comisión también aprendió mucho de los muchos expertos y miembros de la comunidad que compartieron sus puntos de vista con nosotros en nuestras reuniones de comisión y foros en todo el país. Los apéndices de este informe identifican a todos nuestros testigos, así como una lista de expertos y líderes de una variedad de campos que gentilmente actuaron como asesores informales durante todo el proceso para el Aspen Institute Communications and Society Program. Les estamos agradecidos a todos ellos.

Al hacer nuestro trabajo, hemos estado conscientes de que seguimos el camino trazado por otras distinguidas comisiones. Entre ellas se cuentan la Comisión Hutchins de fines de la década de 1940, cuyo informe *A Free and Responsible Press* (Una prensa libre y responsable) aún habla de manera significativa de las responsabilidades sociales de los medios; la Carnegie Commission on Educational Television, cuyo informe de 1967 dio un impulso significativo al financiamiento de la televisión pública en Estados Unidos; y la National Advisory Commission on Civil Disorders (mejor conocida como Comisión Kerner), que, en 1968, criticó a los medios por informar de forma incompleta y a menudo imprecisa sobre los asuntos afroamericanos en las comunidades americanas.

En cierto sentido, la esfera de acción de la Comisión Knight ha sido incluso más amplia que el centro de atención de nuestros predecesores porque nosotros hemos intentado observar comprensivamente la circulación de noticias y la información en las comunidades locales. Este mandato requiere que nosotros averigüemos no

sólo el estado de la prensa, sino también la función de otras instituciones claves. Éstas incluyen el gobierno, firmas de tecnología, bibliotecas, escuelas, fundaciones, organizaciones de desarrollo comunitario y otras organizaciones privadas que conforman las instituciones de la sociedad civil.

Sin embargo, hay un hilo que claramente une todos estos esfuerzos durante las décadas: un deseo de proteger y realzar la democracia americana a través de la información. Con ese espíritu nos complace presentar este informe al pueblo americano. Creemos que la Comisión ha identificado con precisión una serie de retos profundos si América quiere alcanzar el ideal de tener comunidades verdaderamente informadas. También nos causa emoción y nos da energía todo lo que hemos aprendido acerca de los individuos creativos y dedicados de todas las edades y caminos en la vida en todo Estados Unidos, que están tratando de ayudar a que se cumplan estos retos para beneficio de todos. Esperamos que se despierte el diálogo sobre estos temas en los días y años venideros.

Copresidentes

Marissa Mayer

Theodore B. Olson

2 de octubre, 2009



No debe haber
ciudadanos de segunda
clase en las comunidades
democráticas de la era digital.

E L I N F O R M E D E



**LA COMISIÓN
KNIGHT** SOBRE LAS

NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS COMUNIDADES

EN UNA DEMOCRACIA

Resumen Ejecutivo

Resumen Ejecutivo

Ha llegado el momento de pensar de nuevo y de tomar acciones resueltas a fin de mejorar dramáticamente las oportunidades de información que tiene el pueblo americano, la salud de la información de las comunidades del país y la vitalidad de la información de nuestra democracia.

La Comisión Knight sobre las Necesidades de Información de las Comunidades en una Democracia cree que América se encuentra en una coyuntura crítica en la historia de las comunicaciones. La tecnología de la información está cambiando nuestras vías en formas que no podemos prever con facilidad. A pesar de lo dramáticos que ya han sido los impactos, apenas están comenzando.

La era digital está creando un renacimiento de la información y de las comunicaciones. Pero no está sirviendo por igual a todos los americanos y a sus comunidades locales. Aún no está sirviendo a la democracia plenamente. El modo en que reaccionemos, individual y colectivamente, ante esta falla democrática afectará a la calidad de nuestras vidas y a la naturaleza misma de nuestras comunidades.

América necesita “comunidades informadas”, lugares donde la ecología de la información satisfaga las necesidades personales y cívicas de información. Esto significa que los ciudadanos tienen las noticias e información que necesitan para aprovechar las oportunidades de la vida para sí mismos y sus familias. Necesitan información para participar plenamente en nuestro sistema de autogobierno, para ponerse de pie y ser escuchados. Esta visión se mueve por los valores democráticos de apertura, inclusión, participación, poder y la búsqueda común de la verdad y el interés público.

Para alcanzar esto, la Comisión urge a la nación y a sus comunidades locales a perseguir tres objetivos ambiciosos:

- Maximizar la disponibilidad de *información* relevante y creíble a todos los americanos y a sus comunidades;
- Fortalecer la *capacidad* de las personas de comprometerse con la información, y
- Promover el *compromiso* individual con la información y la vida pública de la comunidad.

Los testimonios públicos ante la Comisión pusieron al descubierto que las comunidades de América tienen amplias necesidades de información. Esas necesidades están cubiertas de manera desigual, de una comunidad a otra. Algunas poblaciones tienen acceso a las noticias locales y a otras informaciones relevantes a través de los periódicos, transmisiones de radio y de televisión, canales locales de noticias por cable, sitios Web hiperlocales, servicios que conectan a reportes policiales y otras fuentes de información local, blogs y alertas por móviles. Otros no cuentan con servicio alguno o lamentablemente tienen carencias considerables.

La información
es tan vital
para el buen
funcionamiento
de las
comunidades
como el aire
limpio, las calles
seguras, las
buenas escuelas y
la salud pública.

Las instituciones periodísticas locales que tradicionalmente han servido a la democracia mediante la promoción de los valores de apertura, responsabilidad y compromiso público se encuentran en crisis por los cambios financieros, tecnológicos y de comportamiento que están ocurriendo en nuestra sociedad. Incluso antes de la recesión de 2008, muchas organizaciones noticiosas tuvieron que hacer frente a audiencias menos numerosas y menores ingresos por publicidad. Con la recesión, están sufriendo aún más. Es claro que hay razones para sentir ansiedad por las consecuencias para el periodismo local y, por lo tanto, para el gobierno democrático local.

Las tecnologías para adquirir y difundir las noticias y la información están cambiando rápidamente. Los medios emergentes se han convertido en fuerzas

sorprendentes que permiten conectarse al público. Pero no han alcanzado aún su potencial pleno en el servicio de comunidades geográficas, los lugares físicos donde la gente vive y trabaja.

Las necesidades de información de América son aún más urgentes debido a la recesión económica de 2008. Pero las crisis de ese tipo a menudo crean oportunidades y la Comisión considera que el momento actual marca una época de grandes posibilidades.

Es el momento de la oportunidad tecnológica. Abundan los experimentos en la comunicación social. El advenimiento de Internet y la proliferación de los medios móviles están desencadenando un torrente de innovaciones en la creación y distribución de información. Quienes poseen y saben cómo usar los sofisticados dispositivos de computación interactúan sin mayor problema con un sistema de información global tanto en casa como en público.

También es un momento para la oportunidad periodística y política. Las organizaciones de información, incluso muchas empresas periodísticas tradicionales, están aceptando los nuevos medios de maneras únicas y poderosas, desarrollando nuevas estructuras para la difusión de y acceso a la información. Los líderes políticos y muchas entidades del gobierno están elaborando ambiciosas agendas para la apertura. El potencial de uso de la tecnología para crear una democracia más transparente y conectada nunca ha sido más brillante.

En esta coyuntura, las estrategias confusas y las malas elecciones darán por resultado oportunidades perdidas para la sociedad. Los errores pueden reforzar las desigualdades existentes y agravar el estatus de segunda clase de la gente que carece de los recursos, las técnicas o la comprensión requeridos en la era digital. Las estrategias claras y las elecciones inteligentes pueden producir una revolución en el compromiso cívico, la apertura y responsabilidad del gobierno y la prosperidad económica.

La Comisión cree que implantar su visión de comunidades informadas requiere perseguir tres objetivos fundamentales:

- **Maximizar la disponibilidad de *información* relevante y creíble a todos los americanos y sus comunidades.** La disponibilidad de información relevante y creíble implica creación, distribución y preservación. El flujo de información mejora cuando la gente tiene no sólo acceso directo a la información, sino también el beneficio de intermediarios creíbles para ayudar a descubrir, recabar, comparar, contextualizar y compartir información.
- **Fortalecer la *capacidad* de las personas de comprometerse con la información.** Esto incluye la capacidad de comunicar a otros la información, creaciones y puntos de vista de uno. Poner atención en la capacidad significa que la gente tiene acceso a las herramientas y a las oportunidades que necesita para desarrollar sus conocimientos para usar esas herramientas de manera efectiva como productores y consumidores de la información.
- **Promover el *compromiso* individual con la información y la vida pública de la comunidad.** Promover el compromiso significa generar oportunidades y motivación para el compromiso. Los ciudadanos deberían tener la capacidad, tanto de manera individual como en grupos, de ayudar a cargar con la responsabilidad para el autogobierno de la comunidad.

La información es tan vital para el funcionamiento saludable de las comunidades como el aire limpio, las calles seguras, las buenas escuelas y la salud pública. Normalmente la gente no ha pensado en la información de esta manera, pero debería hacerlo. Igual que Estados Unidos ha edificado otros sectores de su infraestructura vital a través de la combinación de la empresa privada y la inversión social, los americanos también deberían buscar una combinación similar de estrategias en el desarrollo de su infraestructura de información.

La información es esencial para la vitalidad de la comunidad. Las comunidades informadas pueden coordinar efectivamente las actividades, lograr la responsabilidad pública, resolver problemas y crear conexiones. Los sistemas de información local deberían apoyar el conocimiento generalizado y la participación en la vida diaria de la comunidad por parte de todos los segmentos de la comunidad. Para alcanzar la promesa de la democracia, es necesario que la creación, organización, análisis y transmisión de información incluyan a toda la comunidad.

Además de la información necesaria para participar en elecciones y asuntos cívicos, la gente necesita tener acceso a la información para mejorar sus vidas. Cuando las familias luchan para cubrir sus necesidades y muchos hombres y mujeres tienen múltiples trabajos, el tiempo libre es limitado. En realidad, el camino al compromiso cívico activo puede empezar con la satisfacción de las necesidades básicas de información, incluso la información sobre trabajos, vivienda, impuestos, seguridad, educación, transporte, recreación, entretenimiento, alimentos, compras, servicios públicos, cuidado de los niños, atención médica, recursos religiosos y noticias locales.

Una comunidad es una comunidad democrática saludable —es una “comunidad informada”— cuando:

- **La gente tiene acceso conveniente tanto a la información cívica como a la que mejora la vida, sin tener en cuenta los ingresos o el estatus social.**
- **El periodismo es abundante en muchas formas y es accesible a través de muchas plataformas convenientes.**
- **El gobierno es abierto y transparente.**
- **La gente tiene servicio de Internet de alta velocidad a su alcance donde y cuando lo quiera y lo necesite.**
- **Los conocimientos digitales y de medios son impartidos ampliamente en las escuelas, bibliotecas públicas y otros centros comunitarios.**

- **La pericia tecnológica y cívica es compartida por las generaciones.**
- **Los medios locales —incluso los impresos, electrónicos y los medios en línea— reflejan los asuntos, eventos, experiencias e ideas de toda la comunidad.**
- **La gente tiene una comprensión profunda de la función de la libre expresión y de los derechos de prensa libre en el mantenimiento de una comunidad democrática.**
- **Los ciudadanos son activos en adquirir y compartir el conocimiento tanto dentro como a través de los sistemas sociales.**
- **La gente puede tener acceso y seguir los cambios en la salud informativa de sus comunidades.**

Otro punto claro que surgió del estudio de la Comisión: las instituciones periodísticas no necesitan ahorrar tanto como necesitan crear. Tanto las inversiones privadas como las públicas son necesarias para explotar plenamente este momento de oportunidad periodística.

El reportaje original y contrastado es crítico para el flujo de información en la comunidad. El reto no es preservar un medio en particular o alguna empresa particular, sino promover las funciones tradicionales de servicio al público del periodismo. En lugar de preguntar cómo salvar a los periódicos, es mejor preguntar: “¿Cómo podemos promover el periodismo de calidad y especializado que contribuya a formar ambientes de información saludable en las comunidades locales?”

La Comisión aplaude los esfuerzos en todo el país por encontrar nuevas soluciones y modelos de empresa para preservar las valiosas instituciones periodísticas y crear otras nuevas. Hay una transición en camino que requiere ideas frescas y nuevos enfoques para recabar y compartir noticias e información.

La Comisión ha formulado 15 estrategias para perseguir los tres objetivos fundamentales de disponibilidad de información, capacidad ciudadana y compromiso público. Las recomendaciones proponen acción por parte del gobierno, comunidades, los medios y los ciudadanos. A continuación, presentamos versiones condensadas de dichas recomendaciones.

Conclusiones y Recomendaciones

A. Maximizar la disponibilidad de información relevante y creíble

La gente necesita información relevante y creíble para ser libre y gobernarse a sí misma.

LA COMISIÓN CONCLUYE:

- Los retos financieros actuales que enfrentan los medios noticiosos privados podrían provocar una crisis para la democracia.
- Los medios públicos deberían dar mejores noticias e información local.
- Los medios no lucrativos y no tradicionales pueden ser fuentes importantes de periodismo.
- La información pública pertenece al público. El gobierno debe ser más abierto.
- Las comunidades informadas pueden medir la salud de su información.

LA COMISIÓN RECOMIENDA:

1

Recomendación 1: Dirigir la política de los medios hacia la innovación, competencia y apoyo a los modelos de negocios que ofrecen incentivos de mercado para el periodismo de calidad.

2

Recomendación 2: Aumentar el apoyo a los medios de servicio público dirigidos a satisfacer las necesidades de información de la comunidad.

3

Recomendación 3: Aumentar el rol de la educación superior, de las instituciones comunitarias y de las no lucrativas como centros de actividad periodística y de compartir información para las comunidades locales.

4

Recomendación 4: Requerir que el gobierno opere transparentemente en todos los niveles, facilitar el acceso fácil y de bajo costo a los récords públicos y hacer que los datos cívicos y sociales estén disponibles en formatos estandarizados que faciliten el uso público productivo de dichos datos.

5

Recomendación 5: Desarrollar medidas sistemáticas de calidad de las ecologías de información comunitaria y estudiar cómo afectan a los resultados sociales.

B. Fortalecer la capacidad de información de las personas

La gente necesita herramientas, técnicas y comprensión para usar la información de manera efectiva.

LA COMISIÓN CONCLUYE:

- Toda la gente tiene el derecho de estar plenamente informada.
- No hay necesidad de que haya ciudadanos de segunda clase en las comunidades informadas.
- El financiamiento para cumplir con esta meta es una inversión en el futuro de la nación.
- Los americanos no pueden competir globalmente sin nuevas políticas públicas e inversiones en la tecnología.

LA COMISIÓN RECOMIENDA:

6

Recomendación 6: Integrar los conocimientos digitales y de medios como elementos críticos para la educación en todos los niveles a través de la colaboración de funcionarios de educación federales, estatales y locales.

7

Recomendación 7: Financiar y apoyar las bibliotecas públicas y otras instituciones comunitarias como centros de capacitación digital y de medios, especialmente para adultos.

8

Recomendación 8: Establecer estándares ambiciosos para la disponibilidad nacional de banda ancha y adoptar políticas públicas que estimulen la demanda del consumidor por servicios de banda ancha.

9

Recomendación 9: Mantener el compromiso nacional de abrir sistemas como objetivo central de la política de Internet.

10

Recomendación 10: Apoyar las actividades de los proveedores de información para llegar a las audiencias locales con contenido de calidad a través de todos los medios apropiados, como teléfonos móviles, radio, cable de acceso público y nuevas plataformas.

C. Promover el compromiso público

Para buscar sus intereses verdaderos, la gente tiene que comprometerse con la información y con los otros.

LA COMISIÓN CONCLUYE:

- Crear comunidades informadas es una tarea de todos.
- La gente joven tiene un papel especial en tiempos de grandes cambios.
- La tecnología puede ayudar a todos a ser parte de la comunidad.
- Todos deberían sentir la responsabilidad de participar.

LA COMISIÓN RECOMIENDA:

11

Recomendación 11: Expandir las iniciativas de los medios locales para que reflejen la realidad plena de las comunidades a las que representan.

12

Recomendación 12: Comprometer a los jóvenes en el desarrollo de la información digital y de las capacidades de comunicación de las comunidades locales.

13

Recomendación 13: Dar a todos los ciudadanos el poder de participar activamente en el autogobierno de la comunidad, incluso en “cumbres comunitarias” locales para tratar asuntos comunitarios y perseguir las metas comunes.

14

Recomendación 14: Enfatizar el flujo de información comunitaria en el diseño y mejoramiento de los espacios públicos de una comunidad local.

15

Recomendación 15: Asegurar que toda comunidad local tenga por lo menos un centro en línea de alta calidad.

Estados Unidos se encuentra en lo que podría ser el comienzo de un renacimiento democrático, alimentado por innovadoras prácticas sociales y tecnologías poderosas. Con las herramientas de comunicación (tanto antiguas como nuevas), instituciones dinámicas para promover el conocimiento y el intercambio de ideas y un compromiso renovado de participación en la vida pública, los americanos podrían encontrarse en una brillante nueva era.

La Comisión Knight ha recomendado una serie de estrategias que, de varias maneras, exhortan a nuestras instituciones públicas principales e instituciones no lucrativas a dar una nueva prioridad a los valores de apertura, inclusión y compromiso. Sin embargo, las preguntas de valores planteadas son igualmente profundas para los ciudadanos individuales y para las instituciones de los medios. Crear comunidades informadas es tarea de todos.

Es necesario que en las comunidades de toda América sus miembros reexaminen sus funciones individuales como ciudadanos en la era digital. Más que nunca, la tecnología permite a cada ciudadano, así como a toda firma comercial y a toda organización no lucrativa, ser parte productiva de la comunidad. Sin embargo, estas oportunidades y los beneficios sociales que ofrecen implican una responsabilidad recíproca para participar.

De igual modo, las comunidades pueden hacer un llamamiento a sus instituciones de medios para que confronten cómo las nuevas capacidades tecnológicas y las prácticas sociales afectan a los valores centrales. Las relaciones nuevas entre los periodistas, las firmas de medios y el público deberían suscitar una discusión profunda sobre cómo afectan estos cambios a valores como la objetividad, la privacidad y la responsabilidad.

La intención de este informe es ayudar a América a mantener su compromiso con ideales de información duraderos, incluso cuando las personas y las comunidades crean ecologías de información más relevantes, de participación e inclusivas que nunca antes. No debe haber ciudadanos de segunda clase en las comunidades democráticas de la era digital. Si América quiere poner en la práctica esta visión, se necesitará una iniciativa individual y colectiva en todos los niveles de la sociedad.



América necesita una visión para las “comunidades informadas”. De suma importancia en esta visión son los valores democráticos críticos de apertura, inclusión, participación, poder y la búsqueda común de la verdad y el interés público.

E L I N F O R M E D E



**LA COMISIÓN
KNIGHT** SOBRE LAS

NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS COMUNIDADES

EN UNA DEMOCRACIA

Informando a
las comunidades.
Sosteniendo la democracia
en la era digital

Introducción

Ha llegado el momento de las ideas nuevas y de la acción resuelta a fin de asegurar las oportunidades de información de los americanos, la solidez de la información de sus comunidades y la vitalidad de la información de nuestra democracia. Cada avance en la tecnología de las comunicaciones expande las posibilidades para la democracia americana, pero todo sistema de información también crea triunfadores y perdedores potenciales.

La revolución de la información está beneficiando a los ciudadanos de clase media y alta y, de una manera diferente, a muchos residentes jóvenes de comunidades urbanas y suburbanas. Éstos no han gozado nunca de un mayor acceso a información más relevante. Pero muchos americanos están en peligro de permanecer o de convertirse en ciudadanos de segunda clase en la era digital, ya sea debido a los bajos ingresos, barreras del idioma, falta de acceso a la tecnología, conocimientos y capacitación limitados, normas comunitarias o falta de motivación personal. Los pobres, los ancianos y los residentes de zonas o de pueblos pequeños y algunos jóvenes corren el riesgo mayor. Los que pertenecen a más de uno de estos grupos son especialmente vulnerables. Tomemos el ejemplo quizá más dramático de una división duradera: “Sólo el 68 por ciento de los hogares en tierras tribales tiene teléfono; sólo ocho tribus son dueñas de y operan compañías telefónicas y se calcula que la penetración de la banda ancha en tierras de indios es menos del 10 por ciento”.¹

Si el problema fuera sencillamente “no seguir el paso” de las últimas tecnologías y capacidades de información, la situación ya sería bastante mala, pero muchas personas están perdiendo ahora las fuentes de información en las que habían confiado, en un momento en que los periódicos, TV y radio reducen la cobertura de las noticias para sobrevivir financieramente. En una democracia, la misma idea de una ciudadanía de segunda clase es inaceptable; sin embargo, para muchos es inminente una ciudadanía con información de segunda clase.

La incapacidad de algunos de participar plenamente en la vida comunitaria debido a una pérdida de información atañe no sólo a los directamente afectados. También perjudica a toda la comunidad. Las comunidades democráticas prosperan cuando todos los sectores son participantes activos.

La Comisión Knight sobre las Necesidades de Información de las Comunidades en una Democracia cree que América se encuentra en un momento crítico. La

tecnología de la información está cambiando nuestras vidas de formas que no podemos prever con facilidad. Las prácticas intermediarias críticas —quizás el periodismo es la más obvia— están enfrentando retos de economía, organización y valores. Si bien los impactos ya han sido dramáticos, apenas están empezando. La forma en que reaccionemos, individual y colectivamente, a los retos y oportunidades de información que ahora se nos presentan afectará la calidad de nuestras vidas y la naturaleza misma de nuestras comunidades.

Comunidades informadas

Como revela el nombre completo de la Comisión Knight, su misión fundamental ha sido identificar y articular las necesidades de información de las comunidades en una democracia. La Comisión ha cumplido con ese mandato analizando las investigaciones académicas y de la industria a través de una amplia gama de

disciplinas; escuchando directamente a expertos en medios de comunicación, comunidad y política pública; realizando audiencias públicas en todo Estados Unidos y recurriendo a su propia pericia colectiva.² Este proceso ha llevado a la Comisión a comprender “las necesidades informativas” de una manera particularmente amplia. La pregunta de “¿cuáles son las necesidades de información de una comunidad?” es más que una pregunta sobre las categorías de conocimiento que requiere el ciudadano. Se comprende mejor como una pregunta sobre el tipo de ecología de la información —es decir, el tipo de ambiente para la información y las comunicaciones— en que debe convertirse una comunidad.

En pocas palabras, América necesita una visión para las “comunidades informadas”, lugares donde la ecología de la información satisfaga las

necesidades personales y cívicas de los ciudadanos. Esto significa que los ciudadanos tienen la información que necesitan para aprovechar las oportunidades que la vida les ofrece para sí mismos y para sus familias. También significa que pueden participar

América necesita
“comunidades
informadas”,
lugares donde
la ecología de
la información
satisfaga las
necesidades
personales y
cívicas de los
ciudadanos.

plenamente en nuestro sistema de autogobierno, ponerse de pie y ser escuchados. De suma importancia en esta visión son los valores democráticos críticos de apertura, inclusión, participación, poder y la búsqueda común de la verdad y del interés público.

Para alcanzar esta visión, la Comisión cree que es necesario que la nación y sus comunidades locales persigan tres objetivos ambiciosos:

- **Maximizar la disponibilidad de *información* relevante y creíble a todos los americanos y sus comunidades.**
- **Fortalecer la *capacidad* de las personas de comprometerse con la información, y**
- **Promover el *compromiso* individual con la información y la vida pública de la comunidad.**

La Comisión bien pudo haber llegado a estas conclusiones incluso sin el bajón económico de 2008. El testimonio público ante la Comisión mostró que las amplias necesidades de información de la nación son cubiertas de manera desigual, de una comunidad a otra. Algunas poblaciones tienen acceso a las noticias locales y a otra información relevante a través de los periódicos, transmisiones de radio y de televisión, canales locales de noticias por cable, sitios Web hiperlocales, blogs, alertas por móviles y servicios que conectan a reportes policiales y otras fuentes de información local. Lamentablemente, otros tienen carencias considerables.

Las instituciones democráticas claves se encuentran obviamente en crisis —el periodismo de servicio público quizás sea el más afectado de todas. El acceso a las noticias y a la información es crítico para la democracia. Los periodistas hacen las veces de vigilantes de los funcionarios e instituciones públicas, así como del sector privado y corporativo. Ellos proveen información para que los ciudadanos dirijan sus vidas, sus comunidades y su país. Las organizaciones noticiosas también promueven la comprensión, el compromiso y la cohesión cívicos. Cuando realizan su trabajo adecuadamente, ayudan a que las comunidades se abran, a que los funcionarios sean responsables y a que el público se comprometa.

Por más de una década, muchas instituciones noticiosas locales han estado en crisis a causa de los cambios financieros, tecnológicos y de comportamiento que están ocurriendo en nuestra sociedad. Antes de la recesión, muchos periódicos hacían frente a una reducción en las suscripciones y a un descenso de ingresos por publicidad. Con la crisis de 2008, están sufriendo aún más.

A algunos observadores les preocupa que muchos periódicos no puedan recuperarse o que se conviertan en una mera sombra de lo que fueron.³ Algunos programas noticiosos están perdiendo audiencia e ingresos.⁴ En muchas comunidades, las organizaciones noticiosas cada vez encuentran más dificultades para satisfacer las necesidades de los ciudadanos. Por ejemplo, una encuesta realizada en 2009 por *American Journalism Review* descubrió que 355 reporteros de plantilla de los periódicos cubrían sus respectivas legislaturas estatales a tiempo completo —una disminución de más del 30 por ciento en los últimos seis años.⁵ Casi tres cuartas partes de los que respondieron a la encuesta para los Gerentes de Associated Press en 2009 expresaron su convicción de que la reducción constante del personal estaba afectando la capacidad de mantener informados a los lectores.⁶ Es evidente que existen razones para sentir preocupación por el periodismo local y, por lo tanto, por el gobierno democrático local.

Las nuevas tecnologías están cambiando rápidamente los procesos de adquisición y difusión de noticias e información. Los nuevos medios se han convertido en fuerzas sorprendentes para que los ciudadanos puedan conectarse. Pero aún no han alcanzado su potencial pleno de servicio de las comunidades geográficas, de los lugares donde viven, trabajan y votan.

Un momento de oportunidad

El bajón económico de 2008 agregó urgencia a todas estas preocupaciones. Fue como un terremoto que sacudió el centro de la economía global, y los temblores secundarios de incertidumbre están sacudiendo a las familias, comunidades, instituciones y a la nación. Pero a menudo las crisis de este tipo crean oportunidades y la Comisión cree que el momento actual es tiempo de grandes posibilidades.

Es un momento de oportunidades tecnológicas. Abundan los experimentos en comunicación social. El advenimiento de Internet y la proliferación de los medios móviles están desencadenando innovaciones en la creación y distribución de información. Quienes poseen y pueden usar dispositivos sofisticados interactúan sin mayor problema con un sistema de información global tanto en casa como en público.

Los dispositivos inalámbricos pueden llevar los nuevos servicios al consumidor a velocidades de gigabits dentro de los próximos tres a cinco años.⁷ Incluso ahora, los dispositivos móviles son cada vez más populares como forma de conectarse a Internet. Constituyen una oportunidad para los americanos que no pueden comprar una computadora personal para conectarse con la revolución de la comunicación, como lo hacen millones de personas en todo el mundo.

Los afroamericanos y los latinos de habla inglesa representan actualmente poblaciones especialmente activas de usuarios de la Web móvil. Entre fines de 2007 y comienzos de 2009, aproximadamente el 48 por ciento de los afroamericanos y el 47 por ciento de los latinos de habla inglesa tuvieron acceso a Internet a través de un dispositivo móvil, frente al 32 por ciento de la población en general. Como informó en 2009 el Pew Internet and American Life Project, un día cualquiera los afroamericanos tienen un 70 por ciento más de probabilidades de tener acceso a Internet a través de un dispositivo manual que los americanos blancos.⁸

También es momento de oportunidades periodísticas y políticas. Las firmas de medios están buscando modelos económicamente sostenibles para hacer que la reinención sea viable. Muchas organizaciones noticiosas, viejas y nuevas, están aceptando nuevas tecnologías para crear procesos innovadores a fin de conectar al público con la información que necesita y desea recibir. Los líderes políticos y muchas entidades del gobierno están delimitando agendas ambiciosas para la apertura. El potencial para usar la tecnología con el objeto de crear una democracia más transparente y conectada jamás ha sido más brillante.

La Comisión ha elaborado un marco que considera útil para aprovechar estas oportunidades. Lo que sigue es la pronunciación de la Comisión acerca de las necesidades de información de la comunidad y de los pasos críticos necesarios para satisfacerlas.



Los ciudadanos necesitan información relevante y creíble para ser libres y poder autogobernarse.



PARTE I

¿Cuáles son las
necesidades de información
de las comunidades en
una democracia?

¿Cuáles son las necesidades de información de las comunidades en una democracia?

Las funciones de la comunidad dependen de la información y del intercambio

La democracia americana está organizada en su mayoría por geografía, razón por la cual la Comisión ha centrado su interés en primer lugar en las necesidades de comunidades definidas geográficamente.⁹ Es necesario que las comunidades alcancen por lo menos cuatro cosas que dependen de la información.

- Es necesario que las comunidades **coordinen**. Las actividades como las elecciones, las respuestas en caso de emergencia e incluso las celebraciones comunitarias tienen éxito sólo si todos saben dónde estar en qué momento y qué papel desempeñar. Esto requiere un sistema de información e intercambio. La información también es un recurso central para permitir la creación de conexiones económicas y sociales que den a la comunidad la capacidad de pasar a la acción.
- Es necesario que las comunidades **resuelvan problemas**. Tienen que identificar metas, retos y opciones para responder en todo, desde la creación de la economía local, hasta mejorar el rendimiento de las escuelas comunitarias, proteger la salud y la seguridad y combatir el hambre local. Tienen que calcular las consecuencias de los enfoques alternativos. Tienen que sopesar estas consecuencias a la luz de los valores comunitarios. Todo esto requiere información, interpretación, análisis y debate.
- Es necesario que las comunidades establezcan sistemas de **responsabilidad pública**. Los funcionarios públicos responden a los electores por su rendimiento en el puesto. Los electores necesitan información y análisis para evaluar cómo están realizando su trabajo estos funcionarios.
- Finalmente, es necesario que las comunidades desarrollen un **sentido de conexión**. Es necesario que hagan circular ideas, hechos y perspectivas de una manera que permita a la gente saber cuál es su lugar en una narrativa compartida. Un sistema comunitario significativo evoluciona cuando nuevas voces y nuevas experiencias se incorporan al flujo de información. Los ciudadanos necesitan tener acceso a esa información para evitar sentirse alienados y excluidos.

Las necesidades comunales y personales se intersectan

Las comunidades pueden cumplir sus funciones claves sólo mediante las personas que viven en ellas. Esto significa que las necesidades de información de toda comunidad local están conectadas inevitablemente con las necesidades de información personal de sus integrantes.

En primer lugar, el ciudadano debe tener la posibilidad de satisfacer sus necesidades personales y familiares de manera que le quede tiempo y energía disponibles para asuntos comunitarios. Entonces, para que el proceso comunitario funcione, el individuo requiere información que esté relacionada directamente con la participación en la vida pública.

Más aún, los flujos de información personal y cívica se dan forma mutuamente. En

muchos casos, las noticias sobre la comunidad mayor pueden ser esenciales para ayudar a la gente a alcanzar sus objetivos personales. A la inversa, cuando el ciudadano se esfuerza por alcanzar sus metas individuales, descubre los enlaces entre su vida personal y la pública de sus comunidades. Lo cívico y lo personal están inevitablemente entrelazados.

Las
necesidades de
información
del ciudadano
son tanto
cívicas como
personales.

El énfasis de la Comisión en la democracia refuerza este punto de vista. Como mínimo, la democracia significa autogobierno en un sistema político protector de la libertad e igualdad. Sin embargo, en su versión más profunda, la democracia significa algo más. Connota un compromiso con la libertad individual en la vida diaria. Significa

oportunidades de intentar cumplir las metas y objetivos personales, dentro de los límites de la ley, sean cuales sean los que uno escoja. Las necesidades de información del ciudadano son tanto cívicas como personales.

Avizorando y midiendo el éxito y el fracaso

En un mundo perfecto, los ciudadanos podrían medir con precisión sus necesidades de información y evaluar su satisfacción. Los miembros de la comunidad podrían cuantificar los valores de su ecología de información local. Los investigadores podrían relacionar los valores de la información con resultados sociales positivos. Los ciudadanos y sus representantes podrían formular recomendaciones para mejorar los resultados sociales haciendo mejoras específicas y medibles en la forma en que se manipula la información.

Por otro lado, los investigadores de la información no han creado los instrumentos para llevar a cabo estas tareas con precisión. La Comisión ha observado con interés los esfuerzos internacionales por hacer esa indexación.¹⁰ Ha observado esfuerzos por crear instrumentos que sean útiles localmente para evaluar la ecología de información de una comunidad.¹¹ Esos esfuerzos aún no nos permiten medir exitosamente el flujo de información o relacionar dicho flujo con otros resultados comunitarios.

Millones de americanos satisfacen sus necesidades de información a través del servicio de banda ancha y las computadoras caseras o teléfonos móviles con conexión a Internet. Delante de sus escritorios o simplemente caminando por sus vecindarios, tienen acceso a más información que la que muchas naciones tienen en los libros de sus bibliotecas nacionales. Hoy en día los consumidores de información pueden apartar las noticias que quieren seguir en una página Web conveniente. Pueden solicitar en línea un trabajo, un préstamo o la admisión a la universidad. Antes de ir al médico, pueden armarse de información de sitios Web de salud o de grupos de apoyo en línea. No sobregiran sus cuentas bancarias porque pueden verificar los balances en línea y transferir fondos de una cuenta a otra. Pagan sus facturas de manera eficiente sin tener que usar una estampilla de correo.

Frente a este punto de referencia, es fácil describir en qué consiste el fracaso. Para los individuos, el fracaso es la incapacidad de solicitar trabajos en línea. El fracaso es la incapacidad de conseguir información relevante de salud. El fracaso es no poder aprovechar las oportunidades educativas en línea o usar los instrumentos en línea para hacer un seguimiento de la educación de los propios hijos. Millones de americanos carecen de las herramientas o de los conocimientos para seguir los pasos de sus contemporáneos ricos en información en el intento de lograr sus metas. La libertad de la que disfrutaban para dar forma a sus propias vidas está atrofiada. Estos ciudadanos están pasando a engrosar la categoría de ciudadanos de segunda mano. Esto es cierto incluso si se ponen de lado las verdaderas actividades cívicas que la conexión en línea hace posible. Incluso si quieren participar en los asuntos públicos de sus comunidades, el desempeño de las tareas diarias de la vida requiere tiempo y energía desproporcionados. Esto no es democracia en acción.

En términos de coordinación comunitaria, el fracaso se parece a las huellas que dejó tras de sí el huracán Katrina. El público conoce los peligros, pero no se organiza para hacerles frente. Cuando ocurren las emergencias, los sistemas de información se cortan. La gente no sabe dónde encontrar refugio, atención médica y seguridad básica.

En términos de resolución de problemas comunitarios, el fracaso es la proliferación de los problemas no atendidos. Los centros de las ciudades se secan. La contaminación se propaga. Los empleadores abandonan el lugar. El desempleo aumenta. Crecen los índices de deserción escolar. Se intensifican los problemas de salud pública.

Una comunidad sin responsabilidad pública sufre porque el gobierno no reacciona. El abandono es común, la corrupción es la norma. El dinero se gasta mientras los funcionarios del gobierno se mueven lenta y torpemente en temas que otros gobiernos realizan con rapidez y habilidad. La concurrencia a las urnas es baja, no porque la gente esté satisfecha, sino porque está resignada.

A menos que los individuos, armados con la información, se comprometan con sus comunidades para producir un efecto positivo, la información por sí misma carece de poder.

Una comunidad carente de un sentimiento de conexión es un grupo de ciudadanos que sabe muy poco de otros. Se extiende la desconfianza social. La alienación es común. Todos suponen que algún otro “recibe una tajada mejor”. La comunidad pierde los talentos de individuos que no tienen ya sea la oportunidad o la motivación para compartir sus conocimientos. Cuando se presentan los problemas, hay poco fundamento común para resolverlos. La gente se siente excluida, que no “forma parte de la acción” y se desconecta entre sí.

El compromiso incluye tanto la información como a los intermediarios de la información

Parte de lo que falta en estos esbozos de fracaso individual y comunitario es la información. Pero el problema no es la falta de información; es la ausencia de compromiso—el compromiso personal con la comunidad más grande basado en la información precisa y puntual.

La información por sí sola no garantiza resultados positivos. Consideremos un ejemplo famoso. Una nota aparecida en la primera página de la edición del 8 de junio de 2004 del *Times-Picayune*¹² detallaba la paralización casi total de las obras necesarias para reforzar los diques de la ciudad. La simple revelación de esa información en sí no puso en marcha el esfuerzo que podría haber librado a la ciudad de los desastres causados por el huracán Katrina 14 meses más tarde. Los individuos interesados o influyentes no se comprometieron con la información de manera oportuna y efectiva. A menos que los individuos, armados con la información, se comprometan con sus comunidades para producir un efecto positivo, la información por sí misma carece de poder.

El compromiso es el punto crítico donde deben encontrarse la información comunitaria y la individual. Las comunidades necesitan políticas, procesos e instituciones que promuevan el flujo de información y apoyen el compromiso constructivo del público con la información y entre sí.

La ecología de información de una comunidad funciona mejor cuando sus miembros tienen acceso fácil, directo y oportuno a la información que necesitan. Muchas comunidades están desarrollando sistemas en línea para tener acceso a una variedad de récords públicos. Los encargados de agregar información usan herramientas para ayudar a los interesados a encontrar con rapidez récords y datos relevantes. Entre los acontecimientos más emocionantes está el aumento de la disponibilidad en línea de todo tipo de datos públicos, no sólo los “récords” convencionales. Iniciativas como éstas permiten a empresarios privados y no lucrativos usar la información existente del gobierno como base para nuevos proyectos empresariales y cívicos. Compartir datos también puede mejorar la calidad, responsabilidad y eficiencia del gobierno.

Por otro lado, el acceso directo a la información no es una solución completa a las necesidades de la comunidad porque *la información puede ser abrumadora*. Las tecnologías nuevas pueden ayudar a los usuarios a examinar cuidadosamente, organizar y evaluar la información. Pero, incluso así, es improbable que las personas con conocimientos tecnológicos posean los recursos institucionales que necesitan para satisfacer todas sus necesidades y objetivos personales de información sin ayuda. Ninguna persona puede generar todo el análisis, debate, contexto e interpretación necesarios para convertir la información sin procesar en conocimiento útil.

Por ello, igual que las comunidades dependen de los ciudadanos para el compromiso, las personas dependen de las instituciones formales e informales para apoyar el compromiso con la información. El periódico local es uno de esos intermediarios. También lo son las salas de prensa de la televisión y radio. Parte del apoyo proviene de la empresa privada. Las instituciones públicas y las no lucrativas también pueden funcionar como intermediarias, a veces a través de programación cara a cara, otras veces por medio de sitios Web. La familia, los amigos y los compañeros de trabajo pueden ser intermediarios. Pero el punto clave es simple: los intermediarios efectivos y confiables ayudan a las personas a comprometerse con la información.

El periodismo es una práctica intermediaria crítica

Las personas y las comunidades dependen de las noticias como elemento crítico de la ecología de la información, y los intermediarios efectivos son críticos en la recogida y difusión de las noticias.

El Reporte de 1947 de la Comisión Hutchins titulado *A Free and Responsible Press* definió la noticia como “el recuento sincero, comprensivo e inteligente de los acontecimientos del día en un contexto que les confiere significado”.¹³ El periodismo

de calidad sirve a los intereses de la verdad dando a conocer un hecho que puede ser verificado a través de múltiples fuentes de confianza.

La noticia puede cambiar la vida. Puede ser decisiva para las personas en sus asuntos personales. Los acontecimientos locales, nacionales e internacionales pueden señalar el camino de retos y oportunidades importantes. La noticia puede influir en las decisiones tanto rutinarias como esenciales para el bienestar personal: dónde ubicará una nueva escuela la Junta de Educación, si avanzan los planes para un tren ligero en vecindarios de la ciudad, los reportes anticipados de un posible brote de influenza en un colegio comunitario local.

La noticia también ayuda a la gente a conectar sus preocupaciones privadas y públicas. Les ayuda a identificar y a aprovechar las oportunidades de introducir temas de importancia personal en la agenda pública. Para servir a sus propósitos individuales, es necesario que la gente tenga acceso continuo a la noticia creíble, verificada y actualizada.

La noticia también es esencial para la comunidad en su totalidad. La coordinación comunitaria no puede existir sin la noticia compartida. La difusión de información, el debate y el análisis es un elemento central para la resolución de problemas. La Comisión Hutchins hizo hincapié en la importancia del papel de los medios para proyectar “un cuadro representativo de los grupos que forman la sociedad”. La noticia conecta a las subcomunidades permitiendo que un vecindario sepa lo que hace otro vecindario y cómo los asuntos de algunos afectan a la fortuna de todos.

La noticia promueve la responsabilidad. Watergate, los Documentos del Pentágono y el escándalo en 2007 del Walter Reed Army Medical Center son ejemplos icónicos. Un estudio internacional de 2003 demostró una profunda relación entre los niveles nacionales de corrupción y “la libre circulación de diarios por persona”. Los mismos investigadores hallaron una relación similar en los estados americanos. La corrupción del gobierno declinó en Estados Unidos entre la Era Dorada y la Era Progresiva. Los historiadores identifican el desarrollo de una prensa orientada a la información como un posible factor.¹⁴

En la misma línea, un estudio del MIT hecho en 2008 encontró que los miembros del Congreso que son cubiertos con menos frecuencia por la prensa local trabajan menos a favor de sus electores, como lo evidencia el menor gasto federal en sus distritos. Votan con más frecuencia siguiendo la línea de su partido, testifican con menos frecuencia en las audiencias del Congreso y dan la impresión de servir con menos frecuencia en comités orientados a sus electores. Esta investigación sugiere la existencia de un lazo entre la cobertura noticiosa, la toma de conciencia del elector y la receptividad oficial. Se encontró que los electores que residen en zonas con menos cobertura de sus miembros del Congreso tienen “menos probabilidades de recordar el nombre de su representante y menos capacidad de describirlos y calificarlos”.¹⁵

En cualquier comunidad, los periodistas son los intermediarios primordiales para las noticias. Son los individuos comprometidos más sistemáticamente en recoger, analizar y difundir la noticia. La conexión entre los efectos positivos potenciales de la noticia y la vitalidad del periodismo profesional tiene sentido. La responsabilidad pública es un caso obvio. La gente se comporta mejor si cree que la están observando. Pero el periodismo bueno en vigilar a los detentores del poder es difícil. Exige capacitación, perseverancia y tiempo. También puede resultar costoso, especialmente cuando los posibles gastos legales se suman al presupuesto necesario para cubrir los costos básicos de reportaje y producción.

El periodismo del futuro puede o no adoptar la forma familiar de los periódicos. Por otra parte, para la verdadera responsabilidad pública, las comunidades necesitan practicantes expertos. Hacen preguntas difíciles. Buscan pistas oscuras y fuentes confidenciales. Traducen los asuntos técnicos en prosa clara. Cuando los profesionales realizan el trabajo, el guardián del público está bien alimentado. No es lo mismo la vigilancia de medio tiempo, esporádica o no coordinada.

La Comisión reconoce que las nuevas tecnologías y técnicas pueden sacar más información a la luz y pueden complementar u ocupar el lugar del periodismo más tradicional. Éste es un proceso evolutivo. Pero, al final, las metas del periodismo persisten y siguen siendo vitales. Alguien tiene que desenterrar los hechos, exigir responsabilidades y difundir la noticia.

Los intermediarios de la información necesitan tanto la inversión pública como la privada

Los intermediarios de la información efectiva necesitan recursos. Pero, debido a que *a menudo la información es un bien público*, existen por lo menos dos retos para su financiamiento.

En primer lugar, la información crea lo que los economistas llaman “externalidades positivas”. Éstas son beneficios para el público en su totalidad de los cuales no puede beneficiarse ninguna firma individual. Es probable que un público informado sea un público más comprometido. Es más probable tomar mejores decisiones y resolver conflictos de manera más productiva. Los ciudadanos mejor informados constituyen recursos más útiles para otros. Pero ningún actor económico invertirá suficientes recursos personales para alcanzar estos resultados porque los beneficios recaerán en todos los integrantes de la comunidad, no sólo en el inversionista.

Igualmente, gran parte de la información “no tiene relación de rivalidad”. El consumo de información de una persona no reduce la cantidad que los otros puedan consumir. La gente que no paga por la información puede usar libremente gran parte de la información por la que otra gente ha pagado. Esto produce un problema de “usuario gratis”. La gente invierte menos en información porque supone que se puede beneficiar, sin pagar, de las inversiones de otros. (Si otros leen periódicos y comparten lo que aprenden, ¿quién se suscribe?).

Estos hechos apuntan a una consecuencia económica crítica: el mero hecho de que las comunidades necesitan el periodismo no significa que los consumidores en el mercado generarán ingresos suficientes para apoyar a dicho periodismo. Las publicaciones especializadas, ya sea de asesoría para inversiones o reseñas de restaurantes, pueden ser apoyadas por el mercado. Pero las suscripciones por sí solas nunca han sido un apoyo y es probable que nunca paguen por el costo pleno de recoger y difundir noticias locales generales. En el siglo XX, la publicidad compensó gran parte de la baja debido a que los anunciantes estaban dispuestos a pagar sumas sustanciales a los periódicos y estaciones de transmisión local para llegar a sus audiencias. Internet y la fragmentación de los mercados de medios a través de la

Es necesario que las políticas públicas permitan o alienten los mecanismos del mercado privado para servir con fuerza las necesidades de información de la comunidad. Pero, debido a que tanta información es un bien público, es necesario que también las comunidades y el país hagan algunas inversiones públicas en la creación y distribución de la información.

proliferación de nuevos medios han minado el modelo de negocio. Los avisos en los periódicos, ajustados por la inflación, cayeron en un 31 por ciento entre los años 2000 y 2007,¹⁶ siendo los más afectados los diarios metropolitanos. Estas tendencias hacen que surja la pregunta de cómo costearán las comunidades y sus ciudadanos las noticias y la información en el futuro.

Debido al carácter especial de la información, América tiene un largo historial de proporcionar apoyo social para el desarrollo y la transmisión de noticias e información. A partir del siglo 18, el Servicio Postal subsidió el reparto de periódicos¹⁷ y los subsidios postales siguen apoyando a las publicaciones no lucrativas. El Congreso creó y financia parcialmente la radio y la televisión públicas. Las estaciones de radio y televisión comerciales han disfrutado del uso protegido de sus ondas radiales a

bajo costo o sin costo alguno. Los estados ayudan a financiar a las escuelas y colegios y las comunidades locales financian las bibliotecas como formas de apoyo social para la generación y transmisión del conocimiento.

En consecuencia, si las comunidades van a disfrutar del tipo de ecología de la información que fomenta el éxito individual y colectivo, necesitarán seguir un doble curso de acción. Es necesario que las políticas públicas permitan o alienten los mecanismos de mercado privado para servir sólidamente a las necesidades de información de la comunidad. Por otro lado, debido a que gran parte de la información es un bien público, también es necesario que las comunidades y el país hagan ciertas inversiones públicas en la creación y distribución de la información.

Promover los valores democráticos

En suma, una visión convincente para satisfacer las necesidades de comunicación de las comunidades en una democracia debe, en primer lugar, tomar en cuenta las necesidades de las personas que componen las comunidades de América. Requiere poner atención en las principales funciones de la comunidad que hemos identificado, el papel de los intermediarios y la economía de la información. Pero también requiere buscar los valores a los que debe servir un sistema democrático de información. Tras sopesar todo lo que ha leído y oído, la Comisión ha llegado a la conclusión de que los siguientes cinco valores son de suma importancia:

1. **Apertura.** La ecología de la información debería estar disponible al máximo a todos y cada uno, como productor y consumidor de la información y, dentro de los límites de la ley, debería apoyar el más amplio rango posible de alternativas para el estilo de vida personal y la iniciativa cívica.
2. **Inclusión.** El sistema de información debería reflejar los intereses, perspectivas y narrativas de toda la comunidad; todos deberían poder encontrar información relevante para sus necesidades.
3. **Participación.** El sistema de información debería servir de estímulo y apoyo del compromiso productivo de la ciudadanía con información que satisfaga los objetivos personales y cívicos.
4. **Poder.** Las personas deberían tener la oportunidad de seguir sus talentos, sueños e intereses. Las comunidades deberían poder gobernar sus propios asuntos de manera exitosa, reflejando las necesidades y valores de sus miembros.
5. **Búsqueda común de la verdad y el interés público.** Los ciudadanos deberían poder diferenciar lo que es creíble, verificable y rigurosamente sólido de lo que es especulativo, falso y propagandístico. También deberían poder comprometerse con la información y con otros para impulsar decisiones públicas que maximicen el bienestar de la comunidad.

La Comisión reconoce que es un reto hacer que estos principios funcionen, en gran parte debido a que a menudo los valores importantes existen en tensión con otros. Por ejemplo, las comunidades democráticas deben invariablemente luchar con equilibrio entre la apertura y la privacidad, y entre la libertad de expresión y la responsabilidad de los oradores. Sin embargo, estos temas sólo subrayan la necesidad de cada ciudadano de la noticia, la información y el análisis necesarios para participar significativamente en las decisiones públicas que crean efectivamente ese equilibrio.

La Comisión cree que la puesta en práctica de esta visión de las comunidades informadas requiere perseguir tres objetivos fundamentales, cada uno de los cuales se discute en las siguientes secciones del informe de la Comisión:

- **Maximizar la disponibilidad de *información* relevante y creíble a todos los americanos y sus comunidades.** La disponibilidad implica creación, distribución y preservación de la información. Además de hacer que la información pública importante esté disponible directamente para las personas, el flujo de información mejora cuando los intermediarios creíbles ayudan a los ciudadanos a descubrir, recoger, comparar, contextualizar y compartir información.
- **Fortalecer la *capacidad* de las personas de comprometerse con la información.** Prestar atención a la *capacidad* significa que toda persona tiene acceso a los instrumentos que necesita y a las oportunidades de desarrollar sus conocimientos a fin de usar dichos instrumentos de manera efectiva tanto como productores como consumidores de información. En una democracia todos deberían poder comunicar a otros su información, creaciones y puntos de vista. La Comisión vislumbra acciones que amplíen el acceso a la información y tecnologías de comunicaciones, que faciliten un uso más efectivo y asequible de las tecnologías existentes y que fomenten el aprendizaje de por vida en todos los niveles y situaciones múltiples.
- **Promover el compromiso individual con la información y la vida pública de la comunidad.** Promover el *compromiso* significa generar oportunidades y motivación para el compromiso. La Comisión imagina acciones para comprometer más profundamente a los jóvenes en las vidas de sus comunidades. También imagina permitir a las comunidades capitalizar en la creatividad y conocimientos tecnológicos de los jóvenes y de otros segmentos de la comunidad que, de otro modo, serían pasados por alto o no se comprometerían lo suficiente. Finalmente, la Comisión alienta acciones para dar poder a los ciudadanos, tanto individualmente como en grupos, para que asuman una responsabilidad mayor en el autogobierno comunitario.

La Comisión cree que la búsqueda vigorosa de estos objetivos ayudaría a producir lo que realmente merece llamarse “comunidades informadas”. En ese tipo de comunidades democráticas pujantes:

- **La gente tiene acceso conveniente tanto a la información cívica como a la que mejora la vida, sin tener en cuenta los ingresos o el estatus social.**
- **El periodismo es abundante en muchas formas y es accesible a través de muchas plataformas convenientes.**
- **El gobierno es abierto y transparente.**
- **La gente tiene servicio de Internet de alta velocidad a su alcance donde y cuando lo quiera y lo necesite.**
- **Los conocimientos digitales y de medios se enseñan ampliamente en las escuelas, bibliotecas públicas y otros centros comunitarios.**
- **La pericia tecnológica y cívica es compartida por las generaciones.**
- **Los medios locales —incluso los impresos, electrónicos y los medios en línea— reflejan los asuntos, eventos, experiencias e ideas de toda la comunidad.**
- **La gente tiene una comprensión profunda de la función de la libre expresión y de los derechos de prensa libre en el mantenimiento de una comunidad democrática.**
- **Los ciudadanos son activos en adquirir y compartir el conocimiento tanto dentro como a través de los sistemas sociales.**
- **La gente puede tener acceso y seguir los cambios en la salud informativa de sus comunidades.**

Una comunidad informada vería la calidad de su información como elemento central para el éxito de la comunidad, igual que la calidad de su sistema de agua o del tendido eléctrico.

Protegería esa calidad mediante el enfoque persistente y simultáneo en temas de disponibilidad de información, capacidad ciudadana y compromiso público.



Las estrategias claras y las elecciones inteligentes pueden producir una revolución en el compromiso cívico, la apertura y la responsabilidad del gobierno y la prosperidad económica.

PARTE II

Conclusiones y
estrategias recomendadas
por la Comisión

Conclusiones y estrategias recomendadas por la Comisión

A. Maximizar la disponibilidad de información relevante y creíble

A fin de llevar vidas plenas en la república democrática de América, los ciudadanos necesitan dos tipos de información: información cívica e información enriquecedora de la vida. Éstas pueden proceder de las mismas fuentes o de los mismos medios. En ocasiones la misma información sirve a ambos propósitos, pero permanece en categorías distintas. La resolución acertada del problema tanto para las personas como para las comunidades requiere el acceso a ambas. Sin embargo, millones de americanos carecen de acceso fácil a información relevante y creíble en una o ambas categorías.

Salvador “Chava” Bustamante es un ex organizador laboral que actualmente trabaja para la organización californiana Strengthening Our Lives. SOL promueve la participación de los latinos en la política. Como orador en el foro público de la Comisión realizado el 8 de septiembre de 2008, el señor Bustamante destacó la naturaleza doble de la información que las personas necesitan para vivir como ciudadanos de éxito en una comunidad democrática. Él dijo:

Hace quince años, me hice ciudadano y he votado en cada una de las elecciones. La razón por la cual lo hago es que quiero participar en todas las decisiones que afectan a mi vida y a la vida de mi comunidad... Pero ser parte de una democracia para mí significa más que un hombre o una mujer igual a un voto. Democracia para mí significa hacer que todas las oportunidades de nuestra sociedad estén al alcance de la mayor cantidad posible de personas a fin de que todos podamos prosperar... Democracia es dar a todos una oportunidad de mejorar sus vidas.

La información cívica y social es la información que las personas necesitan para “participar en todas las decisiones que afectan...la vida de [una] comunidad”. El público necesita conocer sus derechos y cómo ejercerlos. Necesita saber si es bueno el desempeño de los funcionarios públicos y de las instituciones públicas. Necesita conocer los hechos fundamentales y análisis informados sobre los factores sociales, económicos, políticos y culturales que dan forma a los retos y oportunidades de la comunidad. Necesita noticias.

Pero, como enfatizó el señor Bustamante, los ciudadanos democráticos también necesitan *información enriquecedora de la vida*. Ésta es información relacionada con el bienestar y las ambiciones personales de los ciudadanos —cómo proteger y mejorar su posición en cuanto a salud, educación y economía. Los miembros de las comunidades marginadas tienen una necesidad especial de información sobre los servicios disponibles que pueden beneficiarles a ellos y a sus familias. El testimonio franco del señor Bustamante lo expresó de manera conmovedora. Al hablar de su propia vida en Estados Unidos, dijo: “Personalmente, creo que perdí mucho tiempo tratando de encontrar información sobre cómo alcanzar mis metas. Sé que, si hubiera tenido acceso a información sobre cómo alcanzar mi GED o sobre las oportunidades de capacitación para un mejor trabajo, probablemente habría continuado mi educación en lugar de trabajar en los campos por 12 años”. Muchos americanos comparten la experiencia del señor Bustamante o algo parecido.

Ecologías de información

En términos de satisfacer estas dos necesidades distintas de información, toda comunidad local ofrece una ecología específica de información. Su medio ambiente contará con personas interesadas en descubrir cosas y en compartir lo que saben. Contará con gente que sabe cómo tener acceso a por lo menos algunos

de los hechos que los miembros de la comunidad necesitan. La comunidad tendrá sistemas formales e informales para que los ciudadanos intercambien conocimientos, ideas, opiniones y perspectivas. Tendrá organizaciones que generen y transmitan noticias e información. Tendrá instituciones que ayuden a la gente a enfrentarse al abrumador torrente de palabras, símbolos e ideas que la bombardean a diario. Virtualmente, todos participarán en crear y recibir información.

Toda comunidad
local ofrece
una ecología
específica de
información.

Pero, como tuvo que oír con frecuencia la Comisión, no todas las ecologías de la información son igualmente efectivas. Pocas son las que funcionan igualmente bien para todos los miembros de la comunidad. Algunas comunidades y sus miembros están conspicuamente en mejor situación que otros.

Las comunidades necesitan fuertes intermediarios de la información

El problema del acceso a la información no es un problema de volumen. A menudo el ciudadano se siente inundado por la información, pero se siente desesperado por encontrar una ayuda confiable que le ayude a dar sentido a la información que tiene. Hasta cierto punto, todo el mundo depende de los intermediarios para ayudarse a adquirir, verificar, seleccionar y dar sentido a la información. El rango y la calidad de los intermediarios siempre serán centrales para una ecología de la información saludable. Esto es cierto tanto para la información cívica como para la enriquecedora de la vida.

Las bibliotecas son actores vitales en este escenario. En Estados Unidos existen 9,198 bibliotecas públicas con más de 16,500 sucursales. Los americanos las usan. Las visitas a las bibliotecas públicas totalizaron 1,400 millones en 2005. La circulación de materiales superó los dos mil millones de objetos.¹⁸ Más del 68 por ciento de los adultos americanos tiene hoy una tarjeta de biblioteca. Éste es el número más elevado desde que la American Library Association empezó a hacer un seguimiento de esta estadística en 1990. Más de tres cuartas partes de todos los americanos usaron las bibliotecas públicas en el año hasta la encuesta realizada en septiembre de 2009.¹⁹ Los adultos jóvenes de entre 18 y 30 años de edad tienen más probabilidades de usar las bibliotecas y tienen las mayores probabilidades de usar las bibliotecas en el futuro.²⁰

Más aún, las bibliotecas públicas cada vez enfatizan más la capacitación cívica y de los medios y sirven como centros claves para el diálogo comunitario. Sin embargo, normalmente las bibliotecas carecen de recursos. Un estudio de 2006 realizado por ALA mostró que muchas bibliotecas sufrieron reducciones profundas en los años fiscales 2003, 2004 y 2005.²¹ Mientras se reducen los ingresos impositivos, muchas bibliotecas se han visto obligadas a reducir horas y programas justamente cuando más se les necesita.

Las instituciones de educación superior también son intermediarias claves de la información. Han adquirido más importancia como fuentes de preparación y talento para el desarrollo social y económico. Esto es dramáticamente evidente en la evolución de los servicios de extensión de las universidades principales. La palabra “extensión” ya no quiere decir que un agente solo va conduciendo una vieja camioneta para compartir la información sobre la cosecha con los agricultores de la zona. Muchos programas de extensión ofrecen servicios de consultoría a pueblos pequeños y áreas rurales, haciendo planificación estratégica para el desarrollo económico y la sostenibilidad ambiental. Auspician programas de salud pública y asesoría financiera. Publican boletines agrícolas en línea.

Estos programas y otros similares son evidentes en la gama plena de la educación superior. Desde las más grandes universidades de investigación hasta los más de mil colegios comunitarios de América, lo mejor del sector de la educación superior es convertir la enseñanza y las investigaciones del profesorado en recursos prácticos para los individuos y las comunidades.

También es probable que **el sector no lucrativo** provea servicios importantes de información. Las fundaciones locales y otras iniciativas no lucrativas —por ejemplo, los 15,000 centros para ancianos que hay en América— frecuentemente canalizan la información a los residentes de la comunidad sobre temas de salud, educación y oportunidad económica. Internet ha sido una bonanza para esta actividad. Incluso los sitios Web de bajo costo y no interactivos pueden funcionar de manera efectiva para dar información básica a la gente que busca tratar asuntos personales y familiares.

El periodismo es esencial para la salud de la comunidad

Los periodistas son intermediarios claves en términos de flujo de noticias locales e información. La Comisión comprende que el periodismo abarca ampliamente “la recogida, preparación, colección, fotografía, registro, escritura, edición, reportaje o publicación de noticias o información referente a eventos locales, nacionales o internacionales o a otros asuntos de interés público para su difusión al público”.²²

A lo largo del siglo XX, la práctica del periodismo revistió formas diversas. Los periódicos diarios convencionales, semanarios comunitarios, prensa étnica y alternativa, radio y televisión privados y públicos y las organizaciones noticiosas

¿Cómo podemos hacer un periodismo profesional de calidad que contribuya a ecologías saludables de información en las comunidades locales?

de cable han formado parte de la mezcla. A estos medios se ha agregado ahora una serie cada vez mayor de fuentes en línea. Algunos medios nuevos se parecen a sus antecesores predigitales. Otros se asemejan más a sitios de redes sociales y en colaboración recogen, editan y difunden información.

Durante los meses de las deliberaciones de la Comisión, historias noticiosas casi diarias detallaban las dificultades financieras de los periódicos metropolitanos diarios. Los titulares daban a conocer bancarrotas de las compañías de diarios, el cierre de algunos periódicos y amenazas de cierre de otros. La industria del periódico

perdió 100,000 puestos de trabajo en la última década, aunque es difícil de evaluar esta cifra sin saber cuántos de estos puestos eran de periodistas. El Proyecto para la Excelencia en Periodismo calcula que, desde 2001 hasta fines de 2009, la pérdida total de trabajos entre los periodistas de diarios es probable que supere los 14,000. La cifra representa aproximadamente el 25 por ciento de la fuerza laboral de la industria noticiosa perdida en nueve años.²³ No es de sorprender que “si y cómo salvar a los periódicos” sean preguntas muy discutidas en el mundo de los blogs.

La Comisión está de acuerdo en que hay motivo grave de preocupación. Quizá los periódicos tengan sus defectos, pero en muchas comunidades durante un siglo o más han sido la fuente principal de noticias justas, precisas e independientes. Por lo general, son los grandes proveedores de periodismo de exclusivas y de investigación. A menudo establecen la agenda noticiosa de otras publicaciones comunitarias, tanto de los medios electrónicos como de los nuevos. Han sido elementos críticos en cómo las ciudades, los pueblos y las regiones se comprenden a sí mismos y sus circunstancias. La televisión y la radio también son fuentes importantes de noticias, pero no es probable que

compensen plenamente cualquier descenso que experimentan las comunidades locales en el reportaje original y verificado del periódico. Esto es así porque la estación radial promedio ofrece menos de una hora de cobertura noticiosa diaria²⁴ y las estaciones de televisión, aun cuando aumentan su cobertura noticiosa, lo hacen con menos periodistas con experiencia en su plantilla.²⁵

Sin embargo, desde el punto de vista de la necesidad del público, la Comisión cree que el reto no es preservar ningún medio particular, sino promover las funciones tradicionales de servicio público del periodismo. La cuestión clave es “¿Cómo podemos crear un periodismo de calidad y profesional que contribuya a formar ecologías saludables de información en las comunidades locales?”.

Cientos, si no miles,
de comunidades
americanas reciben
sólo escasa atención
periodística
diariamente y
muchas no reciben
ninguna.

El rostro cambiante del periodismo

Las instituciones periodísticas no necesitan salvar tanto como necesitan crear. El recuento de diarios en Estados Unidos realizado en 2007 por la Asociación de Periódicos de América alcanzó la cifra de 1,422. Al mismo tiempo, hay 3,248 condados, que abarcan más de 19,000 lugares no incorporados y más de 30,000

Está surgiendo una nueva etapa siguiente con nuevas formas de colaboración entre periodistas de tiempo completo y la ciudadanía en general.

“divisiones civiles menores” con estatus legal, como pueblos y villas.²⁶ En consecuencia, cientos, si no miles, de comunidades americanas reciben sólo escasa atención periodística diariamente y muchas no reciben ninguna. Incluso tomando en cuenta los semanarios comunitarios —una encuesta de 2004 identificó 6,704 de dichos diarios en la nación²⁷— es probable que muchas comunidades americanas no reciban ninguna atención de la prensa impresa. Joe Hansen, de Big Timber News Citizen Newspaper Group de Montana y Director Ejecutivo de Western EMS (Emergency Medical Services) Network, dijo a la Comisión que nadie debe suponer que los medios locales en los pueblos pequeños cubren un porcentaje mayor de los eventos relevantes para la comunidad. La cobertura se queda corta en todas partes.

La Comisión aplaude los esfuerzos hechos en todo el país por encontrar nuevas soluciones y modelos de negocio para preservar las valiosas instituciones periodísticas y crear nuevas. Reconocemos que se está produciendo una transición que requiere ideas frescas y nuevos enfoques para la forma en que se recoge y comparte la noticia y la información.

La tecnología de sistema puede haber apresurado el declive de los ingresos de las instituciones de medios masivos, pero esa misma tecnología puede conducir a una nueva ecología del periodismo en la cual los reporteros y sus públicos se entremezclen de formas nuevas.

Algunas organizaciones periodísticas ya están usando las tecnologías de cadena para subsanar los recortes en la cobertura de las noticias locales. Entre los aspectos más apasionantes de la revolución de la tecnología se encuentra la oportunidad que ésta crea para los conceptos en surgimiento, como el periodismo de cadena y el reportaje

de fuente abierta.²⁸ Ya hemos visto el surgimiento de “ciudadanos periodistas”. Estos no son profesionales, pero usan comúnmente herramientas de texto, audio y video para crear sus propias historias noticiosas o para contribuir a las de otros. También existen los “ciudadanos editores”, o *bloggers* que colectan historias noticiosas creadas por otros que ellos consideran más interesantes y relevantes para una audiencia potencial. Está surgiendo una nueva etapa con nuevas formas de colaboración entre periodistas de tiempo completo y la ciudadanía en general.

El periodismo de cadena permite a las empresas noticiosas reorganizarse de forma que su personal de tiempo completo actúa como nudo central para las cadenas de ciudadanos participantes que cubren toda noticia que consideran relevante para la audiencia de la organización noticiosa. Mediante el periodismo de cadena, la tecnología puede permitir una difusión de las funciones de recogida de noticias, creando una cobertura mayor de asuntos locales. La tecnología también permite una nueva profundidad en las noticias locales. En “el reportaje de fuente abierta” los reporteros, editores y grandes grupos de usuarios trabajan en la misma historia.²⁹

A través del periodismo de cadena, la tecnología puede permitir una difusión de las funciones de recogida de noticias, creando una cobertura mayor de asuntos locales.

Las organizaciones no lucrativas locales también pueden cumplir algunas funciones periodísticas

Las herramientas nuevas y de bajo costo han permitido a las organizaciones no lucrativas emprender la actividad periodística en respuesta al declive de las noticias locales. Muhammed Chaudhry, Presidente y Director Ejecutivo de Silicon Valley Education Foundation (SVEF), expuso un ejemplo en el foro que realizó la Comisión el 8 de septiembre de 2008 en Mountain View, California. Él contó la evolución de su organización en términos que muy probablemente sonarán familiares a otras entidades no lucrativas.

Chaudhry describió el difícil panorama informativo que enfrenta su organización con respecto a su foco central —la educación pública. Hay 33 distritos escolares separados en el condado de Santa Clara, 19 sólo en San José. Como resultado de ello, según el señor Chaudhry, “no hay una cohesión del mensaje en las escuelas

públicas en general con respecto a sus retos, éxitos o necesidades. No hay un cuerpo, un intermediario que lo articule. Esto es lo que nuestras escuelas necesitan; esto es lo que nuestros maestros necesitan”.

Al mismo tiempo, según Chaudhry, los recortes han reducido la cobertura de las escuelas por parte de los medios locales. The San Jose Mercury News redujo de ocho a tres el número de reporteros que cubrían la educación. En cuanto a la televisión, “hay cuatro cadenas principales que cubren a toda la población del Área de la Bahía, que ahora excede los seis millones de personas”, continuó. “¿Proveer una cobertura localizada más sólida de nuestras escuelas? Imposible”.

El señor Chaudhry hizo entonces un retrato breve de las oportunidades de información que su organización vio en medio de su compleja ecología de la información:

Si queremos comprometer a los ciudadanos en el proceso de cambio de nuestro sistema educativo, debemos hacer tres cosas: informar, inspirar e involucrar. Debemos informar al público de los retos y oportunidades que enfrentan nuestras escuelas. Debemos inspirarle para que crea que hay soluciones reales a nuestros problemas de educación y que con su acción podemos poner en práctica estas soluciones. Finalmente, debemos involucrar al público en la acción por la información que podemos darle.

Informar es lo primero. Y eso se logra haciendo pública la información. Donde hemos visto que sufren los medios tradicionales, SVEF cree que hay oportunidades...Una organización como SVEF acepta el papel de “reportaje reverso”...Podemos crear un flujo constante de información que un medio, como el Mercury News, puede usar para atraer lectores. Podemos hacerlo de interés actual y de obligada lectura para los lectores, pero también aseguramos que es local y, por lo tanto, relevante para nuestra audiencia. El Mercury News, en nuestro ejemplo, desempeña menos el papel de información “de reportaje” y más el papel de “conectar” a los lectores con la información.

En pocas palabras, el SVEF está contribuyendo al periodismo.

Situar la actividad periodística en organizaciones no lucrativas de defensa suscita cuestiones éticas críticas. La independencia de juicio y la sensibilidad a los conflictos de interés son los hitos del mejor periodismo. Debido a que las organizaciones no lucrativas de defensa están comprometidas a movilizar el apoyo del público a sus asuntos particulares, esforzarse por el reportaje imparcial planteará problemas importantes. Sin embargo, con el entrenamiento y los recursos apropiados, las entidades locales no lucrativas pueden ayudar a sus comunidades “filtrando, integrando, analizando, contextualizando y autenticando la información”³⁰ que es relevante para el bienestar de la comunidad.

Es probable que estos nuevos intermediarios complementen, en lugar de desplazar, a las organizaciones noticiosas convencionales y a las nuevas formas de noticias lucrativas. Los valores tradicionales del periodismo no pueden ser transferidos por completo. La Comisión espera que la recogida y difusión de noticias tendrán nuevos actores, tanto públicos como privados, que realicen funciones periodísticas. Y en ese proceso, el papel y los valores del periodismo tradicional serán sumamente importantes.

Igual que el periodismo de cadena está creando nuevos modelos de colaboración, también están surgiendo nuevos modelos para el periodismo independiente. Algunas iniciativas nuevas están aprovechando las oportunidades que surgen de la crisis económica que enfrentan las organizaciones noticiosas. Por ejemplo, hay nuevos proyectos que crean simultáneamente oportunidades para los periodistas jóvenes, reclamando al mismo tiempo la experiencia y talentos de los periodistas en la mitad de su carrera que han perdido sus trabajos en las empresas periodísticas locales.

El acceso público a los datos requiere el apoyo y la cooperación del gobierno

Una variable clave que afecta a la ecología de la información será la facilidad de conseguir hechos y datos relevantes. El gobierno es un actor central en la determinación de este acceso. Las agencias del gobierno crean y mantienen información sobre las actividades del gobierno. Ellas saben cómo pueden los ciudadanos adquirir los servicios del gobierno con más facilidad. El gobierno puede tomar el liderazgo para proporcionar acceso a la información en formas que todos puedan usar, incluso medios accesibles para los discapacitados.³¹

Igualmente, con frecuencia los gobiernos son los principales recolectores de información social. Ellos siguen de cerca dónde vive y trabaja la gente, cómo se desempeñan las escuelas, qué viviendas valen la pena, qué empresas están abriendo y cerrando, los patrones de salud pública y mucho más. Compartir esta información con el público (respetando al mismo tiempo la privacidad y confidencialidad cuando sea apropiado) puede empoderar a las personas y a los grupos para identificar nuevas oportunidades de negocio. Igualmente puede abrir caminos para la mejora local. Puede suscitar historias importantes en los medios locales.

Los gobiernos podrían hacer mucho más para poner a la disposición del público los datos cívicos, sociales y económicos que poseen. La coalición detrás de la Sunshine Week 2009, una iniciativa nacional para promover el diálogo público sobre temas de la apertura del gobierno y la libertad de información, auspició una encuesta nacional para determinar la disponibilidad en línea de 20 categorías de información.³² Como explican los organizadores: “Las categorías para la encuesta fueron seleccionadas con el objeto de contribuir al bien público en general —el tipo [los tipos] de información

que la gente necesita para su propia salud y bienestar y los de la comunidad”. Sólo la mitad de los estados ofrecen una docena de esas categorías en línea. Un estado —Mississippi— ofrecía sólo cuatro. En el caso de reportes de financiamiento de campaña, un observador califica al patrón actual de “fracaso de diseño”. Muchos estados permiten a los candidatos usar formularios de papel para reportar sobre las contribuciones los gastos. Esto afecta significativamente la capacidad del gobierno de compartir fácilmente la información pública. Como resultado de ello, el público no tiene acceso oportuno a la información.

La actuación del gobierno es igualmente deficiente en la preservación y manejo de los documentos públicos. Todos los estados tienen leyes para abrir los documentos. También las tiene el gobierno federal. Sin embargo, las auditorías sobre la libertad de información muestran continuas fallas en la entrega de documentos que las agencias deben revelar por ley. A menudo, el cumplimiento es muy lento y deficiente. Tanto los periodistas como el público en general algunas veces se encuentran ante tarifas extraordinariamente altas.

Con frecuencia los ciudadanos no tienen más recurso obvio que litigar cuando se les niegan sus derechos de información. La Comisión respalda los esfuerzos de los grupos no lucrativos locales para recabar y difundir una amplia variedad de datos sobre las condiciones de la comunidad. El gobierno podría respaldar y facilitar de forma mucho más activa los esfuerzos de abrir los documentos.

El resultado para las comunidades locales es que los ciudadanos necesitan información relevante y creíble para ser libres y poder gobernarse.

LA COMISIÓN CONCLUYE:

- **Los retos financieros actuales que enfrentan los medios noticiosos privados podrían provocar una crisis para la democracia.**
- **Los medios públicos deberían dar mejores noticias e información locales.**
- **Los medios no lucrativos y no tradicionales pueden ser fuentes importantes de periodismo.**
- **La información pública pertenece al público. El gobierno debe ser más abierto.**
- **Las comunidades informadas pueden medir la salud de su información.**

LA COMISIÓN RECOMIENDA:**1****Recomendación 1: Dirigir la política de los medios hacia la innovación, competencia y apoyo a los modelos de negocios que ofrecen incentivos de mercado para el periodismo de calidad.**

A lo largo de la historia americana, la fuente principal de periodismo ha sido la empresa privada. De acuerdo con esto, la Comisión recomienda abajo que Estados Unidos intensifique su compromiso con los medios públicos. Pero es probable que el periodismo apoyado por los incentivos de mercado —incluso los modelos lucrativos y los no lucrativos— siempre aportará la mayor parte de la información original y verificada. La salud del sector de los medios privados es una meta importante de política pública. También lo es la independencia que los medios privados deben tener de la intervención gubernamental en los temas del contenido.

Las compañías existentes y que recién empiezan a funcionar están buscando afanosamente modelos de negocios para apoyar las operaciones noticiosas locales. El primer papel del gobierno debería ser que prosperen los experimentos. Los gobiernos no deberían dar normas que distorsionen los incentivos. Las normas no deberían hacer que las inversiones en los medios tradicionales sean artificialmente más atractivas que en las nuevas empresas, o viceversa. Los gobiernos deberían tener cuidado en no erigir barreras a la innovación. Las agencias deberían reexaminar regularmente si las reglas sirven a los fines apropiados de política pública a la luz de las condiciones económicas y tecnológicas cambiantes. Esto incluye las normas relacionadas con los derechos de propiedad, los límites de propiedad y las obligaciones legales de las compañías de los medios.

Según el punto de vista de la Comisión, los principios básicos de la política de medios deberían ser la innovación y la competencia. Las agencias federales que regulan los medios electrónicos deberían hacer posible para la mayor cantidad posible de competidores económicamente viables tener acceso a las audiencias locales. Es importante mejorar el acceso de los ciudadanos a las fuentes de información de su elección.

Los responsables de establecer la política deberían promover la competencia tanto dentro como entre las diferentes plataformas de medios. Debe haber competencia suficiente entre proveedores de servicios de información nuevos y tradicionales para satisfacer las necesidades de los consumidores de información con la mayor efectividad y al menor costo.

Si bien es claro que la Comisión no invita a los gobiernos a entrometerse en la práctica del periodismo, sí está consciente de una serie de propuestas para ayudar a las organizaciones periodísticas. No se ha presentado ningún caso convincente a la Comisión requiriendo subsidios directos a las empresas privadas de medios. Pero hay un valor social en el periodismo. Por tanto, aun si no recomienda ninguna medida en particular, la Comisión sugiere que los gobiernos exploren cambios impositivos y regulatorios modestos desde un punto de vista neutral para ayudar a los medios a aliviar la carga de los cambios rápidos en medio del desconcierto financiero.

Por ejemplo, los gobiernos estatal y federal podrían incluir una exención impositiva estatal a las suscripciones a medios impresos y en línea, o un crédito impositivo federal para apoyar al periodismo de investigación.³³ Otros cambios a la ley federal de impuestos podrían ser “permitir la operación conjunta de empresas de periodismo lucrativas y no lucrativas dentro del régimen de exención impositiva federal, enmienda de las limitaciones de deducción para la contribución de una empresa noticiosa a una organización no lucrativa, posposición de ganancia en adquisiciones tributables de periódicos por parte de organizaciones no lucrativas y uso permisivo de la exención de impuestos en la financiación de bonos para tales adquisiciones”.³⁴

Las organizaciones noticiosas no lucrativas también podrían fortalecerse si sus ingresos por publicidad estuvieran por lo menos parcialmente exentos de impuestos y si se suavizaran las reglas sobre la participación en negocios no relacionados. Sin auspiciar estas medidas, la Comisión las recomienda para el diálogo público.

Los gobiernos locales deberían tomar nota del valor cívico de la inversión privada en la infraestructura de la información. La política pública debería alentar a los empresarios a llenar los vacíos de información local o a ofrecer alternativas en el flujo de información local. Los fondos e incentivos tributarios a las empresas de capital centradas en la comunidad pueden ser apropiados para impulsar al empresariado local en aplicaciones de medios y tecnología con virtudes cívicas.

La innovación, competencia e incentivos de mercado serán críticos para el desarrollo tanto de modelos lucrativos como no lucrativos. Sin duda, el financiamiento por fundaciones ayudará a lanzar y sostener muchos e importantes planes locales. Sin embargo, es probable que las entidades no lucrativas de más éxito sean las que logren generar fuentes múltiples de ingresos que vayan a parar a la organización. De este modo, la Comisión espera que las políticas públicas que apoyan los incentivos de mercado para la producción de periodismo de calidad sirvan a los intereses tanto de los modelos lucrativos como de los no lucrativos.

2

Recomendación 2: Aumentar el apoyo a los medios de servicio público dirigidos a satisfacer las necesidades de información de la comunidad.

Igual que los medios privados, la radiodifusión pública en Estados Unidos tiene una historia mixta de ofrecer noticias e información locales. Por un lado, una encuesta de opinión Roper de 2007 reveló que casi la mitad de todos los americanos confía “mucho” en Public Broadcasting Service, una cifra mayor que los de la calificación de la televisión y periódicos comerciales.³⁵ Por otro lado, con algunas excepciones notables, la radiodifusión pública no tiene un récord sólido de liderar el periodismo local de investigación y la mayoría de las emisoras de la radio pública tiene muy pocos o ningún reportero de noticias locales. Finalmente, otra vez con algunas excepciones prometedoras, las estaciones públicas locales no han logrado aceptar las innovaciones digitales como forma de conectarse mejor con sus comunidades.³⁶

El compromiso americano con los valores de la Primera Enmienda ha suscitado desde hace mucho tiempo precauciones justificadas en contra de la dependencia del gobierno como auspiciador de noticias e información. Pero las emisoras públicas en Estados Unidos han demostrado su capacidad para presentar noticias de alta calidad, justas y creíbles y programas de información exentos de la interferencia del gobierno.

Es importante ahora que la política pública en la era digital desempeñe un papel más decisivo para elevar la actuación de los medios públicos en las noticias locales.

La radiodifusión pública en Estados Unidos ha agregado un contexto y plenitud a las noticias e información durante los últimos 40 años. Pero no ha logrado cumplir su promesa. Los avances en la programación infantil no han sido imitados en el campo de la información. En pocas palabras, nuestros medios públicos no reflejan plenamente al público ni se comprometen con él lo suficiente a nivel de la comunidad.

Es importante ahora que la política pública en la era digital desempeñe un papel más decisivo para elevar la actuación de los medios públicos en las noticias locales.

La radiotelevisión pública necesita movilizarse rápidamente hacia una visión más amplia de los medios de servicio público, una visión que sea más local, más inclusiva y más interactiva. Esto significa perseguir la mayor integración de nuevas tecnologías

y prácticas de comunicación con las formas tradicionales de radiodifusión. Significa usar plataformas digitales para comprometer de manera efectiva a las instituciones locales con la esfera pública. A fin de ponerlo en práctica, el gobierno y los donantes del sector privado deberían condicionar su apoyo a los medios públicos a que se reformen. Deberían apoyar la creación, administración y archivo de contenido de los medios públicos a nivel de la comunidad.

La Comisión está de acuerdo con la conclusión reciente del American University Center for Social Media: “Lo que se necesita para el futuro del contenido de alta calidad [de los medios públicos] es por lo menos el apoyo parcial de los contribuyentes a las muchas operaciones existentes y a los nuevos proyectos innovadores”.³⁷ Otros países con compromisos similares con la libertad de expresión y de prensa hacen contribuciones mucho mayores per cápita al financiamiento de los medios públicos. Por ejemplo, el gobierno federal de Estados Unidos gasta \$1.35 per cápita en los medios públicos, frente a los \$22.48 per cápita de Canadá y los \$80.36 per cápita de Inglaterra.³⁸ Un aumento modesto en los ingresos apoyados por los impuestos no pondría en peligro el modelo americano de dinero inicial del gobierno y contribuciones locales, y reconocería que destinar dinero a los medios públicos locales tiene sentido en la era digital. De manera similar, el Congreso debería aumentar los fondos disponibles para la transformación y ubicación de los medios públicos de América.

3**Recomendación 3: Aumentar el rol de la educación superior, de las instituciones comunitarias y de las no lucrativas como centros de actividad periodística y de compartir la información para las comunidades locales.**

Las instituciones no lucrativas son depósitos de conocimiento. Las organizaciones comunitarias locales, como las organizaciones de desarrollo comunitario, iglesias, organizaciones fraternales y cámaras de comercio, son críticas en la transmisión de la información. Todas deberían hacer que su prioridad sea compartir la información dentro de la comunidad y proporcionar las herramientas necesarias para transformar la información en conocimiento.

Esto es especialmente importante para las poblaciones que de otro modo serían marginadas. Es crítico que todos los segmentos de la comunidad puedan hallar contenidos útiles en línea que sean directamente relevante para sus necesidades e intereses. Independientemente de si la institución proporciona información para enriquecer la vida o información cívica, puede reforzar la toma de decisiones de los miembros de la comunidad al proporcionar información relevante, precisa

y accesible. Un esfuerzo comunitario genuino para comprometer a todos los vecindarios en un flujo efectivo de información podría implicar una variedad de portales de información dirigidos por diferentes entidades no lucrativas.

Una prioridad especialmente valiosa para las instituciones no lucrativas, incluso las fundaciones, pueden ser las becas de corto plazo para periodistas que cubren el gobierno estatal y local. Dada la conexión entre la cobertura noticiosa seria del gobierno y la responsabilidad pública, el sector no lucrativo debería estar especialmente atento a la reducción en la cobertura de las legislaturas en todo el país.

De igual manera, las instituciones de educación superior deberían promover la información comunitaria como parte central de su misión. Los colegios comunitarios pueden tener relaciones especialmente fuertes con los adultos y los estudiantes de la clase trabajadora que pueden estar involucrados en proyectos basados en la comunidad. El profesorado, el personal de apoyo y los cuerpos estudiantiles pueden enriquecer la base de conocimientos de una comunidad de muchas maneras. Las universidades deberían recompensar a los miembros de su profesorado que comparten su experiencia con iniciativas de alcance público. Deberían promover la difusión de conocimientos basados en las investigaciones en todos los campos y establecer o contribuir material a compendios en línea de los resultados de la investigación.

4

Recomendación 4: Requerir que el gobierno opere transparentemente en todos los niveles, facilitar el acceso fácil y de bajo costo a los récords públicos y hacer que los datos cívicos y sociales estén disponibles en formatos estandarizados que faciliten el uso público productivo de dichos datos

La información pública pertenece al público. Los gobiernos en todos los niveles deberían adoptar un tema implícito en las observaciones de muchos testigos de la Comisión: “Hacer que la información esté disponible; el ciudadano debe encontrar maneras de usarla de manera productiva”.

Leyes para la apertura del gobierno

En esta era digital, los gobiernos deberían definir la información pública lo más ampliamente posible, únicamente con excepciones muy específicas. Los gobiernos de todos los niveles normalmente deberían recoger datos electrónicamente y en formatos estandarizados. Respetando la privacidad individual y otras normas legales de confidencialidad, los gobiernos deberían colocar la información pública en línea en formatos estandarizados, optimizados para su búsqueda con las etiquetas

apropiadas. En pocas palabras, la información debería estar disponible de forma que la gente pueda remezclarla, superponerla y distribuirla para propósitos públicos o privados. Es probable que alcanzar este nivel de apertura conlleve inversiones considerables en la infraestructura de la información para apoyar a los gobiernos locales y estatales. Las grandes compañías de tecnología avanzada podrían hacer una aportación enorme al interés público ofreciendo voluntariamente sus conocimientos e instalaciones para ayudar a alcanzar este objetivo ambicioso.

Las jurisdicciones federal, estatal y local deberían identificar claramente y capacitar a los empleados responsables de atender las solicitudes de documentos. Las leyes deberían sancionar a las agencias del gobierno y a sus empleados que violen sus propias reglas de información pública. Las normas de apertura deberían aplicarse a todos los organismos públicos y a los contratistas del gobierno. Finalmente, los gobiernos deberían proveer supervisión independiente de sus programas para la transparencia.

Transparencia en el gobierno

Los asuntos públicos deberían tratarse en público. Las leyes sobre las reuniones abiertas al público deberían exigir que todas las agencias conduzcan sus deliberaciones y lleven a cabo sus acciones abiertamente. El público debería poder ser testigo y participar del proceso de gobierno. De ser posible, los gobiernos deben permitir a los ciudadanos participar electrónicamente en las audiencias o en otros procesos de recogida de datos.

En todos los niveles, los organismos legislativos deberían operar con transparencia genuina. Los miembros del público deberían poder seguir y hacer comentarios sobre las versiones sucesivas de estatutos y ordenanzas propuestos, ya sean

federales, estatales o locales. Excepto en emergencias auténticas, los legisladores no deberían votar sobre propuestas que no hayan sido expuestas públicamente con oportunidades significativas para el comentario público.

Los asuntos
públicos
deberían tratarse
en público.

Igualmente, la confianza pública en el sistema judicial exige que sean abiertos los tribunales. En asuntos criminales y civiles, cualquier cierre de los procedimientos o lacrado de los

documentos debe estar sujeto a un estándar alto en términos de protección de los intereses públicos. Los procedimientos en los tribunales, particularmente en el nivel de apelación, deberían estar abiertos a las cámaras.

5

Recomendación 5: Desarrollar medidas sistemáticas de calidad de las ecologías de información comunitaria y estudiar cómo afectan a los resultados sociales.

Las comunidades carecen de buenos instrumentos para evaluar la calidad de las ecologías de información local. No existen índices ampliamente aceptados para comparar las ecologías de las diferentes comunidades o para determinar si el flujo de información dentro de una comunidad en particular está mejorando o decayendo. Las comunidades necesitan medidas de ambos tipos. Si los activistas, legisladores y el público en general tuvieran maneras más concretas de describir, medir y comparar los sistemas de noticias comunitarias y el flujo de información, sería mucho más fácil movilizar el interés público alrededor de las necesidades de información de la comunidad.

Las comunidades pueden empezar a sentar las bases para dichos índices realizando autoevaluaciones sistemáticas de su ambiente informativo. Como posible punto de inicio de dicha evaluación, la Comisión ha elaborado una lista de verificación llamada “Healthy Information Communities” (Apéndice I) que los líderes locales pueden usar. La recopilación regular de datos puede empezar por encargar a un equipo especial comunitario diverso e inclusivo que evalúe el medio local de información y que haga un informe público.

B. Fortalecer la capacidad de información de las personas

Una comunidad puede verse anegada con información oportuna y relevante y, sin embargo, no recibir el beneficio máximo de su riqueza de información. Esto se debe a que sus miembros no pueden utilizar plenamente la información disponible sin las herramientas para tener acceso a ella y sin los conocimientos para usar esas herramientas de manera efectiva. América ya experimenta graves retos de conocimiento respecto a darle sentido al texto. La proliferación de medios digitales plantea nuevos retos con respecto a comprender y comunicar a través de medios nuevos y a menudo complejos.

El actual paisaje de medios de América alardea de una gama asombrosa de innovaciones tecnológicas para la creación, análisis, reestructuración y distribución de la información:

- **La ecología de las noticias locales y en línea de la información y noticias locales incluye ahora sitios noticiosos locales de agregación, de agregadores hiperlocales de información, sitios para el periodismo ciudadano, conexiones sociales locales y blogs de lugares especificados.**
- **La blogoesfera y otras plataformas de medios sociales han surgido como vehículos poderosos para la expresión personal y comunitaria, para la construcción de la comunidad, para la agregación de las noticias e interconexiones y para la discusión comunitaria.**
- **Están apareciendo herramientas disponibles para mejorar la calidad periodística de los blogs y para enlazarlos a fuentes de apoyo de publicidad.**

Más aún, el ritmo de la innovación tecnológica está a la par de la innovación cultural en el uso de nuevas herramientas para alcanzar los objetivos cívicos y sociales. Los ejemplos prominentes incluyen el microblog como herramienta para respuestas en casos de emergencia y reportaje periodístico, mapas en línea como herramienta para la organización comunitaria y la telefonía móvil como la base para el periodismo ciudadano.

Public Media 2.0, un informe reciente convincente de American University Center for Social Media, identificó cinco maneras críticas —elección, conversación, cuidado, creación y colaboración— en las cuales las nuevas herramientas y prácticas sociales están cambiando las costumbres mediáticas de la ciudadanía:

Elección. En lugar de esperar pasivamente la entrega del contenido, como en los días de la radiodifusión, los usuarios buscan activamente y comparan los medios en temas importantes a través de mecanismos de búsqueda, recomendaciones, videos solicitados, guías de programas interactivos, suministros noticiosos y sitios especiales...

Conversación. Las páginas de comentario y discusión se han vuelto comunes en una amplia gama de sitios y plataformas, con diferentes niveles de civilidad. Los usuarios están usando herramientas de conversación para compartir intereses y movilizarse en torno a temas. Las conversaciones distribuidas a través de servicios en línea...son administradas por vía de etiquetas compartidas. Las herramientas para clasificar y prohibir comentarios dan a los anfitriones y audiencias cierta fuerza para controlar el tono de los intercambios...

Cuidado. Los usuarios están agregando, compartiendo, clasificando, etiquetando, reanunciando, yuxtaponiendo y criticando el contenido en una variedad de plataformas desde los blogs personales y sitios para compartir videos abiertamente hasta páginas de perfil de redes sociales. Las revisiones y críticas de los medios son géneros populares para los usuarios de Internet, que desplazan o aumentan otros géneros, como reportes para el consumidor y escritos sobre viajes, y que están alimentando una amplia cultura de evaluación crítica.

Creación. Los usuarios están creando una serie de contenidos de medios múltiples (audio, video, texto, fotos, animación, etc.) desde el comienzo y remezclando el contenido existente con fines de sátira, comentario o autoexpresión, pasando por encima del callejón sin salida de los puntos de conversación de los medios masivos. Los encargados de producir los medios profesionales están ahora aprovechando el contenido generado por el usuario para usarlo como materia prima de sus propias producciones, y los medios concretos están enfrentados a varios problemas de uso justo en la lucha por promover y proteger sus marcas.

Colaboración. Los usuarios están adoptando una variedad de papeles nuevos a lo largo de la cadena de creación y distribución de medios —desde proporcionar fondos destinados a la producción o investigación y la implementación de dispositivos de control que muestren el contenido de sus propios sitios para organizar eventos en línea y no en línea relacionados con proyectos de medios, hasta movilizarse en torno a temas relacionados a través de herramientas en línea, como peticiones y cartas a los legisladores. Los proyectos de confiar el periodismo a la muchedumbre invitan ahora a la participación de la audiencia como investigadores, pronosticadores y editores. Hasta el momento, es un proceso de prueba y error.³⁹

La Comisión concuerda con los autores de este informe en que “Estos tres hábitos de los medios están alimentando un puñado de nuevas y apasionantes tendencias, cada una de las cuales ofrece herramientas, plataformas o prácticas de enorme posibilidades”.⁴⁰

Sin embargo, es obvio que estas tendencias ayudan a los ciudadanos sólo si tienen acceso al *hardware*, *software* y conectividad a Internet necesarios y si tienen los conocimientos para usarlos. Los americanos están excluidos potencialmente de estas tendencias por lo menos por tres “brechas” sobrepuestas.

La primera es una **brecha de banda ancha**. Hoy en día, el servicio de Internet en banda ancha está definido de manera insuficiente por el gobierno federal en el menor denominador común, incluyendo velocidades bajas que llegan a los 200 kilobits por segundo. Esta velocidad es inadecuada, por ejemplo, para transmitir programación de video en un nivel de calidad comparable al video que los consumidores ya reciben en los sistemas de cable o satélite de hoy en día. El video de calidad en ese orden requeriría velocidades de Internet por lo menos 10 veces más rápidas que

Aproximadamente
un tercio de las
comunidades rurales
americanas no
puede suscribirse a
servicios de Internet
de banda ancha a
ningún precio...
Aproximadamente sólo
el 25 por ciento de los
hogares americanos
con ingresos anuales
por debajo de \$20,000
tiene conexión de
banda ancha.

las velocidades menores de las que acepta el estándar actual de la FCC como “banda ancha”. Más aún, aproximadamente sólo el 25 por ciento de los hogares americanos con ingresos anuales por debajo de los \$20,000 tiene conexión de banda ancha como se le define actualmente.⁴¹ El 37 por ciento de los americanos adultos aún no se suscribe a servicios de banda ancha en sus hogares⁴² y cerca de un tercio de las comunidades americanas rurales no puede suscribirse a servicios de banda ancha a ningún precio.⁴³ Como consecuencia de ello, millones de americanos sencillamente están quedando fuera de la revolución de las comunicaciones.

Dentro de la brecha de banda ancha, hay dos crecientes divisiones

geográficas que causan especial preocupación. Una se da entre algunas comunidades de Estados Unidos⁴⁴ y comunidades comparables en otros países que ofrecen servicio superior de banda ancha a un mayor porcentaje de sus ciudadanos. La otra es entre los americanos que viven en la ciudad y los que viven en el campo. Varios países desarrollados de Asia y Europa ofrecen servicios de banda ancha significativamente más rápidos que los disponibles en Estados Unidos,⁴⁴ amenazando con poner en desventaja económica incluso a nuestras ciudades con más penetración. Al mismo

tiempo, dentro de América, la brecha de banda ancha con frecuencia afecta con más fuerza a los estados más pobres y más rurales. Por ejemplo, aproximadamente sólo un tercio de las poblaciones de Mississippi y West Virginia tiene banda ancha en casa. El ingreso promedio de un hogar explica casi tres cuartas partes de la variación entre estados en los índices de adopción de la banda ancha en el hogar.⁴⁵

En segundo lugar se encuentra la **brecha de conocimiento**. Según la encuesta de alfabetización de 2003 realizada por el National Center for Education Statistics, el 43 por ciento de los adultos no llega al estándar de competencia “intermedia” en prosa. Éstos no pudieron leer y comprender “textos en prosa...moderadamente densos”. No lograron “resumir, hacer inferencias simples, determinar causa y efecto y reconocer el propósito del autor”. Esto quiere decir, por ejemplo, que más de cuatro de cada diez adultos tendrían dificultades “al consultar materiales de referencia para determinar qué alimentos contienen una vitamina concreta”.⁴⁶

Las estadísticas sobre índices de graduación de la escuela secundaria refuerzan este desalentador cuadro. En todo el país, cerca del 30 por ciento de los estudiantes de último año de secundaria se gradúa a tiempo, alcanzando el índice de graduación apenas el 50 por ciento en general en algunas ciudades grandes.⁴⁷ Del 13 por ciento de americanos adultos que lograron un puntaje “por debajo del básico” en conocimientos, el estándar más bajo en la encuesta de NCES, un 55 por ciento no se había graduado de secundaria.⁴⁸ Ese hecho apoya fuertemente la conexión intuitiva entre los estudios y la alfabetización. Hasta el punto en que el flujo de información local sigue basándose grandemente en el texto, la alfabetización de adultos y los índices de abandono de los estudios en la secundaria plantean serios retos. En realidad, la creciente complejidad técnica de asuntos públicos como salud, el medio ambiente y las telecomunicaciones es probable que intensifique la desventaja cívica de los ciudadanos con limitaciones en la lectura.

Estas dos brechas se combinan para reforzar lo que Henry Jenkins, destacado especialista en medios, ha llamado la “**brecha de la participación**”. Ésta es la brecha “en experiencias sociales entre [la gente] que tiene un alto grado de acceso a las nuevas tecnologías de medios en casa y la que carece de ellas”.⁴⁹

Como lo explica el profesor Jenkins, “Hay una brecha enorme entre lo que puedes hacer cuando tienes acceso ilimitado a la banda ancha en casa y lo que puedes hacer cuando el único acceso que tienes está en la biblioteca pública, donde a menudo hay límites de tiempo en cuanto al trabajo que puedes hacer, donde hay filtros dispuestos por el gobierno que bloquean el acceso a ciertos sitios, cuando hay límites en tu capacidad de almacenar y descargar material, y así sucesivamente”.⁵⁰ Tener una computadora en casa se relaciona con índices más elevados de matrícula escolar y de graduación, e incluso con el control de otros factores asociados con niveles de alcance educativo.⁵¹ El uso de Internet en casa también da como resultado puntajes más elevados en los tests estandarizados de lectura en niños de familias de bajos ingresos, independientemente de la edad del menor.⁵²

Los que no participan se enfrentan a una alfabetización o competencia digital reducida —la comprensión y capacidad de usar nuevas tecnologías de la información— y una reducida competencia de medios —la capacidad de tener acceso, analizar, evaluar y crear mensajes en una variedad de medios.

La Comisión concluye que cualquiera que quede atrapado en el lado erróneo de estas tres brechas corre un riesgo importante de quedar relegado a una ciudadanía de segunda clase. Sin la intervención de la política pública, no es probable que la gente que actualmente no se encuentra representada “se ponga a la altura”. Los

Tener una computadora en casa se relaciona con índices más elevados de matrícula escolar y de graduación, e incluso con el control de otros factores asociados con niveles de alcance educativo.

americanos con ventaja geográfica y recursos personales continuarán a la vanguardia tanto en tecnología como en capacitación. Sin embargo, sin la acción pública, seguirá habiendo brechas entre los que tienen y los que no tienen. Éstas amenazan con crear una sociedad de dos escalones con limitadas posibilidades democráticas para demasiadas personas y comunidades.

En pocas palabras, el ciudadano necesita las herramientas, conocimientos y comprensión para usar la información de manera efectiva.

LA COMISIÓN CONCLUYE:

- **Toda la gente tiene el derecho a estar plenamente informada.**
- **No hay necesidad de que haya ciudadanos de segunda clase en comunidades informadas.**
- **El financiamiento para cumplir con esta meta es una inversión en el futuro de la nación.**
- **Los americanos no pueden competir globalmente sin nuevas políticas públicas e inversiones en tecnología.**

LA COMISIÓN RECOMIENDA:**6****Recomendación 6: Integrar los conocimientos digitales y de medios como elementos críticos para la educación en todos los niveles a través de la colaboración de funcionarios de educación federales, estatales y locales.**

La participación exitosa en la ecología de la información digital conlleva dos tipos de capacitación, o conjuntos de conocimientos. Uno es llamado normalmente “capacitación digital”, es decir aprender a trabajar con la información y tecnologías de comunicación de nuestra era en la red y comprender los problemas sociales, culturales y éticos que rodean a estas tecnologías. El segundo es la “capacitación de los medios”, o la capacidad de tener acceso, analizar, evaluar y crear los productos de información que difunden los medios.

Puede darse el caso de que algunos maestros y administradores, incómodos con los nuevos medios, se sientan tentados a ver la competencia digital y de medios como “extensiones” del aprendizaje básico en “lectura, escritura y aritmética”. Sin embargo, son nuevas formas de aprendizaje de base.

Aunque virtualmente todas las escuelas en Estados Unidos están conectadas a Internet, muchas comunidades locales no tienen la capacitación integrada, ya sea la digital o de los medios, en sus programas desde kindergarten hasta el grado doce. Internet se ofrece principalmente como herramienta de investigación, y los encuentros de los estudiantes con Internet están enmarcados por temas de confiabilidad y censura. A menudo la situación es algo mejor a nivel de universidad y de la educación para adultos en general. Puede que haya más oportunidad de aprender las herramientas, pero sólo raras oportunidades de explorar su uso e implicaciones con más profundidad. En muchas comunidades, las oportunidades para la educación informal de adultos para darles la capacitación digital y de los medios, si es que las hay, están excesivamente solicitadas.

El futuro de la democracia americana exige que eduquemos mejor a nuestros ciudadanos, empezando en edad temprana:

Ante la siempre creciente gama de mensajes en los medios de tantas formas, es necesario que los estudiantes comprendan el proceso mediante el cual los autores transmiten sus ideas sobre las experiencias sociales. El uso de los medios digitales y de los textos de cultura popular no sólo estimula la participación, motivación e interés de los jóvenes en el aprendizaje, sino que también les permite lograr una comprensión más rica y matizada de cómo funcionan los textos de todo tipo dentro de una cultura.⁵³

Puede darse el caso de que algunos maestros y administradores, incómodos con los nuevos medios, se sientan tentados a ver la competencia digital y de medios como “extensiones” del aprendizaje básico en “lectura, escritura y aritmética”. Sin embargo, son nuevas formas para cimentar el aprendizaje.

El gobierno federal debería lanzar una iniciativa nacional para evaluar la calidad de los programas de capacitación digital y de medios en las escuelas de la nación.

Las consecuencias de descuidar este reto pueden ser funestas. Los estudiantes que están profundamente inmersos en el mundo de la comunicación en línea fuera de la escuela pueden pensar que las escuelas que marginalizan las nuevas tecnologías son a la vez tediosas e irrelevantes. Para los estudiantes que carecen de acceso en línea en casa, el estudio escolar que no les ofrezca la competencia en lo digital y en los medios amenaza con dejarlos en una profunda desventaja social, económica y cultural.

El gobierno federal debería lanzar una iniciativa nacional para evaluar la calidad de los programas de capacitación digital y de medios en las escuelas de la nación. Esto debería incluir los esfuerzos hechos en instituciones de educación superior para preparar a los futuros maestros para nuevas competencias. La encuesta debería determinar qué están enseñando las escuelas a sus estudiantes y medir las necesidades tanto de equipo como de capacitación de los maestros. También es crítico evaluar las oportunidades de aprendizaje a disposición de los americanos que ya se han graduado de secundaria y promover las mejores prácticas para la educación en todos los niveles a fin de ayudar a los americanos a reforzar su competencia digital. Sólo una combinación de liderazgo nacional e iniciativa local y estatal puede producir exitosamente las reformas necesarias.

7

Recomendación 7: Financiar y apoyar las bibliotecas públicas y otras instituciones comunitarias como centros de capacitación digital y de medios, especialmente para adultos.

Las bibliotecas americanas necesitan fondos suficientes para servir como centros de información, entrenamiento y diálogo civil. Hay bibliotecas públicas en casi todas las comunidades de Estados Unidos. La mayoría de ellas tiene instalaciones para servicio de Internet. Casi todas ofrecen Internet público y casi las tres cuartas partes de ellas son las únicas proveedoras de acceso gratuito a computadoras e Internet en sus comunidades.

Estas bibliotecas necesitan recursos adicionales para servir las necesidades digitales del público. Con frecuencia, las bibliotecas del centro de las ciudades tienen un largo tiempo de espera para el uso de las computadoras. Las bibliotecas necesitan apoyar los programas de *software* necesarios para permitir que los jóvenes del vecindario trabajen en sus asignaciones de tarea escolar.

También necesitan los recursos y apoyo para trabajar de manera efectiva hacia la mejora de la competencia o capacitación digital. Por ejemplo, la Comisión propone que los fondos deben estar disponibles a las bibliotecas públicas para laboratorios móviles de enseñanza que ofrezcan instrucción digital a los miembros del público. La elegibilidad para recibir una unidad de enseñanza móvil podría basarse en el criterio de calificación E —es decir, el criterio que ya se usa para calificar a las escuelas y bibliotecas para recibir servicios de telecomunicación con descuento según el programa Universal Service de la FCC. Aproximadamente 10,000 bibliotecas públicas solicitaron los descuentos de calificación E en 2008 y los fondos para la calificación E también pueden ponerse a disposición de una iniciativa de enseñanza móvil. Este enfoque aseguraría que las comunidades que necesitan más las unidades de enseñanza móvil tendrían consideración prioritaria.⁵⁴

La Comisión también respalda la financiación de la capacitación digital para las instituciones comunitarias, como centros comunitarios y organizaciones de desarrollo comunitario. Estas organizaciones proporcionan servicios cruciales en el área de entrenamiento digital y de medios y pueden ser sitios útiles para comprometer a los adultos con un conocimiento moderado de Internet a compartir sus conocimientos

Las bibliotecas necesitan recursos adicionales para servir las necesidades digitales del público.

con los menos capacitados. Las organizaciones comunitarias que ya brindan servicio como proveedoras confiables de información a las comunidades marginadas están en buenas condiciones de ayudar a integrar a sus clientes de manera más efectiva a los sistemas de información de la comunidad.

8**Recomendación 8: Establecer estándares ambiciosos para la disponibilidad nacional de banda ancha y adoptar políticas públicas que estimulen la demanda del consumidor por servicios de banda ancha.**

La Comisión respalda el punto de vista de la Comisión Federal de Comunicaciones de que todos los americanos, de la ciudad y el campo, deberían tener acceso asequible a sólidos servicios de banda ancha. Sin embargo, la forma en que el gobierno federal considera actualmente los servicios de banda ancha, incluso el estímulo económico para mejoras en servicios rurales de banda ancha, es insuficiente para asegurar que Estados Unidos alcanzará la ciudadanía digital universal plena.

Todos los americanos deberían tener acceso a servicio de Internet de alta velocidad donde y cuando lo necesiten. En parte esto significa acceso inalámbrico que pueda extenderse más allá de la casa, el trabajo y centros comunitarios. Sin embargo, en sus hogares los consumidores deberían tener acceso a servicio asequible de Internet capaz de recibir y transmitir programación de video con calidad de imagen y sonido comparable con el alcance de programación de alta definición que reciben a través de sistemas de televisión por cable y satélite en la mayoría de comunidades estadounidenses. Para lograrlo, la Comisión respalda el uso de incentivos financieros por parte del gobierno para ayudar a estimular su implantación en áreas rezagadas a causa de la economía del mercado. Es probable que el costo de mejoras de este tipo para dar servicios de Internet alámbricos e inalámbricos sea de varios miles de millones de dólares. Sin embargo, creemos que no hacer una inversión de ese tamaño costará significativamente más a la nación en los años venideros en competitividad perdida a nivel mundial.

El gobierno y las firmas comerciales de telecomunicaciones tienen varias formas de alcanzar esta meta (incluso subsidios y políticas regulatorias), pero la Comisión no recomienda el uso de ninguno de unos sobre los otros. Sencillamente hacemos notar que muchas naciones líderes del despliegue de banda ancha han usado incentivos estratégicos para alentar el desarrollo del servicio de Internet de alta velocidad. Para lograr esa meta, el gobierno federal debería determinar sistemáticamente los tipos de conectividad a Internet que tienen los hogares americanos, examinando la velocidad, el costo, los proveedores de servicio participantes y si el acceso es alámbrico o inalámbrico.

Si todos los americanos, independientemente de la edad, etnia, ingresos o geografía, creen que el servicio de banda ancha les ayudará genuinamente a enfrentarse a los temas de la vida diaria, es probable que usen ese servicio en mayor número.

Sin embargo, las comunidades no pueden darse cuenta del beneficio pleno del despliegue de banda ancha a menos que los ciudadanos se conecten en realidad con sistemas de banda ancha. Por tanto, la Comisión alienta el apoyo público al despliegue de aplicaciones que hagan más atractivo el servicio de banda ancha. Si todos los americanos, independientemente de la edad, etnia, ingresos o geografía, creen que el servicio de banda ancha les va ayudar genuinamente a enfrentarse a los temas de la vida diaria, es probable que usen ese servicio en mayor número.⁵⁵

La Comisión respalda estas sugerencias como elementos de una estrategia general de liderazgo para hacer que la adopción de la banda ancha sea lo más satisfactoria y universal posible.

9

Recomendación 9: Mantener el compromiso nacional de abrir sistemas como objetivo central de la política de Internet.

La configuración antigua de Internet apoyaba la innovación incalculable del usuario, rindiendo amplios beneficios sociales. Según el llamado “principio de extremo a extremo”, la inteligencia de la computación radicaba principalmente en los usuarios a los extremos del sistema. Los propietarios y operadores de las redes ejercían poco control sobre el flujo de datos. Sin embargo, con el tiempo los propietarios y operadores de redes afirmaron que su administración activa de redes también rendiría beneficios, especialmente con respecto a la seguridad de la red y a la capacidad de apoyar nuevos servicios. El reto a la norma es equilibrar estos beneficios del sistema frente al riesgo potencial de la innovación. Es crítico que las prácticas de la red no debiliten el medio general para la innovación.

La adopción por parte de la Comisión Federal de Comunicaciones de las cuatro libertades de Internet identificadas por el entonces presidente de FCC Michael Powell ilustra bien el compromiso del gobierno federal con la apertura. La primera libertad es el derecho al acceso al contenido de elección del consumidor. La segunda es la libertad de usar todas las aplicaciones legales. La tercera es la libertad de adherir dispositivos personales que no dañen a la red. El presidente Powell identificó la cuarta libertad como el derecho a recibir información plena y precisa sobre el plan de servicio que uno tiene. La FCC amplió esa libertad convirtiéndola en un derecho expansivo a la competencia. Estos principios son aceptados ampliamente y la FCC debería aplicarlos vigorosamente de una manera que asegure el acceso abierto del público al contenido y servicios que desee. La Comisión Knight ve la apertura de las redes como esencial para satisfacer las necesidades de información de la comunidad. Los legisladores y otros encargados de la política deberían permanecer atentos y comprometidos con mantener la apertura.

10

Recomendación 10: Apoyar las actividades de los proveedores de información para llegar a las audiencias locales con contenido de calidad a través de todos los medios apropiados, como teléfonos móviles, radio, cable de acceso público y nuevas plataformas.

Con frecuencia, los usos de las nuevas tecnologías son tan sorprendentes que es fácil olvidarse de la importancia de *todas* las tecnologías de información y comunicaciones. El medio impreso no está muerto. Para muchos americanos, la radiodifusión y la transmisión por cable siguen siendo las fuentes primarias de noticias e información. Los teléfonos móviles son omnipresentes. Las nuevas tecnologías tienden a complementar, y no a reemplazar, a las viejas tecnologías. La política pública debería permitir a las comunidades locales capitalizar todos los medios disponibles para conectar a los ciudadanos con los flujos de información local.

Los encargados de regular la radiodifusión y el cable deberían dar prioridad a políticas que permitan que la mayor cantidad de noticias e información llegue a las audiencias locales a través de esos canales. La Comisión toma nota de iniciativas importantes, como las de Denver Open Media, Public Radio Exchange y pegmedia.org, que están creando programas modélicos para compartir programación comunitaria de alta calidad. Los canales de cables públicos, educativos y del gobierno forman parte de un grupo agraciado en cuanto a la facilidad de acceso. En la mayor medida posible, el gobierno federal debería moldear las políticas del espectro para acomodar a las estaciones FM de poca potencia y otras innovaciones que aumenten el número de voces en las ondas radiales locales.

Los centros de tecnología basada en la comunidad pueden proporcionar el entrenamiento y equipos para que los ciudadanos aprovechen todos los medios disponibles para crear y compartir noticias e información comunitarias. El aumento de la capacidad de las personas de producir, organizar y difundir información no debería limitarse a las plataformas en línea.

C. Promover el compromiso público

La ciudadanía capacitada, las tecnologías apropiadas y la información confiable y relevante son los bloques de construcción de un medio ambiente exitoso de comunicaciones. Sin embargo, lo que genera el flujo de noticias e información en ese ambiente no sólo son esos bloques de construcción. Es el compromiso — específicamente el compromiso de la gente con la información y entre sí.

El compromiso dentro de una comunidad puede adoptar una cantidad infinita de modalidades. El ciudadano se compromete cuando observa, escucha o lee las noticias, cuando discute sobre los asuntos locales con los vecinos, cuando asiste a celebraciones comunitarias y cuando realiza trabajo voluntario en proyectos cívicos. Se compromete de manera formal, como cuando vota y se postula a un puesto. Se compromete de manera informal, como cuando escribe cartas al editor o a sus representantes elegidos o cuando participa en blogs. El proceso de compromiso no significa que todos deben ser activos como ciudadanos en todo momento. Sin embargo, comprometerse significa que los ciudadanos ven a sus comunidades definidas geográficamente como comunidades en un sentido más profundo. Ven a sus vecindarios como un sistema de información compartida y sustento limitado por sentimientos de mutua obligación y apoyo.

El significado del compromiso con una comunidad democrática es que los ciudadanos participan genuinamente en el autogobierno. Las comunidades prosperan cuando los ciudadanos están motivados a aceptar la responsabilidad con respecto a los asuntos comunitarios. Las comunidades son sostenidas cuando la gente siente que tiene el poder de organizarse para lograr resultados positivos ya sea a través de sus propias acciones o de la receptividad de sus representantes elegidos. La información es esencial para este proceso de poder y el compromiso personal en asuntos comunitarios puede crear el contexto crítico en el que la información se torna activa.

En una comunidad democrática, todo ciudadano que lo desee debería también tener oportunidades de vigilar a los que conducen los asuntos cívicos. La red de individuos que se comprometen diariamente con la información cívica puede que nunca incluya a todos, pero es ideal que los grupos de ciudadanos que se comprometen en serio con la información cívica sean representativos de toda la comunidad. De lo contrario, es posible que la solución de los problemas comunitarios no refleje plenamente los intereses de todos. Las oportunidades de compromiso no deberían excluir arbitrariamente a nadie.

El compromiso es importante por lo que ofrece su presencia y por lo que augura su ausencia. El compromiso produce lo que el científico político Robert Putnam ha llamado exactamente “capital social”.⁵⁶ El capital social es la reserva de confianza, reciprocidad y hábitos de cooperación que permite a los ciudadanos colaborar exitosamente por los propósitos comunes. La investigación sugiere conexiones entre el capital social e indicadores de éxito comunitario como salud pública, sostenibilidad económica y bajas tasas de delitos.⁵⁷

La solución de problemas comunitarios serios requiere el “capital de puente”

El trabajo de Putnam identificó dos tipos de capital social, “de vinculación” y “de puente”. El de vinculación se da *dentro de* grupos homogéneos y unidos. El capital social de puente surge *entre* grupos. El capital de puente ayuda a mantener unidos a vecindarios diferentes, a clases sociales diferentes y a subcomunidades diferentes como se los puede definir por edad religión, etnia o cultura.

Cuando el compromiso de los ciudadanos supera las líneas de grupos...fortalece la capacidad de una comunidad de resolver problemas...Lo que sigue a la falta de compromiso...es la ignorancia, el malentendido y niveles más elevados de conflicto social.

En donde existe un puente sólido, la gente maximiza sus posibilidades de intercambiar información o de desarrollar información colaboración. Nadie es experto en todo, pero todos están informados sobre algunas cosas, incluso sobre su propia experiencia. La diversidad de información y puntos de vista del público pueden contribuir grandemente al sentido de una comunidad de identidad compartida y conocimientos colectivos. Cuando la gente se compromete saltando por encima de las líneas de grupo, comparte los diversos niveles de información que todos los ciudadanos poseen. Fortalece inevitablemente la capacidad de solucionar los problemas de una comunidad.

Lo que sigue a la falta de compromiso es el lado negativo de estos recursos comunitarios. En lugar de confianza hay alineación. En lugar de cooperación hay indiferencia. En lugar de conocimientos hay ignorancia, malentendido y niveles más altos de conflicto social. La ciudadanía no contribuye a la comunidad total porque no se siente parte de ella. Sufren potencialmente no sólo como ciudadanos, en su papel público, sino también como personas privadas. Tienen menos información sobre las oportunidades disponibles. Tienen menos conexiones para enfrentar los problemas en sus propias vidas. Incluso, hay evidencia de que el capital social reducido puede ser perjudicial para la salud personal.⁵⁸

A pesar de las grandes diferencias demográficas entre Silicon Valley, el estado de Montana y la ciudad de Philadelphia, el foro de la Comisión en cada uno de esos lugares reveló una falta de puentes a la vez que un anhelo de tenerlos. Los testigos en Philadelphia hablaron de las brechas en la comprensión y comunicación a través de líneas raciales y étnicas y entre la clase trabajadora y los más pudientes de Philadelphia. Los testigos en Montana hablaron del relativo “aislamiento de información” de las comunidades rurales, inclusive las comunidades nativoamericanas. Los testigos de Mountain View, California, se refirieron a la necesidad de unir a las subcomunidades étnicas y económicas, pero también se expresaron sobre la alienación de la gente joven.

La Comisión está consciente de que los testimonios que recibió representan sólo una parte de la historia americana. Sin embargo, la impresión consistente que quedó fue que muchos americanos no se ven a sí mismos plenamente representados en los flujos de información de la “corriente principal” de sus comunidades locales.

Los testigos que se dirigieron a la Comisión hablando de sus experiencias como trabajadores, como miembros de minorías étnicas o como defensores de la gente joven consideraban que los medios de la comunidad dominante transmiten demasiado poca información sobre —o relevante para— sus subcomunidades. También ven sus preocupaciones retratadas a la comunidad dominante en formas que son superficiales, engañosas y negativamente estereotípicas. Un tema común es que los lectores conocen a la gente pobre, los sindicatos laborales, las minorías étnicas y los jóvenes sólo a través de historias enmarcadas por el conflicto.

Los miembros de grupos minoritarios pueden comprometerse menos con los medios de la comunidad principal porque dudan de que estos medios reflejen la realidad de sus comunidades. Las minorías son dueñas de aproximadamente el ocho por ciento de las estaciones radiales de potencia plena en Estados Unidos, el tres por ciento de las estaciones de televisión.⁵⁹ Desde 2000, los periodistas de minorías nunca han representado más del 14 por ciento de la comunidad total de profesionales del periodismo impreso, llegando el porcentaje al 13.4 por ciento en 2009. Y más del 42 por ciento de las salas de prensa de los medios impresos en América no emplean a periodistas afroamericanos, asiaticoamericanos, nativoamericanos o latinos. De los 6,000 periodistas que perdieron su trabajo en 2008, 854 eran miembros de

minorías raciales.⁶⁰ Éstas son cifras desoladoras si se considera que, dentro de los próximos 35 años, es probable que las “minorías” de América llegarán a representar la mayoría numérica en Estados Unidos.⁶¹

Sin embargo, es claro que la gente quiere comprometerse. El impulso por compartir información, por crear y ser parte de un flujo mayor de información, es poderoso en todos los grupos de la sociedad. Raj Jayadev, organizador de jóvenes que ayudó a crear *Silicon Valley De-bug*, una revista multicultural producida por jóvenes, dijo a la Comisión que en la década actual, “la ‘organización de jóvenes’ y los ‘medios de jóvenes’ se han hecho sinónimos”. Él informó:

La gente joven que no pertenece a la vía rápida del punto.com —que no se ven a sí mismos en los medios tradicionales o que sólo se ven a sí mismos como delincuentes, desertores escolares o detractores de la comunidad— han llevado esta labor a otro nivel a través de la adopción de tecnologías más nuevas... Una consecuencia de no estar incluido en el mundo de la noticia es el abandono total de ella y sencillamente un impulso por tener uno propio.

En un estilo similar, aunque los testigos declararon sobre un puente insuficiente entre los medios étnicos y los de la comunidad dominante, los medios étnicos están prosperando de muchas maneras dentro de las subcomunidades a las que brindan servicio.

La Comisión cree que las comunidades locales pueden fortalecer significativamente el compromiso público tratando dos temas: oportunidad y motivación. Debido a que el compromiso mayor ha tenido ventajas significativas tanto para las personas como para las comunidades, conviene a las instituciones poner atención a lo que hace que el compromiso sea plausible y atractivo para el público en general, y ampliar las oportunidades del compromiso constructivo donde sea factible.

Para buscar sus intereses verdaderos, la gente tiene que comprometerse con la información y con los otros.

LA COMISIÓN CONCLUYE:

- **Crear comunidades informadas es una tarea de todos.**
- **La gente joven tiene un papel especial en tiempos de grandes cambios.**
- **La tecnología puede ayudar a todos a ser parte de la comunidad.**
- **Todos deberían sentir la responsabilidad de participar.**

LA COMISIÓN RECOMIENDA:**11****Recomendación 11: Expandir las iniciativas de los medios locales para que reflejen la realidad plena de las comunidades a las que representan.**

Inevitablemente, las instituciones de medios, antiguas y nuevas, continuarán siendo los actores principales en las redes o sistemas de información que brindan servicio a las comunidades locales. Sin embargo, como instituciones democráticas, pueden servir a sus comunidades de manera más efectiva si reflejan y ayudan a dar voz a todos los segmentos del público en la forma en que se recoge, analiza y comparte la noticia. Los medios de la comunidad dominante tienen una capacidad inusual para fomentar el “capital de puente” que es crítico para el bienestar de la comunidad. Esto puede resultar especialmente crítico en lugares donde las comunidades están fragmentadas a lo largo de líneas sociales, económicas y políticas. Los medios locales tienen el potencial único de permitir a los ciudadanos ver cómo se ve la vida desde las perspectivas de grupos múltiples y de comprometer a la gente en la conversación por encima de las líneas de grupo.

El acceso a fuentes creíbles e informadas de todos los segmentos de la comunidad será más fácil para las salas de prensa cuyos periodistas están conectados con todos los subsistemas étnicos, sociales, económicos y políticos de la comunidad. Si algún segmento de la comunidad está subrepresentado entre quienes realizan la labor de periodismo, la precisión y credibilidad del periodismo sufren. A la inversa, el compromiso de una organización noticiosa por representar a toda la comunidad puede contribuir a superar el sentimiento de exclusión social que existe en muchas comunidades y que desalienta el compromiso.

Igual que la diversidad en la sala de prensa puede servir de puente entre los diversos grupos de una comunidad, también puede y debe serlo la diversidad en la propiedad de medios de una comunidad. Alcanzar la diversidad en la propiedad de medios impresos y electrónicos de la corriente principal ha demostrado ser un reto difícil. Las comunidades se beneficiarían si la evolución de los nuevos medios proveyera oportunidades importantes para las minorías y otros grupos subrepresentados para alcanzar una parte sustancial de la propiedad en el sector de la noticia y la información.

12

Recomendación 12: Comprometer a los jóvenes en el desarrollo de la información digital y de las capacidades de comunicación de las comunidades locales.

Los hábitos mediáticos de los americanos varían grandemente con la edad. Los americanos más jóvenes, específicamente si tienen una situación económica bastante buena, tienden a integrar la información avanzada y las tecnologías de la comunicación en sus vidas diarias de formas que parecen resultar bastante extrañas para sus mayores. Para ser innovador en los usos sociales de los medios digitales, ayuda haber tenido experiencias tempranas y prolongadas en la vida. Al mismo tiempo, muchos jóvenes con conocimientos tecnológicos tienen poca conexión con las ideas y retos de la democracia local. Esta distribución desigual de conocimientos a través de las generaciones constituye en realidad una oportunidad única.

Imaginemos un “Cuerpo de Expertos para la Democracia Local” donde, como oportunidad postuniversitaria, los jóvenes americanos se presentan como voluntarios para ayudar a conectar a una comunidad física con la infraestructura de redes.

Imaginemos un “Cuerpo de Expertos para la Democracia Local” (*Geek Corps for Local Democracy*) donde, como oportunidad postuniversitaria, los jóvenes americanos se ofrecen como voluntarios para ayudar a conectar a una comunidad física con la infraestructura de redes. Se les asignaría a comunidades diversas para ayudar a funcionarios del gobierno local, bibliotecarios, policías, maestros y otros líderes comunitarios a conseguir la tecnología sistematizada. Los participantes en el Cuerpo de Expertos enseñarían a los miembros de la comunidad cómo usar la tecnología. Ayudarían a los líderes locales a comprender los cambios tecnológicos y cómo pueden conseguir nuevas tecnologías para prácticas comunitarias. Los participantes de todas las comunidades involucradas serían conectados a un sistema nacional de participantes para compartir las mejores prácticas, desarrollar un código de uso colectivo y construir una red de sistemas de información para la democracia local.

Ya están funcionando programas en los cuales los estudiantes de secundaria se ofrecen como voluntarios para ayudar en los programas tecnológicos. Pero la naturaleza local de dichas iniciativas significa que hay poca coordinación entre las comunidades. Un Cuerpo de Expertos vincularía lo local y lo nacional a través de sistemas de jóvenes apasionados. Idealmente, un programa de este tipo tendría la misma estatura del Cuerpo de Paz o del AmeriCorps, tal que los participantes serían bienvenidos a los trabajos con los brazos abiertos. Sin embargo, el beneficio real para la mayoría de los jóvenes sería una comprensión profunda de cómo trabajan las diferentes comunidades y cómo funciona la democracia a nivel local. Los que invitaron a los participantes del Cuerpo de Expertos a sus comunidades deberían disfrutar de la oportunidad de ayudar a estos jóvenes a comprender la democracia y el gobierno local. El resultado es la educación cívica entre generaciones.

Los participantes en el Cuerpo de Expertos necesitarían tener tipos diferentes de conocimientos tecnológicos. La paga no sería exageradamente generosa. La calidad única de la oportunidad compensaría el bajo nivel de ingresos a corto plazo. Sería necesario que hubiera un proceso para la evaluación a fin de asegurar que se satisfacen las necesidades locales. Una plantilla nacional podría ayudar a coordinar a los participantes locales y a proporcionar la columna vertebral al proyecto.

Para que funcione, este programa necesitaría el apoyo tanto local como nacional. Tendría más sentido que las comunidades financiaran parte de los costos y que sus contribuciones fueran igualadas ya sea por fundaciones, corporaciones o el gobierno federal. Las comunidades locales también tendrían que proporcionar una estructura para que los participantes en el Cuerpo de Expertos se comprometan con los miembros relevantes de la comunidad.

13

Recomendación 13: Dar a todos los ciudadanos el poder de participar activamente en el autogobierno de la comunidad, incluso en “cumbres comunitarias” locales para tratar asuntos comunitarios y perseguir las metas comunes.

Por importante que sea Internet para facilitar las conexiones humanas, el contacto cara a cara sigue siendo la base de la formación comunitaria. En realidad, los años recientes han presenciado una explosión en el uso de Internet no sólo para crear “comunidades virtuales” entre extraños, sino también para permitir a quienes se conocen fuera de Internet conservar y profundizar su conexión. Para edificar el “capital de puente” que los pueblos y ciudades americanos necesitan para poder prosperar, las comunidades locales deberían buscar oportunidades para que los ciudadanos compartan la responsabilidad de enfrentar las necesidades comunitarias y organizar una base en toda la comunidad para discutir problemas comunes y perseguir metas comunes.

Las cumbres comunitarias pueden ser catalizadores importantes para la actividad de autogobierno. Para tener éxito, las cumbres locales tendrán que tener sentido en el contexto de una agenda verdadera de toma de decisiones. Dichas reuniones deberían tener el potencial de conducir a una acción constructiva y de ayudar a identificar y dar poder a los ciudadanos líderes que pueden sacar adelante la agenda común. El compromiso debe estar motivado por la toma de conciencia común de que lo decidido por la reunión creará un programa de acción que los ciudadanos puedan y estén dispuestos a seguir. Invitar a los ciudadanos a comprometerse entre sí y luego ofrecer una experiencia que sea accesible, dinámica y constructiva puede superar las barreras hacia la oportunidad y la motivación, que con demasiada frecuencia hacen que la gente se quede en casa.

Un buen comienzo para las iniciativas sobre el diálogo comunitario serían las cumbres dirigidas a crear agendas de acción comunitaria para mejorar el ambiente de información local. Las oficinas del alcalde y de los concejos de la ciudad podrían sentar las bases para dichas cumbres usando la lista de verificación de “Healthy Information Communities” en el Apéndice I como marco para reunir los hechos básicos sobre el ambiente de información de la comunidad. Una cumbre de seguimiento podría entonces reunir a los sectores público, privado y no lucrativo para una búsqueda común de los pasos locales específicos de la visión “de comunidad informada”. Podrían colaborar a rastrear otros medios adicionales para la información comunitaria, a determinar los vacíos que es necesario tratar. Podrían diseñar iniciativas para promover la disponibilidad de información, capacidad ciudadana y compromiso público.

14

Recomendación 14: Enfatizar el flujo de información comunitaria en el diseño y mejoramiento de los espacios públicos de una comunidad local.

La investigación de las encuestas revela que los aspectos físicos de un lugar con frecuencia determinan el sentimiento de apego de los individuos a su comunidad local. La preocupación por el medio ambiente está concurriendo con la planificación estratégica alrededor de temas de desarrollo social y económico para renovar el interés en la creación y nuevo diseño de espacios públicos atractivos. Dichos espacios pueden convertirse en puntos atractivos para el contacto social dentro y entre grupos comunitarios. También pueden convertirse en lugares claves para compartir información.

Además de las medidas arquitectónicas, las tecnologías de la información pueden ayudar a reunir a la gente en un espacio común. Es fácil imaginar despliegues públicos digitales de noticias y cultura convirtiéndose en una atracción mayor en muchas comunidades. Los lugares de transporte público, parques, centros comunitarios y centros comerciales podrían convertirse en sitios donde se establezcan quioscos que presenten información local.

Estos esfuerzos no sustituirían al acceso local a la banda ancha, pero podrían promover el flujo de información de la comunidad al alentar a los ciudadanos a salir de casa a pasear. Éstas serían formas interesantes y estéticamente atractivas para que los residentes locales se conecten a la comunidad total.

15

Recomendación 15: Asegurar que toda comunidad local tenga por lo menos un centro en línea de alta calidad.

Dado el volumen de información en Internet y la infinita diversidad de intereses de los usuarios, no es posible que un solo sitio Web ofrezca toda la información en línea que quieren y necesitan los residentes locales. Igual que las comunidades dependen de los mapas de espacio físico, deberían crear mapas de flujo de información que permitan a los miembros del público conectarse con los datos e información que desean.

Las comunidades deberían tener por lo menos un portal bien publicitado que apunte hacia la amplia gama de recursos de información local. Ésta incluye líneas de datos del gobierno, foros locales, listas de correos electrónicos de la comunidad, blogs locales, medios locales, calendarios de eventos e información cívica. Los mejores de estos centros irían más allá de la simple suma de enlaces y actuarían como guías en línea. Permitirían a los ciudadanos hacer una efectiva sesión de búsqueda, haciendo que la gente sepa qué hay disponible y dónde. El sitio debería conseguir el dominio de nuevas formas de medios sociales para apoyar a los usuarios en la recogida y comprensión de la información local.

En los lugares donde la iniciativa privada no esté creando centros comunitarios en línea, una institución que goce de la confianza local podría emprender dicho proyecto con la ayuda de fondos del gobierno o de una fundación, o con el apoyo de quienes también apoyan los medios públicos.

Conclusión y llamamiento a la acción

Estados Unidos se encuentra en un momento que podría ser el comienzo de un renacimiento democrático, facilitado por prácticas sociales innovadoras y tecnologías fuertes. Con múltiples instrumentos de comunicación, instituciones dinámicas para promover el conocimiento y el intercambio de ideas y el renovado compromiso de participar en la vida pública, los americanos podrían encontrarse en una etapa nueva y brillante. La ciudadanía disfrutaría de una capacidad sin precedentes para colmar sus aspiraciones individuales y para dar forma colectivamente al futuro de sus comunidades. La discusión comunitaria, la colaboración y la toma responsable de decisiones públicas podrían enriquecer la vida en todos los vecindarios, pueblos y ciudades.

A fin de prosperar en una democracia, las comunidades locales de América necesitan ecologías de información que apoyen tanto la vida comunitaria colectiva como la individual. Necesitan noticias e información precisas y relevantes para alimentar la búsqueda común de la verdad y el interés público. Mejorar las ecologías locales requiere de políticas públicas que apoyen la producción y difusión de información relevante y creíble, que aumenten la capacidad de las personas de comprometerse con la información y que promuevan el compromiso de los ciudadanos con la información y entre sí. Las comunidades informadas requieren estrategias bien diseñadas para hacer que estos objetivos se conviertan en una realidad.

Sin embargo, las cuestiones que América enfrenta en este punto en su historia de la información van más allá de cuestiones de estrategia para convertirse en cuestiones de valores. La Comisión Knight ha recomendado una serie de estrategias que, de varias maneras, exhortan a nuestras grandes instituciones públicas y a las no lucrativas a dar nueva prioridad a la apertura, inclusión y compromiso. Sin embargo, las cuestiones de valores planteadas son igualmente profundas para los ciudadanos como individuos y para las instituciones de los medios.

Las comunidades en América necesitan que sus miembros reexaminen sus funciones individuales como ciudadanos en la era digital. Las oportunidades del momento actual están conspicuamente interrelacionadas con las nuevas tecnologías de la conexión humana. Más que nunca, estas tecnologías permiten a cada ciudadano ser parte productiva de la comunidad.

Sin embargo, estas oportunidades y los beneficios sociales que ofrecen implican una responsabilidad recíproca de participar. El sentido de los americanos de su misma identidad como ciudadanos debería implicar un sentido de responsabilidad para ingresar en la era digital. Es necesario que obtengan los conocimientos necesarios para apoyar la ciudadanía de primera clase, para demostrar una activa voluntad de adquirir y compartir conocimiento tanto dentro como a través de los sistemas sociales y para apoyar los valores democráticos en la manera en que cada persona interactúa con la ecología de la información que sirve a su comunidad

Es crítico que los americanos se den tiempo para adoptar la calidad del flujo de información de la comunidad como tema digno de su preocupación y compromiso. La Comisión ha dirigido muchas de sus recomendaciones a las agencias y funcionarios del gobierno. Es mucho más probable que ellos respondan si sus electores hacen campaña día tras día a favor de una agenda proinformación.

De igual manera, las instituciones de medios deben confrontar la manera en que las nuevas técnicas tecnológicas y las prácticas sociales están retando sus valores centrales. Las relaciones cambiantes entre los periodistas, firmas de medios y el público deberían engendrar una profunda discusión sobre cómo afectan estos cambios al enfoque adecuado de la propiedad intelectual y valores como la objetividad, privacidad y responsabilidad. Una cultura de información cada vez más desinhibida crea oportunidades no sólo para el beneficio social, sino también para la difamación, acoso, fraude, pornografía, mensajes no deseados, robo, intrusismo, invasiones de privacidad y todo tipo de falsedades, desde errores inocentes hasta daños intencionales.

No es probable que los instrumentos formales de la ley ni las iniciativas privadas de las personas particulares puedan superar plenamente estos retos. Es necesario que las instituciones que forman los nudos críticos en las redes de información de América examinen sus propias prácticas. Deben considerar cómo pueden los cambios en la práctica institucional proteger los valores centrales al mismo tiempo en que surgen nuevas maneras de crear, organizar y compartir información.

Es posible adormecer a la sociedad y hacerle creer que la mera disponibilidad de nuevas y maravillosas herramientas será la solución a todos los problemas. Alternativamente, cuando se abandonan las viejas prácticas, los individuos pueden imaginarse un pasado en cierta forma más brillante que la realidad y exagerar la amenaza a los valores y alianzas permanentes. Esta Comisión ha tratado de resistir ambos impulsos. La intención de ese informe es ayudar a América a mantener su compromiso de apoyar los ideales de información, incluso mientras los individuos y comunidades crean ecologías de la información más relevantes, participatorias e inclusivas que nunca. No debe haber ciudadanos de segunda clase en las comunidades democráticas de la era digital. Si América quiere poner en práctica esta visión se necesitarán iniciativas colectivas e individuales en todos los niveles de la sociedad.

Con este informe, la Comisión Knight ha querido ofrecer un conjunto de principios duraderos y recomendaciones amplias que puedan enmarcar la búsqueda de las comunidades informadas que América necesita. Sin embargo, la Comisión concibe las “comunidades informadas”, como la democracia misma, como una visión que se debe buscar en todo momento, no como un estado final de perfección que probablemente nunca se alcanzará. Con ese espíritu, nuestro primer llamamiento es propiciar una tromba de ideas adicionales, diálogo y acción en comunidades de todo Estados Unidos. El “tema de la información” es tema de todos.

La Comisión Knight sobre las Necesidades de Información de las Comunidades en una Democracia

COPRESIDENTES

Marissa Mayer

Theodore B. Olson

MIEMBROS

danah boyd

Walter Isaacson (Ex-Oficio)

Andrew Mooney

John Carroll

Benjamin Todd Jealous

Donna Nicely

Robert Decherd

Mary Junck

Michael Powell

Reed Hundt

Mónica Lozano

Rey Ramsey

Alberto Ibargüen (Ex-Oficio)

Lisa MacCallum

Paul Sagan

Notas finales

1. Loris Ann Taylor, *Native Public Media Policy Priorities: Paper Prepared for the Obama-Biden Presidential FCC Transition Team* (2008), disponible en <http://www.media-democracy.net/files/NativePublicMediaPolicy-1.pdf>.
2. Aunque la Comisión se ha esforzado por adoptar un enfoque basado en la evidencia en sus análisis y recomendaciones, su experiencia confirma la conclusión de otros investigadores de que “los esfuerzos por comprender y tratar estos temas se ven limitados por la falta de evidencia empírica sólida, y deben basarse, en lugar de ello, en información incompleta, anécdotas e información. Sabemos demasiado poco sobre cómo los cambios en la forma de presentar y consumir la noticia están reflejando la conciencia del público, la opinión y el compromiso público”. Persephone Miel y Robert Faris, *News and Information as Digital Media Come of Age*, en 2 (2008), disponible en http://cyber.law.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/Overview_MR.pdf.
3. Paul Starr, “Goodbye to the Age of Newspapers (Hello to a New Era of Corruption)”, *The New Republic*, Marzo 4, 2009, en 28, disponible en <http://www.tnr.com/politics/story.html?id=a4e2aafc-cc92-4e79-90d1-db3946a6d119>.
4. Project for Excellence in Journalism, *Local TV News Reports a Drop in Revenue, Ratings*, Journalism.org, Mar. 26, 2009, disponible en http://www.journalism.org/commentary_backgrounder/local_tv_sees_drop_revenue_and_ratings.
5. AJR Staff, *AJR's 2009 Count of Statehouse Reporters*, American Journalism Review, Abril/Mayo 2009, disponible en <http://www.ajr.org/article.asp?id=4722>.
6. Michael Liedtke, “AP Survey of News Execs: Staff Cuts Hurting Coverage,” EditorandPublisher.com, Mayo 13, 2009, disponible en http://www.editorandpublisher.com/eandp/news/article_display.jsp?vnu_content_id=1003972765.
7. *You Tell Us: Gigabit Wireless on the Cheap*, IEEE Spectrum, Enero 2008, disponible en <http://spectrum.ieee.org/computing/networks/you-tell-us-gigabit-wireless-on-the-cheap>.
8. John Horrigan, *Wireless Internet Use*, 4, 33 (2009), disponible en <http://pewinternet.org/-/media/Files/Reports/2009/Wireless-Internet-Use.pdf>.
9. Para muchos propósitos, las comunidades están propiamente identificadas en un sentido amplio como “sistemas de lazos interpersonales que ofrecen sociabilidad, apoyo, información, un sentido de pertenencia e identidad social”. Barry Wellman, “Physical Place and CyberPlace: The Rise of Personalized Networking,” 25 *Journal of Urban and Regional Research* 227, 228 (2001), disponible en http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/individualism/N_1_#N_1_. Sin embargo, la calidad de la democracia depende fundamentalmente de la relación de las personas con los lugares donde viven. La geografía define el alcance del gobierno común de la gente sobre los recursos sobre los cuales comparten jurisdicción. En la fundación de la república, hubo una correspondencia significativa entre los límites geográficos que definieron el sentido de comunidad de la gente y la mayoría de las estructuras que evolucionaron para producir noticias e información. Desde la época del telégrafo hasta la era digital, la evolución de la tecnología ha intentado de manera constante erosionar, si no eliminar, dicha correspondencia. Ésta es una razón clave por la cual es ahora tan crucial enfocarse en las necesidades de las comunidades locales geográficamente definidas.

10. Éstas incluyen Global Networked Readiness Index de INSEAD's, disponible en <http://www.insead.edu/v1/gitr/wef/main/analysis/showcountrydetails.cfm>; the Media Sustainability Index creado por International Research and Exchanges Board (IREX), vea <http://www.irex.org/msi/>, y el Access to Knowledge Index creado por Information Society Project, de la Yale Law School, vea Lea Bishop Shaver, *Defining and Measuring A2K: A Blueprint for an Index of Access to Knowledge*, 4 I/S: A Journal of Law and Policy for the Information Society 235 (2008). Encuesta Press Freedom and Development de la UNESCO, en 194 países está empezando a encontrar enlaces sugestivos entre una prensa libre y otros aspectos medibles del bienestar social. Marina Guseva, et al., *Press freedom and development: An analysis of correlations between freedom of the press and the different dimensions of development, poverty, governance and peace* (UNESCO 2008), disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001618/161825e.pdf>.
11. En USC Annenberg, la profesora Sandra Ball-Rokeach ha desarrollado la tesis de que la infraestructura de comunicación local desempeña un papel crítico en tres componentes del compromiso cívico: pertenencia al vecindario, eficacia colectiva y participación cívica. Incluso, ha desarrollado una medida que llama Integrated Connectedness to a Storytelling Network (ICSN), que ha determinado —por lo menos para las comunidades locales a las que ha estudiado— que son un resumen efectivo de la relación entre lo que ella llama conectividad de medios, su enfoque de conexiones a organizaciones comunitarias y la intensidad de narración de historias interpersonales en el vecindario. Yong-Chan Kim & Sandra J. Ball-Rokeach, “Civic Engagement From a Communication Infrastructure Perspective,” 16 *Communication Theory* 173 (2006). Los investigadores Mark Lloyd y Phil Napoli, por ejemplo, han propuesto un índice de diversidad de medios locales que podría usarse para correlacionar elementos de diversidad de medios con niveles locales tanto de participación cívica como de conocimiento cívico. Mark Lloyd y Phil Napoli, *Local Media Diversity Matters: Measure Media Diversity According to Democratic Values, Not Market Values*, Center for American Progress (2007), disponible en http://www.americanprogress.org/issues/2007/01/pdf/media_diversity.pdf. Estos proyectos, junto con esfuerzos de evaluación comunitaria como el Sense of Community Index, D. W. McMillan & D. M. Chavis, “Sense of Community: A definition and theory,” 14 *American Journal of Community Psychology* 6–23 (1986), the National Civic Health Index creado por el National Council on Citizenship, disponible en <http://www.ncoc.net/index.php?tray=series&tid=top5&cid=97>, and Patchwork Nation, <http://www.csmonitor.com/patchworknation/>, apuntan el camino hacia la posibilidad de una comprensión más profunda con el tiempo entre los elementos precisos de las ecologías de información local y otros resultados sociales positivos.
12. Sheila Grissett, “Shifting Federal Budget Erodes Protection from Levees; Because of Cuts, Hurricane Risk Grows,” *The Times Picayune*, Junio 4, 2004, en 1.
13. The Commission on Freedom of the Press, *A Free and Responsible Press – A General Report on Mass Communication: Newspapers, Radio, Motion Pictures, Magazines and Books*, 20 (1947).
14. Starr, *supra* nota 3, en 29.
15. James M. Snyder, Jr, y David Strömberg, *Press Coverage and Political Accountability*, Marzo, 2008, disponible en <http://www.nber.org/papers/w13878.pdf>. Un nuevo estudio de Princeton incluso sugiere que cuando los emisores de noticias cierran, la gente se desentiende más extensamente de los asuntos comunitarios. El año después del cierre del *Cincinnati Post*, “menos candidatos se presentaron para la oficina municipal en los suburbios que más se basaban en el Post, hubo más probabilidades de que los funcionarios fueran reelegidos y se redujo la concurrencia a las urnas”. Sam Schulhofer-Wohl y Miguel Garrido, *Do Newspapers Matter? Evidence from the Closure of The Cincinnati Post* (Woodrow Wilson School Discussion Papers in Economics, Mar. 2009), disponible en <http://www-roxen.princeton.edu/wwseconpapers/papers/dp236.pdf>.

16. Ira Machefsky, *Newspaper Advertising Revenue Trends*, TheNumbersGuru.com, Agosto 1, 2008, disponible en <http://thenumbersguru.blogspot.com/2008/07/newspapers-advertising-revenue-trends.html> (basado en datos de la Newspaper Association of America, disponible en <http://www.naa.org/TrendsandNumbers/Advertising-Expenditures.aspx>).
17. Richard R. John, *Spreading the News: The American Postal System from Franklin to Morse* (1998).
18. Adrienne Chute y P. Elaine Kroe, *Public Libraries in the United States: Fiscal Year 2005*, en 3, (National Center for Education Statistics, 2007), disponible en <http://nces.ed.gov/pubs2008/2008301.pdf>.
19. American Library Association, *The State of America's Libraries 20*, (Abril, 2009), disponible en http://www.ala.org/ala/newspresscenter/mediapresscenter/presskits/2009stateofamericaslibraries/State%20draft_04.10.09.pdf.
20. Leigh Estabrook y Lee Rainie, *Information Searches that Solve Problems: How People Use the Internet, Libraries, and Government Agencies When They Need Help*, en 10, 22 (Pew Internet & American Life Project, 2007), disponible en <http://www.pewinternet.org/Reports/2007/Information-Searches-That-Solve-Problems.aspx>.
21. Denise M. Davis, *Funding Issues in U.S. Public Libraries, Fiscal Years 2003-2006*, en 1 (Marzo 10, 2006), disponible en <http://docs.google.com/gview?a=v&q=cache:yor2N5NrL6EJ:www.ala.org/ala/aboutala/offices/ors/reports/fundingissuesinuspls.pdf+denise+m.+davis,+Funding+Issues+in+U.S.+Public+Libraries,+Fiscal+Years+2003-2006&hl=en&gl=us>.
22. Así es como la Ley del Flujo Libre de la Información de 2009, H.R. 985, 111th Cong., 1st Sess. (2009), la ley federal de protección periodística aprobada recientemente por la Cámara de Representantes, define el periodismo.
23. Pew Project for Excellence in Journalism, *The State of the News Media 2009: News Investment*, disponible en http://www.stateofthemediamedia.org/2009/narrative_newspapers_newsinvestment.php?cat=4&media=4.
24. Pew Project for Excellence in Journalism, *The State of the News Media 2009: Audio – News Investment*, disponible en http://www.stateofthemediamedia.org/2009/narrative_audio_newsinvestment.php?media=10&cat=4#1newsroomsize.
25. *Television News Jobs and Salaries Decline As Amount of News Increases*, RTNDA/Hofstra University Survey Shows, RTNDA.org, Abril 19, 2009, disponible en <http://www.rtnda.org/pages/posts/television-news-jobs-and-salaries-decline-as-amount-of-news-increases-rtndahofstra-university-survey-shows481.php>.
26. U.S. Census Bureau, *Geographic Areas Reference Manual*, Capítulo 2 en 2-3 (2005), disponible en <http://www.census.gov/geo/www/GARM/Ch2GARM.pdf>.
27. *Circulation of U.S. Community Weekly Newspapers By Circulation Groups*, EditorandPublisher.com, disponible en <http://www.editorandpublisher.com/eandp/images/pdf/US%20Weekly%20Circ.%20by%20Circ.pdf>.
28. Véase generalmente Charlie Beckett, *SuperMedia: Saving Journalism So It Can Save the World* (2008).

29. Jay Rosen, fundador y director de NewAssignment.net, escribe: “En New Assignment, los profesionales y los aficionados cooperan para producir un trabajo que ninguno de los dos podría manejar solos. El sitio usa métodos de fuente abierta para desarrollar buenas asignaciones y ayudar a llevarlas a su culminación. Compensa a los periodistas profesionales concluir el proyecto y establecer altos estándares; trabajan de cerca con los usuarios que tienen algo con que contribuir. La apuesta consiste en que (alguien) contribuirá a las historias que pueden ver que van a ser grandes porque los métodos abiertos permiten dar ese vistazo anticipado”. Jay Rosen, *Welcome to NewAssignment.Net*, NewAssignment.net (Agosto 19, 2006), disponible en http://www.newassignment.net/blog/jay_rosen/welcome_to_newassignment_net.
30. Charles M. Firestone, “The New Intermediaries,” en David Bollier, *The Future of Community and Personal Identity in the Coming Electronic Culture*, Aspen Institute (1995).
31. Véase Association for Computing Machinery, *ACM U.S. Public Policy Committee (USACM) Universal Internet Accessibility Policy Recommendations*, available at <http://www.acm.org/public-policy/accessibility>.
32. *Sunshine Week 2009 Survey of State Government Information Online*, SunshineWeek.org, Marzo 14, 2009, disponible en <http://www.sunshineweek.org/index.cfm?id=7284>.
33. Stephanie R. Hoffer, *Taxes, Local Journalism, and Transition to the Public Sector* (Documento para la Comisión Knight sobre las Necesidades de Información de las Comunidades en una Democracia, Noviembre, 2008), en 1.
34. Id., en 1.
35. PBS Research, *Roper Public Opinion Poll on PBS: 2007 vs. Past Years*, disponible en <http://www.pbs.org/aboutpbs/pbsfoundation/news/pastroperpolls.pdf>.
36. National Public Radio, *Final Report to the John S. and James L. Knight Foundation re: Local News Initiative: Research and Planning Phase* (June 2006).
37. Jessica Clark y Patricia Aufderheide, *Public Media 2.0: Dynamic Engaged Publics*, en 21 Center for Social Media (2009) (en adelante, *Public Media 2.0*).
38. Victor Pickard, Josh Stearns y Craig Aaron, “New Ideas for Challenging Times,” in *Free Press, Changing Media: Public Interest Policies for the Digital Age*, en 221 (2009) (en adelante, “*Changing Media*”).
39. *Public Media 2.0*, *supra* nota 37, en 6-7.
40. Id. en 7.
41. John Horrigan, *Home Broadband 2008: La adopción se frena entre los americanos de bajos ingresos incluso cuando muchos usuarios de la banda ancha optan por servicios de primera que les dan más velocidad*, en ii (Pew Internet and American Life Project, Julio 2, 2008), disponible en http://www.pewinternet.org/PPF/r/257/report_display.asp.
42. Pew Internet & American Life Project, *Home Broadband Adoption 2009*, at 9 (2009), disponible en <http://www.pewinternet.org/-/media/Files/Reports/2009/Home-Broadband-Adoption-2009.pdf>.

43. Jon M. Peha, *Bringing Broadband to Unserved Communities*, Brookings Institution, (Julio 2008), disponible en http://www.brookings.edu/papers/2008/07_broadband_peha.aspx. Un informe reciente sugiere un “índice de penetración de banda ancha” rural del 75 por ciento, pero parece definir “índice de penetración” como el porcentaje de todos los hogares con conexión a Internet que tienen banda ancha —no el porcentaje de todos los hogares que tienen banda ancha. *Broadband Plays Catch-Up in Rural Areas, Outpaces Growth in Big Cities: Broadband Penetration Rate Grows 16 Percentage Points in Rural Areas Over Past Two Years, Significantly Outpacing that of Metropolitan Areas*, ComScore.com (Agosto 19, 2009), disponible en http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2009/8/Broadband_Plays_Catch-Up_in_Rural_Areas_Outpaces_Growth_in_Big_Cities.
44. Informe Akamai: The State of the Internet, 1^{er} trimestre 2009, en 26 (2009), disponible en <http://www.akamai.com/stateoftheinternet/>.
45. S. Derek Turner, “The Internet,” in *Changing Media*, *supra* nota 38, en 16, 37–39.
46. National Center for Education Statistics, *National Assessment of Adult Literacy (NAAL): A First Look at the Literacy of America's Adults in the 21st Century*, en 3 (2005), disponible en <http://nces.ed.gov/NAAL/PDF/2006470.PDF> (en adelante, “NAAL”).
47. Christopher B. Swanson, *Cities in Crisis 2009: Closing the Graduation Gap*, Editorial Projects in Education (2009), disponible en http://www.edweek.org/rc/articles/2009/04/22/cities_in_crisis.html.
48. *NAAL*, *supra* nota 46, en 5.
49. Henry Jenkins, *MySpace and the Participation Gap*, Aca-Fan: The Official Weblog of Henry Jenkins (Julio, 2006), disponible en http://www.henryjenkins.org/2006/06/myspace_and_the_participation.html.
50. *Id.*
51. Robert W. Fairlie, et al., *Crossing the Divide: Immigrant Youth and Digital Disparity in California*, en 5, Canter for Justice, Tolerance, and Community, (2006).
52. Linda A. Jackson, et al., *Does Home Internet Use Influence the Academic Performance of Low-Income Children?* 42 DEVELOPMENTAL PSYCHOLOGY 429, 434 (2006).
53. Renee Hobbs, *Reading the Media in High School: Media Literacy in High School English*, en 7 (2007).
54. John Carlo Berthot y Charles R. McClure, *Public Libraries and the Internet 2008: Study Results and Findings*, Florida State University College of Information (2008).
55. La Comisión hace notar que la Information Technology and Innovation Foundation ha hecho un llamamiento por un “Programa revitalizado de Oportunidades de Tecnología, con un enfoque particular en el desarrollo de proyectos basados en la Web escalables nacionalmente que tratan necesidades sociales particulares, incluso el cumplimiento de la ley, el cuidado de la salud, la educación y el acceso para personas con discapacidades”. Robert D. Atkinson, Daniel K. Correa y Julie A. Hedlund, *Explaining International Broadband Leadership*, en 3 (2008), disponible en <http://www.itif.org/files/ExplainingBBLeadership.pdf>. Igualmente, alienta a los gobiernos a “apoyar nuevas aplicaciones, incluso poner más contenido público en línea, mejorar el gobierno electrónico y apoyar el teletrabajo, la telemedicina y programas de aprendizaje en línea”. *Id.*, en 44.
56. Robert Putnam, *Bowling Alone: The Decline and Revival of American Community* (2000).

57. “El desarrollo sostenible y comunidades sostenibles típicamente miden los indicadores que muestran la salud general de la comunidad: es decir, observan las medidas de la economía, salud, delincuencia, además de niveles humanos y capital social. Estamos en completo acuerdo en que el caudal de capital social de una comunidad no es la única medida de la salud de una comunidad. Sin embargo, creemos que el capital social es importante en cuanto a que es conductor clave de esos otros indicadores (economía, salud, delincuencia, etc.) en lugar de ser una simple meta en y por sí mismo”. The Saguaro Seminar: *Civic Engagement in America*, disponible en <http://www.hks.harvard.edu/saguaro/faqs.htm#2>. Vea Susan Saegert, Gary Winkel, and Charles Swartz, *Social Capital and Crime in New York City's Low-Income Housing*, 13 Housing Policy Debate 189 (2002), disponible en http://www.fanniemaefoundation.org/programs/hpd/pdf/hpd_1301_saegert.pdf (describe cómo el capital social ayuda a reducir la delincuencia).
58. Ming Wen, Christopher R. Browning, y Kathleen A. Cagney, *Neighbourhood Deprivation, Social Capital and Regular Exercise during Adulthood: A Multilevel Study in Chicago*, en 44, *Urban Studies* 2651 (2007).
59. S. Derek Turner, *Off the Dial: Female and Minority Radio Station Ownership in the United States*, Free Press (June 2007), available at http://www.freepress.net/docs/off_the_dial.pdf; S. Derek Turner y Mark Cooper, *Out of The Picture: Minority & Female TV Station Ownership in the United States*, Free Press (Oct. 2006), disponible en http://www.stopbigmedia.com/files/out_of_the_picture.pdf.
60. *Changing Media*, nota 38, en 191–192.
61. U.S. Census Bureau News, *An Older and More Diverse Nation by Midcentury*, Census.gov (Agosto 14, 2008), disponible en <http://www.census.gov/Press-Release/www/releases/archives/population/012496.html>.

Las siguientes notas finales corresponden al Apéndice IV.

62. En la organización de este foro la Comisión recibió la ayuda de Dave Mills, Director de Programas (San Jose), John S. and James L. Knight Foundation.
63. Para la organización de este foro, la Comisión recibió la ayuda del Profesor Monroe Price, de la Annenberg School of Communication de University of Pennsylvania y de los miembros del personal de Annenberg Sylvia Beauvais y Libby Morgan, “Fellow” de Investigaciones Kate Coyer y del estudiante graduado Lee Shaker. El equipo de planificación también incluyó a Matt Bergheiser, Director de Programas (Philadelphia), John S. y James L. Knight Foundation, y Todd Wolfson, Media Mobilizing Project.
64. En la organización de este foro la Comisión contó con la ayuda de la decana Dean Peggy Kuhr and de los profesores Dennis Swibold y Denise Dowling de University of Montana School of Journalism.

Apéndices

Apéndice I

Evaluar: ¿Es la suya una comunidad de información saludable?

Nadie ha creado un sistema para medir científicamente la calidad del medio ambiente de información de una comunidad local. Pero las comunidades pueden empezar a evaluar sus medios de información considerando las siguientes ocho características que el informe de la Comisión Knight subraya como elementos de una comunidad de información saludable:

- 1. Gran parte de la información del gobierno y los servicios en línea accesibles a través de un portal central y de fácil uso.**
 - Información sobre licencia de manejo y registro del vehículo
 - Información de impuestos
 - Servicios sociales
 - Información sobre cómo contactar a los funcionarios del gobierno
- 2. Un gobierno local con una política comprometida con la transparencia.**
 - ¿Están los documentos a disposición del público y son comprensibles?
 - ¿Son fáciles de obtener y se dan con prontitud siguiendo las leyes apropiadas sobre libertad de información?
 - ¿Está operando el gobierno a puertas abiertas?
- 3. Periodismo de calidad a través de los periódicos locales, la televisión local y las estaciones de radio y las fuentes en línea.**
 - ¿Son económicamente fuertes y robustos, proporcionan información cívica de alta calidad así como información para enriquecer la vida?
 - ¿Hay una diversidad de puntos de vista y una opción competitiva?

4. Ciudadanos con oportunidades efectivas de hacer que sus voces sean escuchadas y de influir en la política pública.

- ¿Hay organizaciones cívicas preparadas para transformar la información en compromiso cívico activo y compromiso de política pública?
- ¿Hay oportunidad para el comentario público sobre políticas y gastos propuestos?
- ¿Hay canales en línea para expresar puntos de vista y preocupaciones?
- ¿Tiene la comunidad cumbres regulares y reuniones vecinales para informar y comprometer a esa comunidad en temas cívicos?

5. Una vibrante biblioteca pública, u otro centro público de información que provea recursos digitales y asistencia profesional.

- ¿Tiene la comunidad espacios públicos disponibles a todos que proveen acceso fácil a contenidos de Internet y a material de fuentes tradicionales, como periódicos, publicaciones periódicas y libros?

6. Fácil acceso a la información que mejore la calidad de vida, incluso información sobre una variedad de temas facilitada por organizaciones intermediarias de confianza en la comunidad:

- Salud
- Recursos educativos
- Empleo
- Servicios sociales
- Transporte público
- Servicios de emergencia
- Artes y entretenimiento

7. Las escuelas locales tienen una computadora y acceso de alta velocidad a Internet, así como programas que apoyen la capacitación digital y de medios.

- ¿Están los niños capacitados en el uso de herramientas digitales modernas para aprender, producir contenido y coordinar y organizar actividad? Ésta es la capacitación digital.
- ¿Están los niños capacitados para cuestionar la validez del material en línea, desarrollar un ojo crítico, percibir y protegerse a sí mismos de situaciones peligrosas y apreciar los dictados de la integridad periodística? Ésta es la capacitación de medios.

8. Internet de alta velocidad está disponible para todos los ciudadanos.

- ¿El gobierno estatal y el local promueven el desarrollo y el acceso a una infraestructura de telecomunicaciones que da acceso fácil y asequible a servicios e información hallados principalmente en línea o digitalmente?
- ¿Hay servicios, incluido el acceso de alta velocidad a Internet, disponibles en la casa, en las escuelas y en otras instituciones públicas?
- ¿Hay alternativas para escoger proveedores de servicio?
- Las comunicaciones inalámbricas y por cable y los servicios de Internet son valiosos y ofrecen experiencias diferentes. ¿Están disponibles ambos?

Apéndice II

Memorando del Director Ejecutivo: Puntos de acción potencial

Fecha: 1 de septiembre de 2009

A: Marissa Mayer y Theodore B. Olson, Copresidentes

De: Peter Shane, Director Ejecutivo

Re: Algunas respuestas potenciales a *Informando a las comunidades*

He preparado para su consideración una lista de algunos de los tipos de respuestas que la Comisión puede anticipar de los varios actores si deciden poner en práctica de manera vigorosa las 15 recomendaciones de la Comisión. En algunos casos, estas especulaciones son más específicas que las recomendaciones de la Comisión y no han sido discutidas ni auspiciadas. Sin embargo, la lista da una idea del tipo de iniciativas que por lo menos tienen probabilidades de ser tomadas en consideración por las varias audiencias potenciales del informe. Por supuesto, los pasos específicos necesarios para aplicar las estrategias y recomendaciones de la Comisión probablemente evolucionarán con el tiempo y adoptarán formas diferentes en diferentes comunidades. Cuando la Comisión lance su diálogo público en línea con el lanzamiento del informe, sin duda el público tendrá sugerencias adicionales o alternativas.

Congreso

- **Adoptar la banda ancha universal como estándar para el país, crear un sistema que conecte a la nación, igual que ha hecho la nación con los ferrocarriles y autopistas.**
- **Exigir que las agencias federales recojan información de manera electrónica y, donde sea posible, colocarla en línea en formatos accesibles, estándares y en los que se puedan realizar búsquedas.**
- **Financiar el desarrollo de programas especiales de entrenamiento para empleados federales responsables de atender las solicitudes de documentos.**

- **Exigir que las agencias paguen multas por apropiaciones generales si un tribunal descubre que han actuado con total indiferencia de la ley al retener del conocimiento del público documentos que por orden pueden revelarse.**
- **Autorizar la imposición administrativa de medidas disciplinarias a empleados de la agencia que violen a sabiendas sus propias reglas de información pública.**
- **Adoptar a un Contratista del Gobierno FOIA para asegurar el acceso público a los documentos de contratistas privados relacionados con el cumplimiento de sus funciones públicas.**
- **Exigir, cuando se pueda practicar, que las agencias permitan a los ciudadanos participar electrónicamente en audiencias u otros procesos de recogida de datos.**
- **Televisar los procedimientos judiciales federales, excepto cuando lo exijan circunstancias especiales y raras.**
- **Considerar un crédito impositivo federal para el apoyo del periodismo de investigación.**
- **Permitir la operación conjunta de empresas lucrativas y no lucrativas en el ámbito del régimen de las leyes federales de impuestos.**
- **Enmendar los límites de deducciones para contribuciones a las organizaciones noticiosas no lucrativas y el aplazamiento de la ganancia en adquisiciones tributables de periódicos por parte de empresas no lucrativas.**
- **Autorizar el mayor apoyo a los medios públicos, incluyendo aumentos para las noticias y la información a nivel local.**
- **Adoptar incentivos impositivos en ingresos por publicidad para apoyar el crecimiento del periodismo no lucrativo.**
- **Aumentar el subsidio postal para el reparto de periodismo impreso no lucrativo.**
- **Dar instrucciones al Departamento de Educación para que lance una iniciativa nacional para evaluar la calidad de los programas de capacitación digital y de medios en las escuelas de la nación.**
- **Autorizar a la FCC que amplíe las categorías de servicios de biblioteca disponibles para recibir apoyo de los fondos de calificación E.**
- **Asignar fondos para ayudar a apoyar el “Cuerpo de Expertos” de la comunidad local que incluya a adultos jóvenes de 18 a 26 años que ofrecen entrenamiento técnico y consulta a los gobiernos locales y grupos comunitarios.**

Legislaturas estatales

- Reconocer a la banda ancha universal como parte de un estándar nacional, creando un sistema que conecte a todos en el estado por lo menos en el nivel establecido por el gobierno federal.
- Reformar las leyes estatales FOI para promover las mejores prácticas. Reafirmar que toda la información debería ser pública a menos que esté específicamente exenta por ley.
- Requerir que las agencias locales y estatales recojan información donde sea posible de manera electrónica y en formatos estándares.
- Financiar el desarrollo de programas especiales de entrenamiento para empleados federales y estatales responsables de atender las solicitudes de documentos.
- Exigir que las agencias paguen multas por apropiaciones generales si un tribunal descubre que han actuado con total indiferencia de la ley al retener documentos públicos.
- Autorizar la imposición administrativa de medidas disciplinarias a empleados de la agencia que violen a sabiendas sus propias reglas de información pública.
- Adoptar a un Contratista del Gobierno FOIA para asegurar el acceso público a los documentos de contratistas privados relacionados con el cumplimiento de sus funciones públicas.
- Exigir, cuando se pueda practicar, que las agencias permitan a los ciudadanos participar electrónicamente en audiencias u otros procesos de recogida de datos.
- Televisar los procedimientos judiciales estatales, excepto cuando lo exijan circunstancias especiales y raras.
- Exonerar la compra de periodismo impreso y en línea de los impuestos locales y estatales sobre las ventas.
- Apoyar la creación de fondos de inversión de base comunitaria y de incentivos impositivos locales para motivar al empresariado local en aplicaciones de medios y tecnología.
- Adoptar cambios en la ley impositiva para apoyar el crecimiento del periodismo no lucrativo.
- Considerar “la mejora de la información comunitaria” en el diseño y las construcciones de instalaciones públicas levantadas con fondos locales.
- Ordenar el desarrollo de estándares curriculares estatales sobre capacitación digital y de medios.

FCC y otras agencias federales

- **Completar una estrategia nacional de banda ancha destinada a llevar a los americanos el acceso a bajo costo a Internet de alta velocidad, incluso el inalámbrico, donde lo quieran y lo necesiten.**
- **Establecer un objetivo nacional para el acceso a la banda ancha en los hogares a velocidades suficientes para soportar la transmisión de video con un nivel de calidad comparable con el video para el hogar que ahora se ofrece a través de servicios de televisión por cable y satélite.**
- **Adoptar políticas públicas que alienten la demanda del consumidor de servicios de banda ancha. Continuar usando incentivos financieros para ayudar a motivar el despliegue de la banda ancha en áreas donde no se ha implantado debido a condiciones de mercado.**
- **Considerar una investigación para definir las características apropiadas de los sistemas abiertos.**
- **Determinar y rastrear con claridad los tipos de conectividad a Internet que tienen los hogares americanos —revisando la velocidad, el costo, los proveedores de servicios involucrados y si el acceso es inalámbrico o no.**
- **Presionar por la inclusión de canales de cable público, educativos y del gobierno en el paquete básico de cable ofrecido por cualquier operador de servicio por cable.**
- **Usar fondos de calificación E para apoyar la creación por las bibliotecas públicas de laboratorios de enseñanza móvil que ofrezcan instrucción en capacitación digital.**
- **Buscar políticas de espectros para acomodar FM de baja potencia y otras innovaciones que aumenten el número de voces de radiodifusión en las ondas aéreas locales.**
- **Promover la diversidad en la propiedad de los medios.**

Fundaciones

- **Hacer foros comunitarios sobre cómo satisfacer las necesidades de información de la comunidad, quizás siguiendo el modelo de los foros de la Comisión Knight, para producir una agenda de acción local a fin de mejorar el flujo de información.**
- **Alentar los centros de información en línea en comunidades donde las condiciones del mercado no los han establecido.**
- **Ofrecer becas de corto plazo a periodistas que cubren al gobierno estatal y local.**
- **Apoyar los centros de tecnología basada en la comunidad para que ofrezcan la capacitación y equipo para que los ciudadanos produzcan, organicen y difundan información a través de plataformas en línea y radiodifusión.**
- **Condicionar el nuevo apoyo a los medios públicos a la transformación digital y localización del servicio.**
- **Promover proyectos de medios destinados a servir a comunidades enteras.**
- **Hacer un seguimiento a las recomendaciones de este informe para ver que se cumplan.**

Bibliotecas

- **Crear salas de clase móviles de “capacitación digital”.**
- **Proporcionar clases y otros medios de enseñanza de la capacitación digital.**
- **Organizar foros comunitarios sobre temas locales.**
- **Proporcionar la tecnología necesaria para cubrir la demanda del público.**

Universidades, colegios y colegios comunitarios

- **Crear programas de compromiso cívico a través del programa que da crédito a los estudiantes por proyectos comunitarios que acrecienten su conocimiento cívico.**
- **Alentar la investigación destinada a describir, medir y comparar la calidad de las noticias comunitarias y el flujo de información con el tiempo y por encima de límites geográficos.**
- **Ampliar los cursos gratuitos y de bajo costo de capacitación digital y de medios para adultos.**
- **Recompensar la investigación de los profesores sobre temas locales que es compartida a través de iniciativas de alcance público.**
- **Distribuir en línea la mayor cantidad de investigación posible de manera clara y abierta.**
- **Crear cursos de educación para maestros sobre la integración de la capacitación digital y de medios en materias desde kindergarten hasta el grado 12.**

Gobiernos locales

- **Conducir autoevaluaciones sistemáticas de sus medios de información. Un punto posible de inicio para dichas evaluaciones está en la lista de “Healthy Information Communities” de la Comisión.**
- **Financiar las organizaciones comunitarias que ofrezcan instrucción digital de medios al público en general.**
- **Financiar la instrucción de capacitación digital y de medios en las escuelas públicas.**
- **Asegurar que todas las secundarias apoyan las oportunidades para que los estudiantes participen en el periodismo en todas sus formas.**
- **Asegurar que los recursos financieros disponibles para las bibliotecas públicas en el año fiscal 2011 sean suficientes para satisfacer las necesidades comunitarias, incluso la disposición sobre computación y conexiones de alta velocidad a Internet, además de personal adecuado para ofrecer apoyo y capacitación para programas de capacitación digital.**
- **Apoyar al “Cuerpo de Expertos” comunitario, que incluye a adultos jóvenes de 18 a 26 años, en ofrecer entrenamiento técnico y asesoría a los gobiernos locales y grupos comunitarios.**

- Organizar cumbres comunitarias como una forma de dar poder tanto a los ciudadanos individuales como a los grupos comunitarios para organizarse alrededor de un programa de acción que ellos ayuden a desarrollar e implementar para la resolución de asuntos locales.
- Considerar una “mejora en la información a la comunidad” en el diseño y construcción de instalaciones públicas edificadas con fondos locales.
- Asumir el liderazgo en promover la difusión amplia de la banda ancha a todos los miembros de la comunidad.
- Ofrecer información del gobierno local en línea en formatos comprensibles, estandarizados e investigables; invitar a los ciudadanos a participar electrónicamente en audiencias locales y ofrecer servicios del gobierno en línea en forma simplificada.
- Financiar el desarrollo de programas especiales de capacitación para empleados responsables de atender las solicitudes de documentos.
- Asignar fondos del gobierno local a la publicidad de forma que llegue a toda la comunidad.

Educación de kindergarten al grado 12

- Enseñar a los estudiantes, de manera apropiada a su edad, a interpretar y evaluar lo que se les presenta como noticia e información.
- Ayudar a los estudiantes a adquirir conocimientos digitales y de medios que les permitirán producir y comunicar sus ideas y productos creativos de manera efectiva y comprometerse productivamente con los sistemas de información en línea.
- Alentar a los estudiantes a adquirir los hábitos y normas éticas que apoyen la interacción respetuosa en línea con otros.

Medios y organizaciones noticiosas

- Compartir abiertamente y discutir las estrategias de la organización para asegurar que los asuntos relevantes a todos los segmentos de la comunidad reciben la cobertura apropiada.
- Sostener la función de “guardián” que es esencial para la responsabilidad cívica y promover la comprensión de su valor por el del público.
- Participar vigorosamente para mantener abierto el gobierno.
- Servir a los intereses del debate público.
- Esforzarse por hacer que la diversidad del personal en todos los niveles refleje la diversidad de la comunidad a la que brinda servicio.

- **Hacer funcionar las operaciones noticiosas diarias de verificación y clarificación con integridad, responsabilidad y apertura.**
- **Proporcionar capacitación a su personal para mantener los estándares y la credibilidad y alentar la innovación.**
- **Considerar trabajar con los ciudadanos que están activamente comprometidos en el reportaje de las noticias locales a través de blogs y de sitios Web.**

Organizaciones cívicas

- **Crear portales y blogs de alta calidad con información local sobre los asuntos alrededor de los cuales se organiza el grupo.**

Compañías tecnológicas y empresarios

- **Hasta el punto permitido por ley, ofrecer servicios y productos gratuitos o con descuento para ayudar a los gobiernos estatales y locales a edificar la infraestructura de información necesaria para alcanzar la apertura y transparencia.**

Ciudadanos

- **Ser un ciudadano con conocimientos de los medios que aproveche plenamente las oportunidades de la era digital.**
- **Estimular a las autoridades locales a evaluar el medio ambiente de información en la comunidad, empezando con la lista de la Comisión Knight, y escribir en blogs sobre los asuntos que surjan.**
- **Consumir noticias de múltiples fuentes.**
- **Votar.**
- **Estar atento a proteger la libertad de expresión de todos los oradores, protegiendo al mismo tiempo la privacidad, derechos de propiedad y sensibilidades de otras personas.**
- **Participar en foros públicos y coaliciones sobre libertad de expresión.**
- **Encontrar y contribuir a blogs locales y a los programas de recursos comunitarios; comprometerse en dar a conocer las noticias locales.**

Apéndice III

Oradores de las reuniones de la Comisión Knight

Para ayudar en sus deliberaciones, la Comisión Knight dedicó gran parte de sus primeras cuatro reuniones a escuchar presentaciones de expertos que hablaron a la Comisión sobre desarrollos en la tecnología de la información y comunicaciones, tendencias en medios, periodismo y educación periodística, la estructura del flujo de información comunitaria y los logros —y retos que enfrentan— las instituciones comunitarias dedicadas a promocionar el autogobierno de la comunidad a través de la información y organización. A continuación, se encuentra la lista de oradores en estas reuniones. Cada uno de ellos participó a título personal; se indican las afiliaciones institucionales únicamente con el objetivo de identificación. La Comisión agradece el tiempo y los puntos de vista de todos los participantes. Ninguno de ellos es responsable por el contenido de este informe, que representa únicamente los puntos de vista de la Comisión Knight. Las minutas de estas reuniones y videos de todas las presentaciones están disponibles en www.knightcomm.org.

JUNIO 24, 2008

Washington, D.C.

Bryan Alexander, Director de Investigaciones, National Institute for Technology in Liberal Education

Michael Wood-Lewis, Fundador, Front Porch Forum

Vincent Price, Preboste y Profesor de Comunicaciones y Ciencias Políticas en University of Pennsylvania

Barbara Cohen, Presidenta y Fundadora, Kannon Consulting

Jeffrey Stevenson, Socio Administrador y Director Ejecutivo, Veronis Suhler Stevenson

Jon Wilkins, Socio, McKinsey and Co.

Beverley Wheeler, Director Ejecutivo, District of Columbia State Board of Education

AGOSTO 9, 2008

Aspen, Colorado

Tom Rosenstiel, Director, Project for Excellence in Journalism

Loris Ann Taylor, Directora Ejecutiva, Native Public Media

Ron Williams, Fundador, Detroit Metro News y otras publicaciones semanales alternativas; Editora, Happy Frog (www.happyfrog.ca)

SEPTIEMBRE 9, 2008

Mountain View, California

Larry Alder, Gerente de Productos y Miembro del Equipo de Acceso Alternativo, Google

Krishna Bharat, Creador, Google News

Adam Smith, Gerente de Productos Impresos, Google

Lior Ron, Gerente de Proyectos, Google Earth y Google Maps

Jason Miller, Gerente de Proyectos de Grupo, AdSense, Google

Sandra Ball-Rokeach, Profesora y Decana Asociada de Asuntos de Docentes, USC Annenberg School of Communication; Directora, Tecnología de la Comunicación y Programas Comunitarios e Investigadora Principal, Metamorphosis Project

NOVIEMBRE 17, 2008

Chicago, Illinois

Keith Hampton, Profesor Asistente, Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania

Mary Dempsey, Comisionada, Chicago Public Library

Alan C. Miller, Fundador, News Literacy Project y ex reportero de investigación, *Los Angeles Times*

Patrick Barry, Periodista y Gerente de Contenidos de LISC/Chicago's New Communities Program

Toni Preckwinkle, Alderman, Ward 4, Chicago

Jim Capraro, Director Ejecutivo, Greater Southwest Development Corporation

Jack Doppelt, Medill School of Journalism, Northwestern University

Michele Bitoun, Medill School of Journalism, Northwestern University

Apéndice IV

Oradores de los Foros Comunitarios de la Comisión Knight

Para ayudar en sus deliberaciones, la Comisión Knight auspició tres foros durante tres días en el otoño de 2008 en tres comunidades americanas diferentes geográficamente: Mountain View, California; Philadelphia, Pennsylvania, y Missoula, Montana. A continuación se encuentra la lista de oradores de esos foros. Cada uno de ellos participó a título propio; se presentan las afiliaciones institucionales sólo para propósitos de identificación. La Comisión agradece el tiempo y los puntos de vista de todos los participantes. Ninguno de ellos es responsable por el contenido de este informe, que representa únicamente los puntos de vista de la Comisión Knight. El video de todas las presentaciones está disponible en www.knightcomm.org.

SEPTIEMBRE 8, 2008

“Satisfaciendo las necesidades de información del público en Silicon Valley” Google Corporate Headquarters Mountain View, California⁶²

MESA REDONDA SOBRE NECESIDADES DE INFORMACIÓN NO CUBIERTAS

Salvador (Chava) Bustamante, Strengthening Our Lives (SOL)

Emmett Carson, Presidente y CEO, Silicon Valley Community Foundation

Muhammed Chaudhry, CEO, Silicon Valley Education Foundation (SVEF)

Matt Hammer, Director Ejecutivo, People Acting
in Community Together (PACT)

Judy Nadler, Sénior “Fellow” en ética del gobierno, Markkula
Center for Applied Ethics, Santa Clara University

Kim Walesh, Director en Jefe de Estrategias, City of San Jose, California

MESA REDONDA SOBRE MEDIOS

Jim Bettinger, Director, John S. Knight Fellowships for Professional Journalists, Stanford University

Linjun Fan, Albany Today blog

Raj Jayadev, Fundador, Silicon Valley De-Bug

Linda O'Bryon, Director en Jefe de Contenidos, KQED Public Media

George Sampson, Director de Noticias y Programas, *KLIV Radio Station*

Dave Satterfield, Editor Administrativo, *San Jose Mercury News*

MESA REDONDA SOBRE TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Richard Adler, Principal, People & Technology, and Research Affiliate, Institute for the Future

danah boyd, Comisionada, Knight Commission on the Information Needs of Communities in a Democracy

Mike McGuire, Vicepresidente de Investigaciones, Gartner

Chris O'Brien, Gerente de Proyectos, The Next Newsroom Project, y reportero, *San Jose Mercury News*

Amra Tareen, AllVoices.com

Holmes Wilson, Cofundador, Participatory Culture Foundation

SEPTIEMBRE 27, 2008

**“Satisfaciendo las necesidades de información en Philadelphia”
University of Pennsylvania Annenberg School of Communication
Philadelphia, Pennsylvania⁶³**

MESA REDONDA SOBRE NECESIDADES DE INFORMACIÓN COMUNITARIA NO CUBIERTAS

Peter Bloom, Director y Confundador, Juntos

Nijmie Dzurinko, Director Ejecutivo, Philadelphia Student Union

Don Kimelman, Director Administrativo, Iniciativas de Información, The Pew Charitable Trusts

Janet Ryder, Vicepresidenta de Participación Laboral, United Way of Southeastern Pennsylvania

Paul Socolar, Editor y Director, *The Notebook*

Zack Stalberg, Presidente and CEO, The Committee of Seventy

PANEL SOBRE RETOS A LOS MEDIOS DE LA CORRIENTE PRINCIPAL

Josh Cornfield, Editor de Ciudad, Metro Philadelphia

Dave Davies, Escritor Sénior, Philadelphia Daily News

Phyllis Kaniss, Director Ejecutivo, American Academy of Political and Social Science, Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania

Susan Phillips, Reportera, WHYY, Inc.

Chris Satullo, Columnista y Director de Compromiso Cívico, The Philadelphia Inquirer

Wendy Warren, Vicepresidenta y Editora, Philly.com

MESA REDONDA SOBRE MEDIOS ALTERNATIVOS

Matt Golas, Editor Administrativo, PlanPhilly

Gustavo Martinez, Reportero, Al Día

Beth McConnell, Director Ejecutivo, Media and Democracy Coalition

Bruce Schimmel, Fundador & Editor Emérito, Philadelphia City Paper

Dan Urevick-Ackelsberg, Fundador, Young Philly Politics

Linn Washington, Codirector, Multimedia Urban Reporting Lab (MURL)

Todd Wolfson, Fundador, Media Mobilizing Project

OCTUBRE 25, 2008

Satisfaciendo las necesidades de información pública en Montana
The University of Montana
Missoula, Montana⁶⁴

VIDEOCONFERENCIA SOBRE LAS NECESIDADES DE AGRICULTURA Y LAS PEQUEÑAS COMUNIDADES

Moderador: William Marcus, Director, Broadcast Media Center, the University of Montana, Montana Public Radio/KUFM-TV, Montana PBS

Senador Jerry Black, Ex propietario y Gerente General, KSEN-KZIN Radio

Joseph D. Hansen, Director Ejecutivo y Miembro de la Junta, Western EMS Network

Gary Moseman, Editor Administrativo, *Great Falls Tribune*

Russell Nemetz, Director de Agricultura, Northern Agriculture Network, y coordinador de]l mejor Farm Broadcaster Team de la nación.

Douglas Steele, Vicepreboste y Director, Montana State University Extension

NECESIDADES DE INFORMACIÓN PÚBLICA EN EL MEDIO Y RECURSOS NATURALES

Moderadora: Nadia White, Profesora Asistente, The University of Montana School of Journalism

Gayla Benefield, Organizadora Comunitaria, Libby, Montana

Tom France, National Resources Counsel, National Wildlife Federation, Rocky Mountain Region

Ian Marquand, Ex Coordinador de Proyectos Especiales, KPAX Television, y Presidente de Comité, Montana Society of Professional Journalists Freedom of Information

Ray Ring, Editor Sénior, *High Country News*

Jonathan Weber, Fundador, Editor, CEO y Editor en Jefe, NewWest.net

LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE PUEBLOS Y COMUNIDADES MARGINADOS

Moderadora: Sally Mauk, Directora de Noticias, Montana Public Radio

Mark Anderlik, Oficial Ejecutivo, UNITE HERE Local 427,
and Presidente, Missoula Area Central Labor Council

Luella Brien, Ex Reportera, *Billings Gazette*, Miembro, Crow Tribe

Ellie Hill, Directora Ejecutiva, Poverello Center, Inc.

Patty LaPlant, Miembro inscrita en Blackfeet Tribe y Coordinadora
de National Native Children's Trauma Center

Richard S. Wolff, Presidente de Gilhousen
Telecommunications, Montana State University

LAS NECESIDADES DEL PÚBLICO DE INFORMACIÓN POLÍTICA

Moderador: Dennis Swibold, Profesor of Reportaje de Asuntos Públicos, The
University of Montana School of Journalism

Linda Gray, Presidenta, Max Media of Montana

Charles S. Johnson, Jefe, Lee State Bureau

Stephen Maly, Director Ejecutivo, Helena Civic TV

Matt Singer, CEO, Forward Montana, y fundador, Left in the West

K'Lynn Sloan, Corresponsal en Montana, MTV Choose or
Lose Street Team '08

Apéndice V

Asesores informales

Para ayudar en las deliberaciones de la Comisión Knight, su personal hizo regularmente investigaciones informales entre los grandes periodistas y académicos y expertos de una amplia variedad de campos. La Comisión agradece a las siguientes personas que ofrecieron sus comentarios en una o más ocasiones. Cada uno de ellos participó a título personal; se mencionan las afiliaciones institucionales sólo con propósitos de identificación. La Comisión agradece el tiempo y los puntos de vista de todos los participantes. Ninguno de ellos es responsable por el contenido de este informe, que representa únicamente los puntos de vista de la Comisión Knight.

Martin Baron, Editor, *The Boston Globe*

Gary Bass, Fundador y Director Ejecutivo, OMB Watch

Beverly Blake, Director de Programa Efor Columbus, Macon and Milledgeville, John S. and James L. Knight Foundation

Jeanne Bourgault, COO y Vicepresidente Sénior de Programas, Internews Network

Nolan Bowie, Profesor Adjunto en Política Pública y “Fellow” Sénior del Shorenstein Center, Harvard University John F. Kennedy School of Government

Angela J. Campbell, Profesora y Codirectora de Institute for Public Representation, Georgetown University Law Center

Farai Chideya, Autora y Periodista de Medios Múltiples

Ira Chinoy, Profesor Asociado, Philip Merrill College of Journalism, University of Maryland

Everette E. Dennis, Felix E. Larkin Profesor Distinguido de Comunicación y Administración de Medios y Director, Center for Communications, Fordham University Graduate School of Business

Johanna Dunaway, Profesora Asistente, Department of Political Science, Manship School of Mass Communications, Louisiana State University

Stephen K. Doig, Knight Chair, Walter Cronkite School of Journalism and Mass Communication, Arizona State University

John Dotson, Editor Emérito, *Akron Beacon-Journal*

Paula Ellis, Vicepresidenta de Iniciativas de Estrategia, John S. and James L. Knight Foundation

Garrett Epps, Profesor, University of Baltimore School of Law

Michelle Ferrier, Editor Administrativo, *MyTopiaCafe.com*

Pamela Fine, Presidenta de Noticias, Liderazgo y Comunidad de Knight, School of Journalism and Mass Communications, University of Kansas

Baruch Fischhoff, Profesor de Howard Heinz University, Carnegie Mellon University

Ed Fouhy, Fundador, Stateline.org

Sydney P. Freedberg, Escritor, *St. Petersburg Times*

Archon Fung, Profesor de Democracia y Ciudadanía Ford Foundation, Harvard University John F. Kennedy School of Government

Mark Glaser, Editor Ejecutivo, MediaShift

Gabriel Gluck, Profesor Adjunto, Kean University, y ex Reportero, *The Star-Ledger*

Anna Godfrey, Administradora de Investigaciones, Research & Learning (R&L) Group, BBC World Service Trust

Harvey Graff, Profesor Eminente en Estudios de Alfabetización y Profesor en Ohio, The Ohio State University

Charlotte Grimes, Presidente en Reportaje de Política de Knight, Newhouse School of Public Communications, Syracuse University

Liza Gross, Directora Ejecutiva Interina, International Women's Media Foundation

Jay Hamilton, Profesor de Política Pública de Sydnor, DeWitt Wallace Center for Media and Democracy, Duke University

Debra Gersh Hernández, Coordinadora de ASNE Sunshine Week

Ellen Hume, Directora de Investigaciones, MIT Center for Future Civic Media

Paul Hyland, Productor Ejecutivo, edweek.org

Sue Clark-Johnson, Directora Ejecutiva, Morrison Institute for Public Policy, Arizona State University

Larry Jinks, Director, McClatchy Company

Eric Klinenberg, Profesor de Sociología y Director de Estudios Graduados, New York University

Gerald Kosicki, Profesor Asociado, The Ohio State University School of Communication

Joel Kramer, CEO y Editor, *Minnpost.com*

Peggy Kuhr, Decana, University of Montana School of Journalism

Nicholas Lemann, Decano, Columbia University Graduate School of Journalism

Amy Lesnick, CEO, Full Circle Fund

Mark Lloyd, Vicepresidente de Iniciativas Estratégicas, Leadership Conference on Civil Rights

Frank LoMonte, Director Ejecutivo, Student Press Law Center

Carolyn Lukensmeyer, Fundadora y Presidenta, AmericaSpeaks

Diane Lynch, Presidenta, Stephens College

Michael Maidenberg, Consultor, John S. and James L. Knight Foundation

Bill Marimow, Editor y Vicepresidente Ejecutivo, *The Philadelphia Inquirer*

John McCarron, Escritor Sénior, LISC/New Communities Program

Sascha Meinrath, Director de Investigaciones, Wireless Future Program, New America Foundation

Rachel Davis Mersey, Profesor Asistente de Periodismo, Northwestern University

Philip Meyer, Presidente Emérito Knight, School of Journalism and Mass Communication, University of North Carolina en Chapel Hill

Andrew Nachison, Fundador y CEO, iFOCOS y Fundador, We Media

Kimberly L. Nalder, Profesora Asistente, Department of Government, California State University, Sacramento

Chris O'Brien, Columnista, *San Jose Mercury News*

Rory O'Connor, Shorenstein Center, Harvard University
John F. Kennedy School of Government

Geneva Overholser, Directora, School of Journalism,
USC Annenberg School for Communication

Susan Patterson, Directora de Programas para Charlotte, North Carolina, Myrtle Beach and Columbia, South Carolina, John S. and James L. Knight Foundation

Thomas E. Patterson, Profesor de Gobierno y la Prensa de Bradlee, Shorenstein Center, Harvard University John F. Kennedy School of Government

Aaron Presnall, Director de Estudios, Jefferson Institute

Monroe Price, Director, Center for Global Communication Studies,
University of Pennsylvania Annenberg School for Communication

Hong Qu, Investigador de Experiencias del Usuario, YouTube

Howard Rheingold, autor y maestro

Alexandra Samuel, CEO, Social Signal

Ernest Sanders, Organizador de Programas para Nuevas Comunidades,
Greater Auburn-Gresham Development Corporation

Michael Schudson, Profesor, Columbia University Graduate School of Journalism

Ben Scott, Director de Política, Free Press

Andrew Jay Schwartzman, Presidente y CEO, Media Access Project

Lee Shaker, Especialista Investigador Sénior,
Department of Politics, Princeton University

Ben Shneiderman, Profesor, Department of
Computer Science, University of Maryland

Josh Silver, Director Ejecutivo, Free Press

Keith L. Smith, Vicepresidente Asociado, Administración Agrícola; Decano Asociado FAES; Director, Ohio State University Extension y Presidente de Educación de Extensión y Liderazgo para Gist, Ohio State University

Marc Smolowitz, Productor Ejecutivo, Full Circle Fund

James H. Snider, Presidente, iSolon.org

Paul Starr, Profesor de Sociología y Asuntos Públicos, y Profesor Stuart de Communication and Public Affairs, Princeton University

Natalie (Talia) Jomini Stroud, Profesora Asistente, Department of Communication Studies y Directora Asistente, Annette Strauss Institute for Civic Participation, University of Texas en Austin

Teresa Jo Styles, Profesora, Department of Journalism and Mass Communication, North Carolina A & T State University

Loris Ann Taylor, Directora Ejecutiva, Native Public Media

Patricia Thomas, Profesora Knight de Periodismo de Salud & Medicina, Grady College of Journalism and Mass Communication, University of Georgia

Esther Thorson, Decana Asociada para Estudios Graduados e Investigaciones y Directora de Investigaciones, Donald W. Reynolds Journalism Institute, University of Missouri School of Journalism

Lars Hasselblad Torres, IDEAS Global Challenge, MIT Public Service Center

Gordon Walek, Chicago Local Initiatives Support Corporation (LISC)

Tova Wang, “Fellow” Sénior, Demos

Michael Weiksner, Cofundador, e-thepeople.org

Bob Weissbourd, Fundador y Presidente, RW Ventures, LLC

Tracy Westen, Director Ejecutivo, Center for Governmental Studies

Miembros de la Comisión

Miembros de la Comisión

dana boyd es investigadora de medios sociales en Microsoft Research y “Fellow” en el Berkman Center for Internet and Society de Harvard University. Sus investigaciones se centran en cómo la gente integra la tecnología a sus prácticas diarias. Durante cerca de una década Boyd ha estado analizando diferentes fenómenos de medios sociales.

La Dra. Boyd recibió su doctorado en la Escuela de Información de la University of California-Berkeley. Su disertación “Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics” examinó el compromiso de los adolescentes con los sitios sociales como MySpace y Facebook.

Su trabajo fue parte del proyecto financiado por la MacArthur Foundation sobre juventud digital y aprendizaje informal. Los hallazgos de este proyecto están documentados en el libro del que es coautora *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*.

En el Berkman Center, Dana fue codirectora de Internet Safety Technical Task Force para ayudar a identificar riesgos y soluciones técnicas potenciales para mantener a los niños seguros en línea. Con el apoyo de la MacArthur Foundation, Dana y sus colegas de Berkman han creado una Iniciativa para Jóvenes y Política de Medios con el objeto de examinar con más profundidad cómo la investigación puede informar a la política.

La doctora Boyd obtuvo el bachillerato en ciencias de la computación de la Universidad Brown y el grado de maestría en medios sociales de MIT Media Lab. Ha trabajado como investigadora en varias corporaciones, incluso Intel, Tribe.net, Google y Yahoo! Integra las juntas asesoras corporativas, educativas y no lucrativas y es conferenciante regular en congresos y eventos de la industria. También creó y fue administradora de una gran comunidad en línea para V-Day, una organización no lucrativa que se esfuerza por poner fin a la violencia en contra de la mujer y las niñas en todo el mundo. La Dra. Boyd comparte activamente su investigación en su blog (<http://www.zephorie.org/thoughts>) y vía Twitter (@zephorie).





John S. Carroll ha sido editor de *Los Angeles Times*, *Baltimore Sun* y *Lexington Herald-Leader*. Fue reportero en Vietnam, Medio Oriente y Washington. Fue miembro de la junta del Premio Pulitzer durante nueve años y su presidente en 2003. Es graduado de Haverford College, ha tenido una beca en Harvard y Oxford y fue el Orador Visitante Knight en la Kennedy School de Harvard en 2006. Actualmente está escribiendo un libro de no ficción y es miembro de varias juntas de organizaciones no lucrativas.

Robert W. Decherd es Director Ejecutivo de A. H. Belo Corporation. A. H. Belo Corporation es propietaria y edita el *Dallas Morning News*, el principal periódico de Texas y ganador de ocho Premios Pulitzer; el *Denton Record-Chronicle*, el *Providence Journal*, el periódico diario más antiguo publicado de manera continua en Estados Unidos y ganador de cuatro Premios Pulitzer; y el *Press-Enterprise*, que brinda servicio a la región de Inland Empire del sur de California y es ganador de un Premio Pulitzer. A. H. Belo es propietaria y administra varios sitios Web asociados con los periódicos, así como ciertos productos especializados, correo directo y empresas de impresión comercial.



Los periódicos de A. H. Belo y activos relacionados con ellos fueron separados en febrero de 2008 de Belo Corp, que Decherd dirigió como su Director Ejecutivo durante los 21 años anteriores. Decherd ha trabajado para A. H. Belo Corporation y Belo Corp. desde su graduación del Harvard College en 1973. Durante sus años como Director Ejecutivo de Belo Corp., la compañía hizo crecer sus ingresos de \$397 millones a \$1,600 millones. El ingreso neto creció de \$20 millones a más de \$130 millones. Los tres periódicos principales de la compañía y 20 estaciones de televisión, incluso seis en los 14 mercados principales, han ganado 13 Premios Pulitzer, 25 premios Alfred I duPont-Columbia University, 22 premios George Foster Peabody y 38 premios nacionales Edward. R. Murrow.

Decherd ha desempeñado un papel importante en las industrias de periódicos y de televisión y en organizaciones para la libertad de información. Ha integrado las juntas de la Newspaper Association of America y la Freedom of Information Foundation de Texas, que ayudó a fundar; también fue nombrado a comisiones presidenciales y de la FCC relacionadas con temas de la industria de la televisión.



Reed E. Hundt fue presidente de la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) de 1993 a 1997. Fue miembro del Equipo de Transición Presidencial de Barack Obama (2008-09), donde dirigió al grupo de revisión de la agencia económica. Reed es actualmente copresidente de la Coalition for the Green Bank, y director de REH Advisors, una firma de consultoría comercial. Reed también fue asesor sénior de McKinsey & Company, una firma de asesoría de administración estratégica. Fue Copresidente del Foro sobre Comunicaciones y Sociedad del Aspen Institute (1998-2006). De 1982 a 1993 fue socio del bufete de Washington, D.C. de Latham & Watkins, una firma

legal nacional e internacional y fue asociado en las oficinas de Los Ángeles y Washington (1975-1982). Reed integra la Junta de Directores de las compañías públicas Intel Corporation, Infinera y Data Domain y es miembro de la junta de las compañías privadas Telegent Systems y Vanu, Inc. Reed ha sido director de la firma de consultoría Charles Ross Partners desde 1997. Es miembro de los colegios de abogados del Distrito de Columbia, Maryland, y de California (antiguo).

Entre sus libros se cuentan *In China's Shadow: The Crisis of American Entrepreneurship* (Yale University Press, 2006) y *You Say You Want A Revolution: A Story of Information Age Politics* (Yale University Press, 2000). Reed se graduó de Yale College (1969) con un bachillerato en Historia *magna cum laude* y con honores con distinción excepcional en Historia. Se graduó de J.D. Yale Law School (1974) y es miembro de la junta ejecutiva de Yale Law Journal. Está casado con Elizabeth Katz y tiene tres hijos: Adam (nacido en 1982), Nathaniel (nacido en 1985) y Sara (nacida en 1989).

Alberto Ibargüen es presidente y CEO de John S. and James L. Knight Foundation.

Anteriormente, fue Editor del *Miami Herald* y de *El Nuevo Herald*. Durante su desempeño en el cargo, el Miami Herald ganó tres Premios Pulitzer y *El Nuevo Herald* obtuvo el premio español Ortega y Gasset por excelencia en periodismo. Anteriormente fue ejecutivo de *Newsday* y del *Hartford Courant* y ejerció leyes en Hartford, Connecticut.

Ibargüen es presidente de la Junta de Newseum y de World Wide Web Foundation. Integra las juntas de PepsiCo, American Airlines, ProPublica y el Council on Foreign Relations. Fue presidente de la junta de PBS.

Se graduó en la Wesleyan University y en la University of Pennsylvania Law School y sirvió en el Cuerpo de Paz en Venezuela y Colombia. Por su trabajo por proteger a periodistas en América Latina recibió una citación María Moors Cabot de Columbia University y un doctorado honorario de la George Washington University.





Walter Isaacson es Presidente y CEO del Aspen Institute, un instituto no partidista de estudios de política y educación con sede en Washington, D.C. Ha sido presidente y CEO de CNN y editor de la revista *Time*.

Es autor de *Einstein: His Life and Universe* (April 2007), *Benjamin Franklin: An American Life* (2003), and *Kissinger: A Biography* (1992), y coautor de *The Wise Men: Six Friends and the World They Made* (1986).

Isaacson nació el 20 de mayo de 1952 en New Orleans. Se graduó en el Harvard College y en Pembroke College de Oxford University, donde fue *Rhodes Scholar*.

Empezó su carrera en el *Sunday Times* de Londres y luego pasó al *Times-Picayune/States-Item* de New Orleans. Se integró a la revista *Time* en 1978 y se desempeñó como corresponsal político, editor nacional y editor de nuevos medios antes de llegar a ser el decimocuarto editor de la revista en 1994. En 2001 fue Presidente y CEO de CNN y luego Presidente y CEO del Aspen Institute en 2003.

Es Presidente de la junta de Teach for America, que contrata a graduados universitarios recientes para enseñar en comunidades marginadas. También es presidente de la junta U.S.-Palestinian Partnership, establecida por el Departamento de Estado de Estados Unidos para promover las oportunidades económicas y educativas para el pueblo palestino. Es miembro de la junta directiva de United Airlines, Tulane University, Society for Science & the Public y el Bipartisan Policy Center. Tras el huracán Katrina fue nombrado Vicepresidente de Louisiana Recovery Authority.

Vive con su esposa e hija en Washington, D.C.

Benjamin Todd Jealous creció pensando que no existía una vocación más alta que la de hacer progresar la causa de la libertad en este país y en el mundo. Es una idea que heredó de sus padres y abuelos. Su inclinación por la mejora de la comunidad marcó el sendero del propio compromiso profundo de Jealous con la justicia social, el servicio público y el activismo por los derechos humanos. Ahora, como el decimosexto Presidente y Director Ejecutivo de NAACP, y la persona más joven en ocupar este puesto en los cien años de historia de la organización, Jealous está en buena posición para responder a esa vocación.



Durante su carrera, sirvió como Presidente de la Rosenberg Foundation, Director del Programa de Derechos Humanos en Amnesty International y Director Ejecutivo de la National Newspaper Publishers Association (NNPA), una federación de más de 200 periódicos de la comunidad afroamericana. Desde sus primeros días de organización de campañas de registración de votantes hasta su candidatura y elección como Presidente de NAACP, Jealous se ha movido siempre impulsado por su convicción de la obligación cívica y una necesidad constante de mejorar las vidas de los marginados en América. Cuando se toma todo en cuenta, los papeles de liderazgo y el compromiso con la comunidad por parte de Jealous le han preparado bien para desempeñar sus obligaciones actuales como Presidente de la NAACP. En realidad, su paso por el periodismo y por

Black Press no es diferente de los de otros presidentes de NAACP, incluso Roy Wilkins, Walter White, Ida B. Wells y W.E.B. Dubois. Como estudiante de Columbia University, trabajó en Harlem como organizador comunitario del Fondo de Defensa Legal de NAACP. En el campus, Jealous dirigió movimientos en toda la universidad, incluso boicoteos y piquetes en defensa de los derechos de los desamparados, una campaña exitosa para salvar los programas de admisiones teniendo en cuenta la necesidad financiera plena y sin tenerla en cuenta cuando otras universidades nacionales estaban reduciendo dichos programas, y una batalla por la justicia ambiental con la universidad.

Estas protestas condujeron en última instancia a la suspensión de Jealous y de otros tres líderes estudiantiles. Jealous invirtió este tiempo libre en trabajar como

organizador de campo ayudando a dirigir una campaña que evitó que el estado de Mississippi cerrara dos de sus tres universidades públicas históricamente negras y convirtiera una de ellas en una prisión. Se quedó en Mississippi para aceptar un trabajo en *Jackson Advocate*, un periódico afroamericano con sede en la capital del estado. Se acredita a su trabajo —para el semanario frecuentemente atacado con bombas incendiarias— con exponer la corrupción entre funcionarios de alto rango de la prisión estatal en Parchman. Sus investigaciones también ayudaron a que se exculpara a un pequeño granjero negro acusado errónea y maliciosamente de incendio intencionado. Su trabajo en *Jackson Advocate* lo llevó con el tiempo a ser nombrado al cargo de Editor Administrador.

En 1997, Jealous regresó a Columbia University y completó su grado en ciencias políticas. Con el aliento de sus mentores, solicitó su ingreso y fue aceptado en la Oxford University como *Rhodes Scholar*, donde obtuvo la maestría en investigación social comparativa.

Eventualmente Jealous pasó a servir como Director Ejecutivo de la National Newspaper Publishers Association (NNPA). Estando en la NNPA, reconstruyó su servicio nacional de noticias de 90 años de antigüedad y lanzó una iniciativa en la red que duplicó el número de periódicos afroamericanos publicados en línea.

Más recientemente, Jealous fue Presidente de la Rosenberg Foundation, una institución independiente y privada que financia la defensa de derechos humanos y civiles en beneficio de las familias trabajadoras de California. Antes de esto, fue Director del programa U.S. Human Rights de Amnesty International. Estando allí dirigió los esfuerzos por la aprobación de leyes federales en contra de la violación en las cárceles, para reconstruir el consenso público en contra del perfil racial tras los ataques terroristas del 11 de septiembre y para exponer la extensión de las frecuentes condenas a cadena perpetua de menores de edad sin la posibilidad de salir en libertad condicional.

Jealous, que también está activo en la vida cívica, integra la junta del California Council for the Humanities y la Association of Black Foundation Executives y es miembro de Asia Society. Está casado con Lia Epperson Jealous, profesora de derecho constitucional y ex litigante de derechos civiles para Legal Defense and Educational Fund de la NAACP. Actualmente residen en Washington, D.C. con su pequeña hija.

Mary Junck llegó a Lee Enterprises en 1999 como Vicepresidenta Ejecutiva y Directora de Operaciones. Pasó a ser Presidenta en 2000, Directora Ejecutiva en 2001 y Presidenta en 2002.

Anteriormente ocupó puestos ejecutivos séniores en la ex Times Mirror Company. Como Vicepresidenta Ejecutiva de Times Mirror y Presidenta de Times Mirror Eastern Newspapers, fue responsable de *Newsday*, el *Baltimore Sun*, el *Hartford Courant*, el *Morning Call*, Southern Connecticut Newspapers y una división de revistas. De 1993 a 1997, fue Editora y Directora Ejecutiva del *Baltimore Sun*. Empezó su carrera con Knight Ridder en el *Charlotte Observer* en 1972 y avanzó al puesto de Directora Asistente de Publicidad del *Miami Herald*, Asistente del Vicepresidente Sénior de Operaciones de Knight Ridder y del Editor y Presidente del *St. Paul Pioneer Press*.



Es miembro de la junta de directores de Associated Press e integró la junta de la Newspaper Association of America. En Davenport, está en la junta de DavenportOne y Putnam Museum.

Se graduó de bachiller de artes en Inglés en la Valparaiso University en Indiana y obtuvo la maestría en periodismo en la University of North Carolina, en Chapel Hills. Con su esposo, Ralph Gibson, tiene un hijo y una hija.

Lee Enterprises (NYSE:LEE) es el proveedor principal de noticias locales, información y publicidad en mercados sobre todo de tamaño medio, con 53 periódicos diarios, sitios en línea y más de 300 periódicos semanales y publicaciones especializadas en 23 estados.



Mónica C. Lozano es Editora y CEO de *La Opinión*, el diario en español más grande de la nación, y Vicepresidenta Sénior de Diarios de impreMedia LLC, encargada de supervisar a todo el grupo de publicación de la compañía. impreMedia es la compañía de información y noticias en español número uno en Estados Unidos en línea y en ediciones impresas, con periódicos y revistas en la mayoría de los principales mercados hispanos del país. Además de la plataforma impresa, impreMedia distribuye contenido a través de su portal en línea y sitios de periódicos así como vía plataformas móviles.

El contenido editorial ganador de premios de *La Opinión* ha establecido a esta publicación como líder en la cobertura de temas de importancia para la comunidad latina y ha sido reconocido por numerosas organizaciones periodísticas, cívicas y comerciales. El diario ha recibido numerosos premios, incluso “Best Hispanic Daily Newspaper” de la National Association of Hispanic Publications y el codiciado premios Ortega y Gasset de España, el más alto honor entre las publicaciones en idioma español por Logros de por Vida.

El periódico ha participado en importantes campañas de información al público destinadas a dar poder a la comunidad latina en las áreas de salud, desarrollo económico, inmigración y educación. *La Opinión* e impreMedia fueron socios nacionales en la campaña “Ya es hora” dirigida a incentivar la participación cívica de los latinos en las elecciones presidenciales, dando como resultado niveles históricos de votos en noviembre de 2008. También ha sido seleccionado como socio nacional para el próximo Censo de 2010 y tiene en progreso un programa para apoyar a los pequeños negocios durante esta difícil época económica.

Lisa MacCallum es la Directora Administrativa y Gerente General de la Nike Foundation, una organización no lucrativa apoyada por NIKE, Inc. Dedicada a invertir en mujeres adolescentes como la fuerza más poderosa para el cambio en el mundo en desarrollo. Lisa controla todas las funciones de la Fundación, incluso sus inversiones y cartera, contabilidad y finanzas, planificación estratégica y operaciones y marca y comunicaciones. Además, asegura que todos los aspectos de la organización sean coordinados y ofrecidos siguiendo la misión de la Fundación de alcanzar el impacto máximo. Ella lleva a la Fundación más de 15 años de experiencia en administración comercial.



Lisa ha trabajado para NIKE, Inc. desde 2001. Se desempeñó como Directora de Desarrollo Comercial en USA Apparel, una división comercial de NIKE, Inc. de 1,200 millones de dólares. En esa función fue responsable de la estrategia comercial a largo plazo, la planificación estratégica para llegar al mercado y la supervisión de la resolución de asuntos comerciales críticos para el éxito a largo plazo del negocio. Lisa fue también Directora de Planificación Estratégica de la región USA de NIKE, Inc., una organización combinada de productos para el consumidor y mercadeo de 5,300 millones de dólares (Calzado, Vestimenta y Equipo Deportivos).

Anteriormente, Lisa fue cofundadora y directora de la compañía Business Breakthrough, Inc. con sede en Tokio, una compañía satélite y de transmisión por Internet comprometida con fortalecer el liderazgo de administración en Japón a través de la innovación de la capacitación de la administración comercial.

Durante su estadía en Tokio, Lisa proporcionó asesoría independiente a Ohmae & Associates, dirigida a empresas de capital de riesgo y asociaciones entre compañías japonesas y empresas con sede en Estados Unidos, Australia y otros países asiáticos. Anteriormente en su carrera, Lisa fue responsable de dirigir iniciativas de planificación de crecimiento de las iniciativas de Coca-Cola en Australia, Nueva Zelanda y las islas del sur del Pacífico. Empezó su carrera profesional en KPMG como Contadora Certificada.

Lisa ha contribuido a editoriales centrados en la cambiante dinámica de la economía global. Su obra ha aparecido en la revista *Time*, *Japan Times*, *Wall Street Journal* y *Australian Financial Review*. Integra el Comité de Gobierno de PPEFAR para una generación libre de VIH y es miembro de la Comisión Knight sobre las Necesidades de Información de las Comunidades en una Democracia. Lisa nació y se crió en Queensland, Australia.



Marissa Mayer se unió a Google en 1999 como la primera ingeniera de la compañía. Hoy dirige la administración de productos y los programas de diseño de la compañía para la búsqueda y propiedades de la búsqueda así como la experiencia general del usuario, incluso la página de entrada Google.com. El portafolio de productos de investigación de Google incluye búsqueda en la Web, imágenes, noticias, libros, productos, mapas, barra de herramientas, iGoogle y más. También trabaja con el equipo de experiencia del usuario de la compañía, donde desarrolla estándares de montaje y diseño para el “observa y siente” que hace que los productos de la compañía permanezcan simples, intuitivos y útiles.

Marissa es copresidenta de la Comisión Knight sobre las Necesidades de Información de las Comunidades en una Democracia. También es miembro de la junta de fideicomisarios del San Francisco Ballet, San Francisco Museum of Modern Art, y del Cooper-Hewitt National Design Museum del Smithsonian. Sus contribuciones y liderazgo han sido reconocidos por numerosas publicaciones, incluso *Newsweek*, *BusinessWeek*, *Fast Company*, *Portfolio* y *New York Times*. En 2008, a los 33 años de edad, se convirtió en la mujer más joven en ser incluida en la lista de Mujeres Más Poderosas de *Fortune* (#50).

Además de su trabajo de tiempo completo, Marissa ha enseñado clases de introducción a programación de computadoras en Stanford University, que le ha brindado el reconocimiento Centennial Teaching Award y el Forsythe Award por sus sobresalientes aportaciones a la educación universitaria. Marissa obtuvo su bachillerato en ciencias en Sistemas Simbólicos y su maestría en ciencias en Ciencia de la Computación en Stanford, especializándose en inteligencia artificial en ambos grados. También tiene un doctorado honorario en ingeniería del Illinois Institute of Technology.

Andrew J. Mooney es Director Ejecutivo de Local Initiatives Support Corporation/Chicago (LISC). Fundado hace 30 años, LISC es un intermediario no lucrativo de desarrollo que ofrece becas, préstamos y capital —así como asistencia técnica— a organizaciones comunitarias comprometidas en la revitalización de sus vecindarios.

Bajo el liderazgo del señor Mooney, LISC/Chicago se ha convertido en una de las principales agencias de desarrollo comunitario de la nación. Desde 1996, ha recaudado aproximadamente \$120 millones en becas y préstamos para invertir en vecindarios de la ciudad, llevando a su vez al desarrollo de aproximadamente

23,000 unidades de vivienda, 2.5 millones de pies cuadrados de espacio comercial y numerosas instalaciones comunitarias, recaudando más de 2,500 millones de dólares en inversión total.

El señor Mooney y sus colegas son más conocidos por estrategias avanzadas de desarrollo comunitario que se han convertido en modelos nacionales, incluso el New Communities Program (NCP), un programa comprehensivo para el desarrollo de vecindarios apoyado por la John D. and Catherine T. MacArthur Foundation. Otras iniciativas incluyen los Centers for Working Families; Elev8, un programa de escuelas comunitarias; el Chicago Neighborhood News Bureau (CNNB), Digital Excellence Demonstration Communities (DEDC) y Neighborhood Sports Chicago.

El señor Mooney ha dedicado su carrera al desarrollo comunitario y ha ocupado puestos de liderazgo en una serie de agencias. Anteriormente en su carrera, dirigió la Chicago Housing Authority y, en años más recientes, cumplió un segundo término en la junta de CHA, siendo coautor de su innovador “Plan for Transformation”. Ha integrado las juntas de gobierno de un número de agencias públicas y privadas y actualmente es miembro de la Comisión sobre las Necesidades de Información de las Comunidades en una Democracia de la Fundación Knight.

Natural de Chicago, el señor Mooney es graduado *summa cum laude* de la University of Notre Dame y de la University of Chicago, donde recibió una beca Danforth.





Donna Nicely ha sido Directora de la Nashville Public Library desde 1995. Antes de ello, fue Directora de la DeKalb Public Library en Decatur, GA. Desempeña muchos puestos de liderazgo en su comunidad y en la profesión de bibliotecaria, incluso las juntas de la Community Foundation of Middle Tennessee, Nashville Downton Partnership, Country Music Foundation y Agenda Steering Committee de Nashville. Donna ha trabajado en la Junta Ejecutiva del Consejo de Bibliotecas Urbanas y fue Presidenta de 2004 a 2005. En julio de 2009 fue reconocida con el Charlie Robinson Award de Public Library Association, que reconoce a un director de biblioteca por su innovación y por aceptar riesgos.

Theodore B. Olsons socio en la oficina de Washington, D.C. de Gibson, Dunn & Crutcher, miembro del

Comité Ejecutivo de la firma, Copresidente del Appellate and Constitutional Law Group y del Equipo para Crisis de la firma.

El señor Olson fue abogado general de Estados Unidos de 2001-2004. De 1981 a 1984 fue Asistente del Procurador General a cargo de la Oficina de Asesoría Legal del Departamento de Justicia. Con excepción de dos intervalos, ha sido abogado de Gibson, Dunn & Crutcher in Los Ángeles y Washington, D.C. desde 1965.



El señor Olson ha presentado 55 casos ante la Suprema Corte de Estados Unidos. Es “Fellow” del American College of Trial Lawyers y de la American Academy of Appellate Lawyers. Actualmente es copresidente de la Comisión Knight sobre las Necesidades de Información de las Comunidades en una Democracia. El señor Olson es miembro de la Junta de Fideicomisarios de la Ronald W. Reagan Presidential Foundation y es miembro de la Junta de Directores del National Center for State Courts. Fue profesor visitante del National Constitution Center de 2006 a 2007.



Michael K. Powell fue presidente de la Comisión Federal de Comunicaciones en una época de cambios revolucionarios en tecnología y comunicaciones. Fue nombrado por el presidente Clinton en 1997 y designado Presidente por el presidente Bush en 2001.

Como presidente, el señor Powell creó las condiciones regulatorias correctas para estimular el despliegue de tecnologías poderosas que pusieran más poder en las manos de los ciudadanos. Es claro que vio la importancia del crecimiento de las tecnologías digitales y del impacto que ellas tendrían en nuestras vidas, desde el cuidado de la salud hasta la educación. Como Presidente, se enfocó en las iniciativas

que alentaban soluciones dirigidas por el mercado que promovieran los intereses del consumidor e impulsó enfoques innovadores para llevar la tecnología de banda ancha a la gente —como banda ancha sobre cables eléctricos, lugares de conexión de WiFi, banda ancha de cable y DSL. Ya sea haciendo campaña por el derecho de conservar el número telefónico cuando se cambia de proveedor de servicio inalámbrico, luchando para bloquear las llamadas no deseadas de telemercadeo con una lista “No llamar” o vigilando cuidadosamente las ondas aéreas para evitar la indecencia, el señor Powell pone siempre los intereses de los consumidores en la primera fila de este emocionante y dinámico mercado.

El Presidente Powell sirvió anteriormente como jefe de despacho de la Antitrust Division del Departamento de Justicia.

El señor Powell fue socio en la firma de O’Melveny & Myers, y fue oficinista del Honorable Harry T. Edwards, Juez Presidente del Tribunal Federal de Apelaciones del Circuito del D.C.

El señor Powell se graduó en 1985 en el College of William and Mary con un título en gobierno. Obtuvo su J.D. de la Georgetown University Law Center.

El señor Powell actualmente se desempeña como Asesor Sénior de Providence Equity Partners. También es miembro de la junta de Cisco, ObjectVideo, la Rand Corporation, el Aspen Institute y America’s Promise. También trabaja en la recaudación de fondos para erigir un American Veterans Disabled for Life Memorial en Washington, D.C.

Rey Ramsey es Cofundador y Director Ejecutivo de One Economy Corporation. El señor Ramsey dirigió el crecimiento de la organización desde cuatro empleados que trabajaban en un sótano hasta convertirse en una organización global que ha echado raíces en cuatro continentes. Desde 2000, One Economy ha ayudado a llevar acceso de banda ancha a hogares de más de 300,000 americanos de bajos ingresos. Más de 16 millones de personas han visitado las propiedades multilingües en la Web de One Economy. El señor Ramsey ha estado al frente para impulsar la creación y distribución de medios de propósito público, más notablemente a través de Public Internet Channel (www.pic.tv), que él mismo fundó. A través de los programas de Our Economy, cientos de jóvenes han prestado más de 500,000 horas de servicio a sus comunidades.



Antes de fundar One Economy, el señor Ramsey sirvió como Presidente y Jefe de Operaciones de Enterprise Foundation. Antes de unirse a Enterprise, el señor Ramsey integró los gabinetes de dos gobernadores de Oregon como director de vivienda y servicios comunitarios del estado y practicó leyes. Fue Presidente de Habitat For Humanity International de 2003 a 2005. Tiene un grado de bachiller en ciencias políticas de Rutgers University y es graduado de la Universidad de Virginia Law School.



Paul Sagan, Presidente y CEO de Akamai, se integró a la compañía en octubre de 1998. Sagan fue elegido a la Junta de Directores de Akamai en enero de 2005 y nombrado CEO en abril de 2005.

Anteriormente, Sagan fue Asesor Sénior de World Economic Forum de 1997 a 1998, asesorando a la organización con sede en Ginebra sobre tecnología de la información para las 1,000 principales corporaciones multinacionales del mundo.

En 1995, Sagan fue nombrado Presidente y Editor de nuevos medios de Time Inc., división de Time Warner, y ocupó el cargo hasta 1997. Anteriormente, fue Editor Administrativo del proyecto

News on Demand de Time Warner y fue miembro sénior del equipo responsable por el desarrollo de las actividades en línea, en línea por cable, edición electrónica y edición en Internet de la compañía. Fue fundador de Road Runner, el primer servicio de módem por cable de banda ancha en el mundo, y de Pathfinder, una de las propiedades de la Web que fueron pioneras en la publicidad en Internet. Sagan se integró a Time Warner en 1991 para diseñar y lanzar NY1 News, el sistema de noticias por cable con sede en la Ciudad de Nueva York.

La carrera de Sagan se inició en la transmisión de noticias por televisión. Se unió a WCBS-TV en 1981 como escritor de noticias y fue nombrado director de noticias en 1987, puesto que ocupó hasta 1991.

Sagan, ganador de tres premios Emmy por periodismo electrónico, fue nombrado “Fellow” de la American Academy of Arts and Sciences en 2008 y fue nombrado Líder Global para el Mañana en 1996 por World Economic Forum. Es director de EMC Corp. (NYSE: EMC) y anteriormente se desempeñó como director de Dow Jones & Company y Digitas, Inc. antes de su adquisición.

Sagan es fideicomisario de Northwestern University; se graduó de la Medill School of Journalism; es Copresidente de Medill Board of Advisors; es miembro del Consejo del Decano de la Kennedy School of Government en la Harvard University; es miembro de la junta asesora del Shorenstein Center on the Press, Politics & Public Policy en la Kennedy School; es asesor de la escuela pública chárter MATCH en Boston y es miembro de Consejo de Asesoría Presidencial del Berklee College of Music.

