

# Chequeando a Chequeado

## LA VOZ PÚBLICA

Informe sobre Chequeado  
- La Voz Pública, realizado por  
Martín Becerra y Santiago Marino  
por encargo de Chequeado - La  
Voz Pública.  
Noviembre de 2014.

Con la colaboración de Ariel Riera e  
Iván Echt, del equipo de Chequeado  
- La Voz Pública.

# Índice

## ÍNDICE

Introducción.....	1
El debate público en la argentina.....	2
Misión y Carácter.....	6
Perfil del equipo.....	7
Soportes - Fuentes y Método.....	8
Agenda diversificada, relación con medios masivos tradicionales.....	14
Otros actores.....	15
Actividades complementarias.....	17
Financiamiento, transparencia, rendición de cuentas.....	18
Financiamiento de Chequeado.....	19
Financiamiento de otras organizaciones de la sociedad civil sin fines de lucro de la Argentina.....	20
Financiamiento de otras organizaciones de verificación del discurso público en la región.....	24
Comparación y conclusiones referidas al financiamiento.....	29
¿Quiénes son los que financian?.....	30
Los privados.....	30
Cooperación Internacional.....	31
Los gobiernos como financiadores.....	32
Bibliografía.....	37



## INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene por objetivo describir y analizar el modelo particular de verificación del discurso público (*fact-checking*) desarrollado por Chequeado - La Voz Pública. Para ello se presentan aspectos comparativos en relación a dos tipos de experiencias: por un lado, otras experiencias mundiales de fact-checking y, por otro lado, distintos antecedentes argentinos de organizaciones de la sociedad civil sin fines de lucro que abogan por una mayor transparencia y democratización del debate público.

El trabajo de análisis se realiza en el marco de las estrategias públicas desarrolladas por Chequeado - La Voz Pública y en base a una indagación sobre las condiciones de producción que marcan sus actividades.

Chequeado - La Voz Pública fue creada en 2009 (y está en línea desde octubre de 2010). Con el ejemplo de FactCheck.org de los EEUU, constituida en diciembre de 2003, Chequeado se fue robusteciendo en estos cinco años como la más sólida experiencia de verificación del discurso público de América Latina y, en función del relevamiento realizado en oportunidad de la Red Global de Fact Checking en Londres (junio de 2014), es una de las más asentadas a nivel mundial tanto por la estabilidad de sus actividades, la actualización y diversidad de sus informes, la diversificación de temas que abarca y la maduración de su estrategia de financiamiento. Las organizaciones que realizan verificación del discurso público en el mundo difieren mucho en relación a sus propósitos, a los objetivos a los que consagran su atención, a sus formas de sostenimiento económico y a su proyección.

Un relevamiento realizado por Bill Adair, fundador de PolitiFact e impulsor de la Red Global de Fact Checking, revela que en América Latina sólo hay otras dos iniciativas emparentadas lejanamente con Chequeado - La Voz Pública. Ambas poseen menor nivel de desarrollo que Chequeado y pertenecen a medios tradicionales. “El Polígrafo”, que sale solamente en la edición papel del domingo en el diario El Mercurio de Chile, y “Rete al candidato”, que surgió en 2013 para las últimas elecciones de Costa Rica en la Revista El Financiero, del Grupo La Nación, y ya no existe. De los talleres y experiencias de colaboración de Chequeado - La Voz Pública surgieron también “El Detector de Mentiras” de La Silla Vacía en Colombia y otras iniciativas que comienzan a implementarse en Honduras, Uruguay y Brasil.

Por su nivel de maduración, la tarea de Chequeado y sus desafíos a futuro merecen analizarse en función del contexto en el que esta experiencia se desarrolla, para identificar aspectos que podrían modificarse, sistematizarse, corregirse o potenciarse, según sea el caso, a los fines de consolidar su labor y proyectarla en los próximos años.

Las variables del análisis son: el contexto del debate público en la Argentina, la misión y funciones de Chequeado - La Voz Pública, los objetos de los chequeos, su equipo de trabajo, soportes de difusión, agenda de temas y fuentes recurrentes, actividades complementarias, financiamiento y políticas de transparencia y rendición de cuentas de la organización.

## **EL DEBATE PÚBLICO EN LA ARGENTINA**

La Argentina es un país que se caracteriza por un debate público vigoroso. La agenda política ampliada trasciende el ambiente del estamento político profesional y de la intelectualidad interesada en temas de gobierno. El desarrollo histórico de las industrias culturales y de los medios de comunicación es destacado en comparación con otros países latinoamericanos. Esta dimensión de las industrias culturales y los medios de comunicación es uno de los indicadores que muestran una agenda política dinámica y socialmente extendida, toda vez que se trata de los soportes de producción y circulación social a escala masiva de los temas que nutren la agenda (entre otros contenidos que son canalizados a través de las industrias culturales).

Los medios de comunicación son agencias de socialización e instituciones que son al mismo tiempo constituidas y constituyentes de las corrientes de opinión y organización de una sociedad dada. Por ello, el comportamiento de los medios no suele presentarse aislado de tendencias potentes en el seno de la sociedad en la que actúan. Esta correspondencia resulta fundamental para analizar el contexto en el que nació y creció hasta ahora Chequeado - La Voz Pública.

El sistema de medios de la Argentina es además el ambiente en el que actúa Chequeado - La Voz Pública y condiciona, en consecuencia, su desarrollo y sus características. Esto ocurre por cuatro motivos fundamentales: a) porque las producciones de Chequeado - La Voz Pública tienen como protagonistas a los mismos actores centrales de los contenidos de los medios de comunicación; b) porque Chequeado - La Voz Pública cuenta con segmentos y columnas propios en algunos medios de gran alcance (como el diario La Nación o programas de las radios AM Continental, FM Vorterix y FM Millenium<sup>1</sup>); c. porque parte de los informes de Chequeado - La Voz Pública son insumo o noticia en el quehacer cotidiano de los medios y; d. porque la labor de Chequeado - La Voz Pública interpela de forma

---

<sup>1</sup> Hasta diciembre de 2013 también contaba con presencia de columnas en programas de la FM Metro.

directa a periodistas/conductores de distintos medios y busca empatizar con sus necesidades productivas y satisfacer algunas de ellas.

Una breve caracterización estructural del sistema de medios repasa en su número, que exhibe una gran cantidad de periódicos y revistas, radios en formatos AM y FM, señales noticiosas en televisión por cable con segmentos especialmente dedicados a la política en sentido amplio, pero también blogs y contenidos generados por usuarios en las redes digitales. Asimismo, se trata de un sistema altamente concentrado en pocos grupos de medios que son dueños de una gran cantidad de unidades de producción y transporte de contenidos. En muchos casos, los grupos dueños de medios pertenecen a conglomerados económicos que abarcan otras actividades: los medios son sólo una parte de sus negocios y en muchos casos el interés en otras áreas tracciona la línea editorial. También se trata de un sistema muy centralizado en la zona metropolitana de Buenos Aires, que es donde vive cerca del 30 por ciento de la población del país.

Históricamente ese sistema de medios cultivó la “ideología de la objetividad” al postular que presentaba un equilibrio editorial en la ponderación de diferentes fuentes y perspectivas. Esa “ideología de la objetividad” corresponde a una etapa extendida en distintos países donde las empresas periodísticas promovían un *ethos* que premiaba el contraste entre varias fuentes informativas como un indicador de calidad. Ese paradigma está en decadencia pues el modelo de “periodismo partisano”, faccioso y eximido de la obligación de verificar con varias fuentes lo que se afirma, resulta eficaz para lograr impactos más excitantes en las audiencias y más económico, ya que involucra menor cantidad de recursos para la resolución de notas.

Para Silvio Waisbord, investigador argentino de la Universidad George Washington, el privilegio de la opinión frente a los datos vuelve dogmático al periodismo. “Si consideramos el caso de la cadena Fox en Estados Unidos, vemos que la tendencia es ignorar datos que contradicen convicciones ideológicas. Se justifica presentar información sesgada para confirmar las certezas militantes y regocijar a los aliados. Cuando la opinión abunda, escasea el periodismo que recaba datos originales y verifica promesas y pronunciamientos políticos. Analizar información o hacer investigaciones propias es más costoso que aplaudir lo que dice el oficialismo o la oposición”.

En la Argentina el cambio de paradigma coincidió con una profunda crisis institucional (2001-2002) que afectó también al sector de medios de comunicación. La afectación no sólo fue económica. En este plano el Estado produjo regulaciones y ayudas que facilitaron, junto con la recuperación macroeconómica a partir de 2003-2004, que los medios de comunicación retomaran sus mejores índices de actividad. La afectación supuso el comienzo de una tendencia general a cuestionar la institucionalidad que comprende, como es lógico, también a los medios.

Pero la crisis de 2001-2002 resultó singularmente profunda para las empresas de medios porque se combinó con la expansión de una transformación tecnológica que facilita la aparición de nuevas plataformas que permiten alternativizar los flujos mediáticos tradicionales (redes digitales). El conjunto de estos factores modificó la percepción ciudadana en relación al derecho a la libertad de expresión desde una perspectiva ampliada al derecho a la comunicación y la cultura.

Es en este contexto en el que la Argentina se sumó al contingente de países sudamericanos cuyos gobiernos comenzaron a promover nuevas formas de intervención estatal en las reglas de propiedad de los medios y, en algunos casos, también en la regulación de sus contenidos.

¿Y si las nuevas regulaciones mediáticas fueran un indicador de la debilidad del sistema de medios tradicional en un turbulento contexto de convergencia digital que, en el caso argentino, fue potenciado por una honda crisis institucional y por demandas de una ciudadanía con grupos organizados que cuestionaron la labor de los medios? Esta es la hipótesis del investigador brasileño Bernardo Sorj, para quien los medios acusan la amenaza de nuevos y poderosos actores, procedentes por ejemplo del campo de las telecomunicaciones, hecho que los gobiernos aprovechan “en función de sus intereses políticos partidarios”.

Los procesos estructurantes del sistema de medios en este marco tendieron a unificar la línea editorial en las empresas periodísticas y a reducir la diversidad y los márgenes de relativa autonomía de la redacción respecto de la línea editorial de cada medio.

Desde luego, cabe señalar que la concentración, si bien fue protagonizada por grupos privados, también se produjo, en paralelo, a instancias del Estado. Esta es una de las novedades en Latinoamérica, que la Argentina comparte: el Estado, mimetizado con el gobierno, se erige en un sólido actor del sistema de medios, abandonando el complejo que arrastró durante décadas de dominio privado del sector. Amén de generar y potenciar medios propios, el gobierno estimuló la creación o crecimiento de conglomerados mediáticos privados ligados al oficialismo. Según el investigador colombiano Omar Rincón: “Cada vez tenemos más presidencialismo y menos estado, asistimos al gobierno comunicador obsesionado por lo mediático”.

Frente a ello, Rincón plantea que los medios “reaccionaron como empresas que no quieren perder su incidencia en la toma de decisiones y así se convierten en actores políticos que defienden la sociedad de mercado liberal y que representan los intereses propiamente de la derecha. (...) Lo paradójico es que los periodistas nos hemos convertido en activistas que defendemos a los medios, o mejor, a sus dueños”.

Estos movimientos contribuyen a ordenar una situación de polarización entre medios oficialistas y medios opositores. Esta situación se agudizó a partir de 2008, con la llamada “crisis del campo” que, junto con la elección de medio término de 2009 (renovación parcial del Congreso), aceleró la tramitación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y de otras medidas transgresoras en materia de política de medios por parte del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner.

Así es que desde 2008, la polarización del mapa de medios en dos campos opuestos potenció la selección intencional de hechos noticiables al previo cálculo acerca de si un acontecimiento (o una fuente) es o no conveniente para el sector en el que milita cada uno. Esto erosiona la posibilidad de encontrar voces discordantes con la propia línea editorial y exagera un ambiente endogámico en el que cunde la sospecha sobre la mala intención del otro. Este argumento resulta económico: sostiene la convicción de que lo distinto es corrupto o está corrompido y así se ahorra el laborioso proceso de construir una argumentación coherente. El resultado es que se empobrece la discusión pública porque cada polo se siente eximido de demostrar lo que vocifera. La paradoja es que los medios salieron del placard, que la sociedad habla más abiertamente sobre los medios y sobre sus intereses, pero buena parte de las referencias en las empresas periodísticas sobre otras empresas periodísticas suelen ser parodias o injurias.

En el campo mediático, la polarización política general y el enfrentamiento entre el gobierno y algunos de los principales grupos de medios han tornado difusa la separación entre línea editorial e información. Las noticias tienden a editorializarse, tanto a favor como en contra del gobierno. Se observa la falta de diversidad en la información más allá de estas dos posiciones. Tampoco es sencillo encontrar diversidad al interior de cada uno de los medios de comunicación. Esta situación se potencia por la falta de organizaciones que evalúen las prácticas de los medios.

A los motivos expuestos que son de orden estructural por un lado y político por el otro, se suma la acelerada transformación de las rutinas productivas y de las formas de organización del trabajo en las redacciones, que exigen de los periodistas la realización de múltiples actividades en distintos formatos, lo que resta tiempo y elaboración al proceso de investigación, búsqueda de archivo, formación en los temas a cubrir, consulta de fuentes, redacción, corrección y edición de las noticias.

La transformación aludida en las líneas anteriores es polifacética y sus variables centrales son las condiciones materiales de funcionamiento del sector de los medios, su concentración, su convergencia tecnológica digital, su centralización geográfica, su cuestionamiento por sectores de la sociedad civil, sus nuevas regulaciones y polarización política, sus cambios de ritmos organizativos y productivos. Uno de los efectos de estos

cambios refiere a la paulatina pero constante espectacularización del discurso público que es, a la vez, causa y consecuencia de la progresiva hibridación entre información y entretenimientos.

La simbiosis es aludida con el término infoentretenimiento (en inglés *Infotainment*). En su libro *La marca de la bestia de 1999*, Aníbal Ford consagró varios capítulos a la caracterización del infoentretenimiento como sinergia de discursos que configura un “cóctel de información y entretenimiento, de temas pesados e intrascendentes, banales, escandalosos o macabros, de argumentación y narración, de tragedias sociales comunicadas en tiempo de swing o de clip narradas como películas de acción”. Información dramatizada, dramatizaciones presentadas como noticias.

En este contexto se desarrolla Chequeado - La Voz Pública.

## MISIÓN Y CARÁCTER

Chequeado - La Voz Pública se define como un sitio “no partidario que tiene como finalidad hacer un cotejo informativo de las declaraciones de políticos, economistas, empresarios y personas públicas, medios de comunicación u otras instituciones formadoras de opinión. Se recurre a las fuentes más confiables y, cuando es necesario, a los especialistas de la materia que se investiga para poder determinar en qué medida los dichos analizados son consistentes con los hechos reales o los datos comprobables a los que se refieren”.

Es decir que la misión de Chequeado - La Voz Pública se corresponde con ciertas funciones desempeñadas por los medios de comunicación en su etapa “objetivista” pero que en el presente se hallan en un creciente estado de orfandad, toda vez que la prescindencia partidaria declarada por Chequeado - La Voz Pública expresa una declaración de principios de equidistancia respecto de intereses políticos que disputan la atención del espacio público. En el párrafo previo también se aprecia que el objeto de verificación alcanza a personas e instituciones con relevancia en el espacio público.

En la década de 1960 la misión de Chequeado se hubiese distinguido menos de la de los medios de comunicación, puesto que los recursos empleados por las organizaciones periodísticas a la verificación de su propio contenido (desde la corrección estilística hasta la división del trabajo en secciones y especializaciones profesionales en las redacciones) y el tipo de demanda ciudadana hacia el periodismo “serio”, se combinaban en productos con mayor profundización estilística y analítica de los temas que se abordaban (ver por ejemplo el libro *La Marca de la Bestia*, de Aníbal Ford). En la actualidad esa distancia es mayor y constituye un núcleo problemático que tensiona la propia labor de Chequeado - La



Voz Pública así como la de las empresas periodísticas que intentan sostener propósitos informativos sin sucumbir a su subordinación al infoentretenimiento, que logra interpelar audiencias masivas.

La propuesta de Chequeado - La Voz Pública resalta en una escena de polarización y de multiplicación de tareas que dificultan la asignación de tiempos y recursos periodísticos a la consulta con diversas fuentes, lo que redundo, en definitiva, en el relajamiento en la verificación de los discursos públicos. Por ello, la organización tiene la intención de “ayudar a reducir el margen de impunidad intelectual en aquello que se dice, se escribe, se promete, se critica o se oculta”, con lo que espera “mejorar el nivel de conocimiento y comprensión de los acontecimientos públicos y a aumentar el nivel de transparencia, seriedad y profundidad del debate, para enriquecer la calidad de la democracia en la Argentina”.

De esta manera, la misión de Chequeado - La Voz Pública rescata el valor de “una información fidedigna y clara” como eje de una sociedad democrática. Pero, nuevamente, este objetivo contrasta con los ritmos, prácticas y estilos de un sistema de medios por un lado, y de un sistema político por el otro, que rinden culto a la masividad del infoentretenimiento.

Esa tensión es manifiesta también al considerar otro de los principios de Chequeado - La Voz Pública, cuando declara que busca que sus lectores participen activamente del contenido de la página y contribuyan a la detección de datos falsos y en las verificaciones de discurso.

Es decir que Chequeado - La Voz Pública asume la necesidad de sostener una actividad que, expresada en sus objetivos y misiones, presenta una tendencia inversa a la que se viene imponiendo en el registro del espacio público mediático y en el espacio público político.

## PERFIL DEL EQUIPO

Los equipos que llevan adelante iniciativas como las de Chequeado - La Voz Pública son diversos: los hay conformados por periodistas rentados y por grupos exclusivamente de voluntarios (de profesionales de ciencias sociales y economía y/o periodistas). **El caso de Chequeado incluye una formación dividida en aspectos jerárquicos, administrativos y consultivos, por un lado, y el staff por el otro.** Además de los fundadores, existe un Consejo de Administración (o Board) integrado por un Presidente, un Tesorero y seis vocales, todos profesionales vinculados a las disciplinas del Derecho, la Economía y la

Tecnología, figuras de reconocimiento nacional e internacional. A su vez, el Consejo Consultivo es conformado por investigadores del área de las Ciencias Sociales y la Economía, periodistas y comunicadores que aportan diversidad y calidad en el asesoramiento.

La producción cotidiana de los contenidos de Chequeado es llevada adelante por un staff en el que la Directora Ejecutiva es Laura Zommer (Licenciada en Ciencias de la Comunicación, abogada y profesora de Derecho a la Información -UBA), quien coordina un equipo integrado por periodistas y profesionales nacionales y extranjeros que ejecutan las tareas de producción, chequeo, publicación y divulgación de las piezas periodísticas. El cuerpo es integrado además por una serie de colaboradores periodísticos, administrativos, en desarrollo institucional, educación, ilustraciones y tecnología.

El perfil integral es un cuerpo de profesionales jóvenes, vinculados con la comunicación y distintas áreas de las Ciencias Sociales y las Tecnologías de comunicación, que desarrollan un trabajo en equipo para la generación cotidiana de las producciones de Chequeado.

Las organizaciones que llevan adelante este tipo de periodismo suelen ser pequeñas y depender en general de una actividad de sostenimiento de las fuentes de financiamiento que insume muchos recursos en términos de tiempo y capital humano. El reducido número de integrantes y la necesidad de completar múltiples tareas se torna una característica que puede afectar las condiciones de funcionamiento. El desafío parece complejo y una de las llaves para resolverlo radica en la posibilidad del trabajo en equipo y colaborativo, y el compromiso de los miembros del staff con el proyecto. En ocasiones esto puede incluir la cuestión de la remuneración de los profesionales.

## **SOPORTES – FUENTES Y MÉTODO**

Las organizaciones dedicadas a este tipo específico de periodismo y verificación del discurso público tienen un método de verificación más o menos similar. Algunas, como Chequeado, incluyen la consulta a la fuente original y otras la obvian, lo que reduce la posibilidad de revisar la cuestión por parte del actor involucrado. No todas las organizaciones utilizan datos abiertos para sostener sus afirmaciones ni establecen un nuevo “contrato de lectura” con la comunidad, donde la autoridad no está puesta en el medio ni el periodista.

De acuerdo a lo planteado por los organizadores del Global Summit of Fact-Checking de Londres de 2014, Chequeado se distingue dentro del conjunto de organizaciones de fact-checking debido al uso intensivo de las redes sociales (particularmente la gran comunidad

que tiene en Twitter y Facebook), sus experimentos de *crowdsourcing*<sup>2</sup> y el lanzamiento de distintas plataformas y aplicaciones tecnológicas para involucrar a su comunidad.

En cuanto a los soportes de difusión, Chequeado - La Voz Pública es en primer término un sitio web: <http://www.chequeado.com/> que busca presentar y hacer circular los contenidos que produce, a partir de lo cual los distribuye “en la mayor cantidad de formatos posibles”. Las razones que destaca el staff de la organización para sostener el sitio incluyen, en primer lugar, la cuestión de los costos bajos que implica. Además, permite probar las ideas y hacerlas circular, recibir críticas e intercambios. A partir del desarrollo de la red que el sitio habilita, Chequeado puede abordar varios temas a la vez sin tener una redacción muy grande (y por ende, onerosa). Y mediante el colectivo de lectores comprometidos y críticos se amplía la lista de temas y frases a chequear, envían fuentes y datos y abren discusiones a temas que no habían sido trabajados. Además, el sitio permite a Chequeado aplicar técnicas del periodismo de datos a sus publicaciones y eso implica que cualquiera puede hacer el mismo recorrido y análisis.

Además del sitio, la organización explota las redes sociales. En Facebook el sitio cuenta con más de 17.500 seguidores y en Twitter la cuenta @Chequeado (que fue creada en el mes de agosto de 2010) cuenta con 68,1 mil seguidores, sigue a 339 cuentas y ha publicado 6500 tweets. En ambos recursos divulga (vía el link a [www.chequeado.com](http://www.chequeado.com)) las piezas que edita en su portal. A su vez la organización distribuye semanalmente un newsletter con el resumen de los chequeos realizados cada siete días.<sup>3</sup>

“La divulgación del contenido de Chequeado en las redes sociales representa uno de los métodos con mayor alcance. Entre julio de 2013 y julio de 2014, el 28,4% de las visitas al sitio llegaron desde redes sociales. Esto las transforma en la tercera fuente de visitas. Con el 37%, el sitio que más tráfico genera es el buscador de Google, mientras que el 29% ingresa directamente al sitio con la URL de Chequeado. En un medio que se actualiza una vez al día, las redes se transforman en un aviso del momento de la publicación. En Twitter, la cuenta de Chequeado alcanzó, en julio de 2014, los 65 mil seguidores. En julio de 2013 el número llegaba a 50 mil. Esta cantidad sufre pequeñas variaciones día a día, y tiene cambios bruscos en momentos especiales: el chequeo colectivo al discurso presidencial en la apertura de sesiones en el Congreso, que se realiza cada 1º de marzo, y cuando algún twitterero famoso (con muchos seguidores) retwittea o interactúa con la cuenta de Chequeado. En el caso de Facebook, por sus características, la repercusión no es inmediata. Pero al cabo de algunas horas, la cantidad de Me gusta, Compartidos y Comentarios de una nota publicada en la cuenta de Chequeado en esa red puede superar largamente a las de Twitter. En la suma total, sin embargo, es Twitter el que más visitas le

<sup>2</sup> Entendida como “colaboración abierta a un grupo indeterminado de personas que ejercen alguna tarea, por ejemplo buscar y compartir datos, verificar fuentes, identificar frases a chequear. Chequeado lo ha realizado en varias oportunidades, entre las que se destacan los chequeos instantáneos a los discursos de apertura de sesiones ordinarias del Congreso de la Nación de la presidenta, Cristina Fernández de Kirchner. En esas oportunidades, dado el valor agregado, lo producido suele ser relevado por medios masivos de tirada nacional.

<sup>3</sup> Al 28 de octubre de 2014.

aporta al sitio de Chequeado. Entre julio de 2013 y el mismo de 2014, el 52% de las visitas provenientes de redes sociales llegaron a través de Twitter, mientras que el 44% lo hizo a través de Facebook y el 4% restante, de otras.<sup>4</sup>

El sitio presenta<sup>5</sup> ocho secciones: Chequeo diario (donde se abordan los temas de coyuntura política y general); El explicador (trabaja con mayor nivel de profundidad temas de actualidad y relevancia de diferentes temas); Personajes (en la que se presenta la lista de figuras públicas que han sido chequeadas oportunamente a partir de afirmaciones relevantes, en su mayoría funcionarios públicos y políticos); Mitos y Fraudes (expone análisis de elementos instalados en el sentido común, con mayor o menor relevancia política, social, económica y cultural); Medios (desarrolla chequeos de afirmaciones sostenidas en medios tradicionales, periodistas o figuras públicas en redes sociales); ¿Qué fue de? (aborda temas y cuestiones importantes pero no coyunturales de la política y otros temas); ¿Quién lo dijo? (presenta frases polémicas y taxativas para invitar a seguidores a adivinar quién la manifestó); Hilando Fino (abordaje de cuestiones estructurales de relevancia nacional e internacional, en general del área política y de gestión pública).

El sitio de Chequeado - La Voz Pública cuenta con un método sistematizado y explicitado en su web. En este se expresa que como agenda a seguir se enfoca en cuatro de los principales diarios editados en Buenos Aires y de circulación nacional (*Clarín, La Nación, Página 12 y Tiempo Argentino*) además de los principales programas políticos de televisión abierta y una selección de programas políticos de cable y radiales. Esto se complementa con algunos medios provinciales e internacionales. El método plantea que se abordan las fuentes originales (de la afirmación o tema que genera el trabajo de fact checking) para luego contrastarla con fuentes oficiales (organismos y entidades públicas que generan información y datos sistematizados de carácter público y oficial) y alternativas (entre las que se ubican especialistas, investigadores, instituciones y organizaciones que desarrollan y sistematizan datos e información). Es central en este proceso la tamización y el valor de las fuentes. Y en casos como el argentino, en los que se ponen en duda la generación de datos de fuentes oficiales, el trabajo resulta mucho más complejo.

El **“Método de Verificación del Discurso Público”** propuesto por la Organización constituye uno de los compromisos asumidos por Chequeado - La Voz Pública. Es su registro de marca, el aspecto que lo distingue en el ecosistema de medios argentino que -como se define en este trabajo- condiciona su perfil. Además, aparece presentado y explicado en la web al igual que las calificaciones utilizadas, que son parte central de su impronta y habilitan en general lecturas, debates y polémicas. Son un sello de reconocimiento.

---

<sup>4</sup> Manuel Tarricone (Redacción de Chequeado.com) en “Estadísticas sobre chequeado” en el **#boom del fact checking en América Latina. Aprendizajes y desafíos del caso de Chequeado**, VVAA, en prensa.

<sup>5</sup> Al 28 de octubre de 2014

Dicho método está presentado en ocho pasos, “con los que se puede confirmar si un dato que alguien haya utilizado es verídico o no. Los pasos van desde cómo elegir lo que vale la pena chequear, hasta poner una de las calificaciones de Chequeado, aunque, por supuesto, es posible terminar el proceso en el paso siete, una vez que se tenga la conclusión, sin poner calificación alguna.”.

**De acuerdo a como lo presenta la organización, los pasos son:**

**Paso 1.** Seleccionar una frase del ámbito público que pueda ser verificada. Muchas de las frases que se dicen en el espacio público son opiniones, precedidas por “yo creo que...” o “yo opino que...”. Esta introducción relativiza el valor de la frase, puesto que asume que responde a la percepción de quien habla, y no que presenta un dato como verdadero. Por lo tanto, no será objeto de chequeo.

Las frases que se pueden chequear, en general, entran en alguna de las siguientes categorías (aunque existen otras posibles):

> **Datos históricos:** cómo está hoy un indicador en relación al pasado, o qué sucesos efectivamente pasaron y no son una tergiversación de lo que ocurrió (por ejemplo: “Este es el período de la historia en el que más crecimos”).

> **Comparaciones regionales o internacionales:** cuál es la situación en una ciudad o país comparado con otras u otros (ejemplo: La provincia de Buenos Aires es la “que más invierte en términos relativos en Educación”).

> **Legalidad:** qué es legal o ilegal. Aunque existen casos en los que la interpretación de una ley u otras normas puede ser objeto de debate y, por lo tanto, no se puede afirmar categóricamente si algo está acorde con la legislación vigente, en general las normas señalan si algo se puede o no se puede hacer en un momento y lugar determinado (ejemplo: “La entrega de declaraciones juradas de los jueces a la Oficina Anticorrupción viola la división de poderes prevista en la Constitución Nacional”).

> **Estadísticas** (ejemplo: “Casi el 90% de los chicos asiste a la secundaria”).

Las frases que refieren a la vida privada de las personas quedan fuera de la órbita de temas a abordar, dado que el objetivo radica en chequear el discurso público y mejorar los datos que circulan en el espacio público para fortalecer la deliberación democrática. Tampoco integran el temario afirmaciones relacionadas con el mundo del espectáculo o del deporte, ni los temas que estén relacionados con la religión ni frases de casos que estén en trámite en la Justicia.

**Paso 2.** Ponderar su relevancia

Este es el paso del método que permite seleccionar sobre qué datos y personajes poner el foco.

Se trata en todas las ocasiones de una decisión editorial.

Los criterios de selección están basados en aspectos antes expresados, y su cruce con los recursos humanos con los que cuenta la organización para implementar los chequeos, que como se percibe en este trabajo, suelen ser limitados. Chequeado-La Voz Pública utiliza principalmente tres criterios para decidir la cuestión a trabajar, a saber:

> **La relevancia que tiene la persona y el impacto de su voz en la opinión pública:** una frase dicha por la Presidenta tiende a tener más repercusión que la que afirma un diputado. A la hora de elegir la frase se tiene en cuenta a cuántas personas le llegará y, por lo tanto, su posible efecto sobre el discurso público. Mientras mayor relevancia tenga el personaje en el sistema democrático y en el discurso público y mientras más gente esté expuesta a su discurso, se le dará prioridad a la hora de seleccionar la frase.

> **La relevancia del tema abordado:** hay casos en los que la persona que menciona el dato no tiene gran peso en el sistema democrático ni en el debate público, sin embargo el tema que toca es un asunto central para el país, esté o no presente en ese momento en la agenda política o mediática.

> **La relevancia mediática:** hay casos en los que no es por el peso de la persona ni por la relevancia del tema, sino porque cierta declaración o tema tuvo un gran impacto en la agenda mediática y, por lo tanto, le llegó a una gran audiencia y vale la pena entonces aportar datos sobre ese asunto.

### **Punto 3.** Consultar a la fuente original

Preguntarle a la persona por qué dijo lo que dijo o a qué se refería con sus dichos es el paso siguiente a la selección de la frase. Muchas veces las declaraciones públicas no se terminan de entender en el momento en el que son dichas, o no queda claro a qué hacía referencia la persona. Preguntándole, se aclara muchas veces el sentido de la afirmación y eso permite seguir el chequeo sabiendo en qué dirección fue hecha la afirmación.

### **Paso 4.** Consultar a la fuente oficial

Sobre casi todos los temas que se quieran verificar, hay alguna agencia del Estado -nacional, provincial o municipal- interesada y a cargo del fenómeno a analizar. En muchos de los casos esta agencia produce datos. La capacidad de recolección de datos del Estado es mucho mayor a la que pueden tener organizaciones privadas u otro tipo de instituciones y, por ello, en general los datos que puede proporcionar son de mayor calidad y representatividad (cuando no están cuestionados, por supuesto).

### **Paso 5.** Consultar a fuentes alternativas

En las ocasiones en las que los datos no son fiables o no existen para determinada problemática las fuentes alternativas (centros de estudios académicos, consultoras privadas, ONGs y organismos internacionales, entre muchos otros, y sean personales o

documentales) pueden suplir, de cierta manera, esa falta. Pero incluso cuando existen datos oficiales, es mejor contar con fuentes alternativas que ratifiquen, cuestionen o complementen a los datos oficiales. En todos los casos, se deben tener en cuenta los intereses que puede haber detrás de una fuente citada.

#### **Paso 6.** Ubicar en contexto

Los datos siempre tienen que ser puestos en contexto para entender qué significan. Y el periodista, en general, no es la mejor persona para hacerlo, porque no siempre conoce en profundidad los temas sobre los que escribe. Necesita entonces de expertos, que lo hayan trabajado, que sepan cuáles son las definiciones de los conceptos que se mencionan y cuáles son los datos complementarios que permiten explicarlo.

#### **Paso 7.** Confirmar, desmentir o relativizar la afirmación

Con toda la información en la mano y a la vista, una frase relevante, la versión de la persona que la dijo, los datos oficiales y los alternativos, y el contexto brindado por especialistas, se puede Confirmar, desmentir o relativizar la afirmación.

En el primero de los casos, toda la investigación corrobora los datos citados, y los especialistas confirman que se trata de un indicador pertinente para demostrar lo que la persona indicó. En el segundo, los datos contradicen la afirmación. En el tercero, los datos muestran que lo que implica la afirmación no es exacto, ya sea porque el indicador seleccionado no es el correcto para llegar a la conclusión que se presentó, o porque puesto en contexto la situación no es la que se da a entender en la afirmación, o se ha hecho un uso estratégico de los datos, tomando sólo los favorables para el argumento que se busca demostrar.

#### **Paso 8.** Calificar

Las calificaciones que utiliza Chequeado van desde el Verdadero al Falso, pasando por Insostenible, Engañoso, Exagerado, Discutible, Verdadero, Pero..., Apresurado y Verdadero +. Este es el único punto del método en el que puede haber diferencias entre los lectores o chequeadores. Hasta aquí, cualquier persona que haya seguido el método, verificado las fuentes utilizadas y leído las explicaciones de los especialistas tiene que llegar a la misma conclusión que el autor del chequeo. La calificación acordada, sin embargo, no es necesariamente la misma, puesto que hay diferencias sutiles entre una y otra.

Las calificaciones tienen sus argumentos y elementos que las definen. En la web de Chequeado-La Voz Pública se las presenta del siguiente modo:

- **VERDADERO** La afirmación ha demostrado ser verdadera, al ser contrastada con las fuentes y datos más serios y confiables.
- **VERDADERO +** En el caso de afirmaciones apoyadas en datos numéricos, los encontrados no sólo ratifican sino que refuerzan lo expresado.
- **VERDADERO, PERO...** La afirmación es consistente con los datos disponibles , pero omite algún elemento del tema o su contexto.
- **DISCUTIBLE** No es claro que la afirmación sea cierta o no. La conclusión depende de las variables con las que se la analice.
- **APRESURADO** La afirmación podría ser verdadera, pero es resultado de una proyección y no de un dato objetivo de la realidad.
- **EXAGERADO** La afirmación no es estrictamente cierta pero sí lo es el concepto o tendencia al que se alude.
- **ENGAÑOSO** La afirmación puede coincidir parcialmente con ciertos datos, pero intencionalmente o no, ha sido manipulada para generar un mensaje en particular.
- **INSOSTENIBLE** La afirmación surge de investigaciones con falta de sustento o graves errores metodológicos, o resulta imposible de chequear.
- **FALSO** La afirmación ha demostrado ser falsa, al ser contrastada con las fuentes y datos más serios y confiables.

## **AGENDA DIVERSIFICADA, RELACIÓN CON MEDIOS MASIVOS TRADICIONALES**

La estrategia de acuerdos con medios tradicionales (entre otros) implica para las organizaciones de verificación del discurso público la posibilidad de ampliar la circulación del propio trabajo, como así también potenciar la entidad y credibilidad de los textos. En este sentido, sería un aprovechamiento en donde ganan tanto el medio tradicional como la organización (Chequeado - La Voz Pública, en este caso): los primeros se apropian de contenidos con valor agregado y con niveles de contraste de datos mayor a los usuales a bajo costo, mientras que el medio que realiza el fact checking obtiene la mayor visibilidad y entidad que brinda el medio tradicional. Así, además de sus propios soportes, **Chequeado - La Voz Pública difunde semanalmente una columna en la edición dominical del diario La Nación** con resultados de chequeos realizados durante esos días; en tres radios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (**Programa “Guetap” de FM FM Vorterix**, **“La Vuelta” de AM Continental 590** y **“Vuelo de Regreso” en FM Millenium 106.7**), quincenalmente todos los viernes en Buenos Aires Herald con chequeos a medios y periodistas, y semanalmente en el **portal de noticias de Yahoo!**. Estos medios y plataformas aportan a Chequeado la posibilidad de ampliar la circulación de sus piezas, como así también de llegar a públicos masivos y a aquellos que no visitan la plataforma original. La presencia y divulgación de los trabajos de chequeo realizados por el equipo se



publican en esos otros medios por acuerdos económicos que redundan en fuente de ingresos para la organización. En esos casos la lógica acompaña además la posibilidad de intensificar los niveles de conocimiento de Chequeado - La Voz Pública.

Respecto de la agenda de temas, el staff de Chequeado afirma que trabaja en espacios en los que puede mantener la independencia editorial y decidir los temas y el ángulo desde el cual se abordan. Como se marcó, mantiene espacios claramente delimitados en sus intervenciones en otros medios (columnas fijas en diarios y micros en radio que llevan el sello y la firma de Chequeado).

La relación con los medios de comunicación tradicionales potencia el impacto de lo producido por la organización, a la vez que acota, por otro lado, la posibilidad de trabajar con una agenda propia de temas. Lo que parece distinguir a Chequeado - La Voz Pública es su enfoque de las cuestiones abordadas, la verificación de lo analizado con las fuentes primarias y con datos que ponen en evidencia o discuten la veracidad de lo que ellos expresan, otorgando así valores relevantes de entidad al discurso público. Pero la organización no cuenta con la capacidad de sumar o agregar temas de una agenda diversificada respecto de la que constituyen los medios tradicionales.

## **OTROS ACTORES**

Respecto de los mecanismos que habilitan instancias de participación de otros actores (sociales, políticos, periodísticos) en la realización de chequeos por parte de Chequeado - La Voz Pública, el análisis permite afirmar que resulta un objetivo relevante de la organización.

“Chequeado alienta la participación de los ciudadanos y mantiene una relación interactiva con su comunidad, que es invitada a proponer chequeos, aportar información o datos, comentar información o detectar errores. Chequeado busca convertirse en una fuente confiable no sólo para los ciudadanos sino también para los periodistas, dirigentes políticos y referentes sociales. Chequeado integra a su comunidad de seguidores como agentes activos en la producción de información. (...) También buscamos que lectores de Chequeado.com participen activamente del contenido de la página proponiendo chequeos, aportando sus propias experiencias de detección de datos falsos en el Chequeado de los Lectores, pensado como un espacio interactivo de chequeo, y advirtiendo sobre posibles errores en las verificaciones del equipo de investigación del sitio”.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Fuente: <http://chequeado.com/acerca-de-chequeadocom.html> última visita: 31 de octubre de 2014.

Los mecanismos que desarrolla la organización para habilitar la participación de otros actores implica el uso de métodos complementarios: el *crowdsourcing* (recopilación de fuentes) y *crowdchecking* (realización de chequeos colectiva). Tal como sostiene en su web, a través de su **buzón de lectores** Chequeado permite que sus seguidores sugieran temas y frases a chequear, además de aportar datos. El ejemplo más destacado del desarrollo de estas instancias sucede a partir del acto de apertura de las sesiones ordinarias del Congreso Nacional de la Nación. En esa instancia Chequeado organiza un chequeo colectivo en tiempo real al discurso presidencial. La comunidad participa enviando datos en vivo vía Twitter o Facebook y algunos especialistas convocados oportunamente a **aportar para el complemento de esta experiencia**. Además, dos semanas antes del evento se suman a la organización entre 20 y 30 voluntarios, que aportan en la recopilación de datos -con la guía de los expertos- para generar stock y contar con ese insumo al momento de la realización del Chequeo en vivo.

Por otro lado se implementan mecanismos que pueden ser calificados como instancias de retroacción<sup>7</sup> y que se materializan a partir de elementos tales como un juego que puede aplicarse en los dispositivos móviles denominado **Chequeate!** Así, a través de una actividad lúdica, la organización comparte algunos de los chequeos más populares y concientiza sobre la verificación del discurso.

Por otro lado también se desarrollan dos aplicaciones complementarias, **DatoCHQ** (una plataforma para producir conocimiento en tiempo real) y **Dato Duro**<sup>8</sup> (una aplicación móvil desarrollada en conjunto con El Faro -El Salvador- para acceder a notas y chequeos, alertas de discursos relevantes e invitaciones a participar en chequeos colectivos). Ambos cumplen la doble función de abrir datos y servir como herramientas para que el público haga aportes para la verificación de información y compilación de fuentes.

En relación a la participación de otros actores, en general aparece en mayor intensidad como intención que en la concreción efectiva. Si bien en el caso de Chequeado - La Voz Pública se desarrollan diferentes mecanismos para permitir niveles de retroacción y participación, la comunidad suele interactuar con aportes a estímulos y respuestas a consignas específicas, lo que implica que la agenda la decide -como resulta comprensible- el propio medio. Otro aspecto a contemplar es que actores políticos y sociales suelen sentirse observados por este tipo de periodismo, con lo cual los efectos pueden ser de mirada distante y algo esquiva.

---

<sup>7</sup> Es decir, un nivel de acceso para el público o comunidad de lectores, que responde a estímulos o consignas propuestas por el emisor, sin llegar a ser un mecanismo de participación completo.

<sup>8</sup> Se trata de uno de los proyectos ganadores de los Premios Escalamientos FRIDA 2014. Fue desarrollado en conjunto con la Universidad Nacional del Sur (Bahía Blanca, Argentina) gracias al apoyo de este Fondo, una iniciativa de LACNIC (Registro Regional de Direcciones de Internet para América Latina y el Caribe).

## ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Las organizaciones que realizan fact-checking en distintos lugares del mundo desarrollan sistemáticamente un conjunto de actividades como proyectos de innovación. En general resultan orientadas al cumplimiento de una serie de objetivos, entre los que se pueden destacar la ampliación de espacios de acción y visibilidad; el fortalecimiento de lazos con otros actores vinculados a partir de intereses, necesidades y demandas; la difusión de la organización, su accionar e intervenciones; la puesta en circulación de los resultados de su trabajo; como así también las acciones guiadas por la búsqueda de financiamiento, que traen consigo la necesidad de actuar con socios locales y de acuerdo a pautas establecidas por financiadores internacionales, de acuerdo incluso a sus propias agendas, que no siempre coinciden con las de la organización.

En el caso de Chequeado - La Voz Pública, la expansión de acciones tiene a las relaciones con medios de comunicación tanto como con otras organizaciones de la sociedad civil y los espacios de educación, públicos y privados. Durante 2014 llevó adelante alianzas con medios de comunicación (para garantizar presencia regular en medios tradicionales en la Argentina), y la publicación de papers. A su vez llevó adelante acciones de innovación (mediante el desarrollo de diferentes aplicaciones para dispositivos móviles, que busca generar nuevos tipos de vínculos con su comunidad y a la vez ampliar los públicos); educación (mediante el desarrollo de talleres para periodistas- en su mayoría jóvenes- participación en reuniones de organizaciones que trabajan con periodismo de datos, seminarios en carreras de posgrado y talleres en escuelas secundarias) y asesoramiento (a entidades y organizaciones de fact-checking o que buscan incorporar su desarrollo). Todas cumplen la función de expandir campos de acción, buscar públicos, fortalecer redes y explorar fuentes de financiamiento.

La mayoría de las organizaciones de fact-checking con las que Chequeado suele interactuar tienen la particularidad de ser organizaciones con fines de lucro, casi todas pequeñas empresas periodísticas (como el caso de *elfaro.net*). Algunas, a su vez, son satélites o están vinculadas directamente con grandes medios de comunicación (como sucede en los casos de “El Polígrafo”, que acompaña la edición papel dominical del diario *El Mercurio* de Chile, y “Rete al candidato”, de la Revista *El Financiero*, del diario *La Nación* de Costa Rica).

En la misma línea que lo descripto respecto del staff, se destaca que las actividades complementarias que este tipo de organizaciones llevan a cabo se suman como tareas a desarrollar por los miembros de la organización. Esto puede implicar una multiplicación de tareas y una carga, que logra resolverse a partir del compromiso como elemento central. Por otro lado, se da cuenta de cierta posibilidad de condicionamiento que las

organizaciones que financian este tipo de actividades materialicen, tanto en agendas como en tipo de actividades y socios con los que interactuar.

## FINANCIAMIENTO, TRANSPARENCIA, RENDICIÓN DE CUENTAS

En la Argentina las organizaciones de la sociedad civil están contempladas en el artículo 14 de la **Constitución Nacional**, en torno al derecho de los habitantes a “asociarse con fines útiles”, y en el Código Civil, donde entre las personas jurídicas de carácter privado aparecen “las asociaciones y las fundaciones que tengan por principal objeto el bien común, posean patrimonio propio, sean capaces por sus estatutos de adquirir bienes, no subsistan exclusivamente de asignaciones del Estado, y obtengan autorización para funcionar”.

Pese a ello, existen diversos grados de desarrollo de la legislación específica para este tipo de entidades. “Las Asociaciones Civiles no tienen una ley específica y se basan en los lineamientos generales del Código Civil y las resoluciones administrativas que emite la Inspección de Justicia en cada distrito que es la que otorga la personería jurídica (hay 24 provincias). Las fundaciones también están bajo el control jurisdiccional de las Inspecciones de Justicia (en algunas provincias tienen otros nombres, como Registro de Personas Jurídicas, etc. pero ejercen la misma función), pero a diferencia de las Asociaciones Civiles cuentan con una ley específica que es la **Nº 19.836**”, como **señalan** el Master of Arts en Development Management and Policy por la Universidad de Georgetown Pablo Marsal y la licenciada en Organización y Dirección Institucional por la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM), con Postgrado en Gestión y Control de Políticas Públicas de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), María Eugenia Blanco Toth.

La Ley de Fundaciones señala que “dentro de los 120 días de cerrado el ejercicio anual, el Consejo de Administración debe confeccionar y aprobar el inventario, balance general y estado de resultados correspondiente a ese ejercicio”, que deben ser acompañados por una memoria sobre la situación de la fundación. Estos elementos deben ser presentados ante la “autoridad administrativa de control”, en el caso de las fundaciones radicadas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la Inspección General de Justicia (IGJ). No se señala más allá de esto ningún requerimiento legal de hacer pública o disponible esta información para el resto de la sociedad, quedando por cuenta de cada organización el grado de transparencia interna que posea.

Las Asociaciones Civiles también dependen de la IGJ, donde **deben presentar** sus estados contables y actas de reuniones, entre otros documentos. Pero tampoco se señala la obligación de rendición de cuentas con otros actores que no sean las autoridades. En 2003, **un proyecto de Ley** de Asociaciones Civiles obtuvo media sanción en el Senado,

pero finalmente no fue aprobado. Al respecto Facundo Biagosch, Inspector del Departamento de Asociaciones Civiles y Fundaciones de la Inspección General de Justicia, **señaló** en 2005 que las normativas de que depende este tipo de entidades (como se dijo, Constitución Nacional y Código Civil) “resultan insuficientes a la luz de la importancia que han adquirido las Asociaciones Civiles en estos 130 años desde que entró en vigencia el Código Civil”.

La transparencia y la rendición de cuentas surgen como aspectos centrales para generar una mayor legitimidad de las organizaciones, fortalecer su institucionalidad y, por ende, mejorar sus prácticas y también la participación e incidencia.

Cabe destacar que la rendición de cuentas va más allá de lo financiero, al vincularse a diversos aspectos como la misión y objetivos de la institución, sus procedimientos de elección de autoridades, cuestiones de gobernanza interna, grado de apertura de su información al acceso público, entre otros. Estos aspectos de las organizaciones, son los que en conjunto generan una mayor legitimidad y transparencia institucional.

## **FINANCIAMIENTO DE CHEQUEADO**

El sitio de fact-check y periodismo de datos Chequeado es parte de la Fundación La Voz Pública para la Verificación del Discurso Público, constituida en 2011 y aprobada en la IGJ como publican en su sitio web. El sitio informa quiénes son los fundadores, cómo se conforma el Consejo Administrativo, el Consejo Consultivo, los integrantes del staff, y colaboradores de la institución. De todo ellos hay una breve descripción de sus CVs, pero no se facilitan los datos de contacto<sup>9</sup>, y más allá de mencionar a las autoridades, no se encuentran los procedimientos de elección de las mismas. Como se describió en las páginas precedentes, existen varias formas de contacto de la ciudadanía con la organización.

En el portal, Chequeado - La Voz Pública tiene un apartado exclusivo sobre **financiamiento** donde refieren a la diversificación de fondos para conseguir equilibrio e independencia y destacan que “las principales fuentes consideradas son: cooperación internacional, donantes individuales, empresas y fundaciones y actividades propias, como espacios en otros medios y organización de talleres y eventos sobre verificación del discurso público”.

Chequeado presenta en el sitio su presupuesto anual de cada año, actualizado a 2014 (\$ 2.040.000 pesos argentinos), y el nombre de las instituciones aportantes. También agrega haber recibido el apoyo de individuos, aunque en este caso no figuran nombres ni cantidad de aportantes. Tampoco se puede saber qué proporción corresponde a cada tipo de fuente

(instituciones o individuos) ni cuánto dinero proporcionó cada actor. Otro ítem factible de ser publicado y que no está presente es la existencia de fondos con destino específico y de fondos con libre disponibilidad. Solo se informa junto al presupuesto 2014 que en dicho año se realizaron “2 talleres de formación de periodistas junto con UNICEF”.

## **FINANCIAMIENTO DE OTRAS ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL SIN FINES DE LUCRO DE LA ARGENTINA**

### **ACIJ:**

La Asociación Civil por la Igualdad y la Justicia (ACIJ) presenta en una pestaña específica todo lo referido a Transparencia Interna. Se puede ver quiénes son los directores, la conformación del Consejo Honorario, el Consejo Asesor, el staff, y voluntarios. Al igual que en el caso de Chequeado, de todo ellos hay una descripción de sus CVs, pero no se facilitan los datos de contacto. Tampoco se encuentran los procedimientos de elección de las autoridades. En lo concerniente a financiamiento, la organización publica los balances y estados contables, disponibles hasta el año 2012. Los balances están auditados por un contador público independiente.

En los documentos se puede ver qué cantidad de los recursos son para fines generales y qué cantidad para fines específicos. En el primer caso, se divide entre “recursos institucionales” y recursos de “donación apoyo institucional”, sin detallar al interior de estas categorías. Es decir, que no están detallados los nombres de las empresas que aportan como apoyo a la institución, ni la cantidad que cada uno de ellos en particular dona, o si hay alguno en particular que posea más incidencia que el resto. Aquellos con fines determinados, que conforman la mayoría, sí están divididos por el monto y la entidad de donde provienen. Se agregan a estos fondos los “recursos diversos”.

En total, en 2012 se consignan ingresos por \$ 3.148.702, divididos de la siguiente manera: \$ 463.410,8 para fines generales, \$ 2.653.163,9 para fines específicos y \$ 32.127,3 diversos. A esto hay que sumar \$ 338.424 por tenencia de bonos y plazos fijos. Al mismo tiempo se presentan los gastos, que sumaron \$ 3.472.587,8 más “amortizaciones” por \$ 28.529 para llegar a \$ 3.501.116,87. El resultado del año entonces fue deficitario en \$ 13.990, pero la entidad aún cuenta con un patrimonio neto de \$ 1.030.903.

Todos los programas y temas que trabaja la organización se describen con profundidad, haciendo referencia a los objetivos, novedades, informes (pasados y actuales), aparición en los medios, de cada uno de ellos. También hay una sección específica de **Publicaciones**, que incluye los Informes de los programas en forma separada. El programa de

“Fortalecimiento Institucional” es el que incluye **publicaciones** más antiguas, desde el año 2005 hasta la actualidad. Con respecto a las redes sociales, además de los links que conducen a Facebook, Twitter, y al canal de YouTube, el sitio muestra los tweets más recientes en la entrada inicial.

### **CIPPEC:**

El Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC) está **constituido** bajo la forma jurídica de Fundación, en este caso de idéntico nombre. Todas las áreas y programas que trabaja CIPPEC se describen con profundidad en su página institucional, incluyendo novedades, objetivos, publicaciones, videos, prensa. También se menciona el equipo de trabajo que conforma cada uno de los programas (Director, Coordinador, Analistas, investigadores asociados), con datos biográficos de los integrantes pero sin brindar sus contactos. Lo mismo sucede con las autoridades, el Consejo de Administración, y el Consejo Asesor Internacional. Se explican brevemente sus objetivos y tareas, pero no se encuentran los procedimientos de elección de las autoridades.

Hay un buscador avanzado de documentos, que permite filtrar por Tipo de Contenido, y por Área (desde el año 2010 hasta 2013). CIPPEC destaca que todas sus publicaciones son gratuitas, y brinda un contacto para solicitar ejemplares impresos.

En su portal presenta un apartado sobre “Rendición de cuentas”, donde se despliegan diferentes informaciones. Por un lado se encuentran los **ingresos**, actualizados hasta 2013, divididos por fuente de financiamiento tanto en números absolutos como en porcentajes de participación. Así, ese año tuvo un presupuesto de casi \$15 millones, entre empresas (36%), agencias de cooperación internacional (28%), individuos (19%) y gobiernos (17%). La propia fundación **considera** relevante la diversificación de fondos, tanto para la sostenibilidad como para asegurar independencia.

CIPPEC publica además un listado con los nombres de las empresas, agencias de cooperación internacional y gobiernos que la financian, aunque sin especificar la cantidad de dinero que aporta cada uno. La lista posee un botón para ordenar los nombres de mayor a menor o viceversa, por lo que esto indicaría el grado de relevancia del dinero donado por cada institución, aunque la opción no es del todo clara. En el caso de los individuos, no están detallados ni señalada la cantidad de personas que conforman este rubro (o si hay alguna en particular con mayor participación que el resto). No se informa tampoco qué recursos están asociados a una utilización libre por parte de la entidad, y cuáles tienen destinos específicos.

Por otro lado, hace especial hincapié en su trabajo con el Estado, donde realiza

“proyectos de asesoramiento técnico sin fines de lucro para los gobiernos nacional, provinciales y municipales”. Al respecto, el Consejo de Administración de CIPPEC dispuso que los recursos por este tipo de vínculos no pueden superar el 33% del total de ingresos de la institución, y que se debe velar por una equilibrada distribución político partidaria de los proyectos ejecutados con las administraciones. En la página web se publican los proyectos con el Estado en curso, y la distribución partidaria y geográfica de los montos acumulados por proyectos.

Como se mencionó más arriba, efectivamente en 2013 los ingresos por gobiernos constituyeron los ingresos por gobiernos no superaron el 33% del total (constituyeron un 17% ese año), e incluso fueron el tipo de fuente menos relevante. La **distribución partidaria**, sin embargo, si bien es plural cuenta con un claro actor mayoritario, el Frente para la Victoria (FpV). Ese año, un 63% de los proyectos con gobiernos fueron con el FpV, y en total acumularon un 68% de los recursos de este tipo. Le siguen el PRO (10% en cantidad de proyectos, pero 17% en recursos originados); la Unión Cívica Radical (12% de proyectos, 10% de ingresos); el Partido Socialista (13% de proyectos, 3% de ingresos); la Unión por Córdoba (1% en ambas categorías) y la Coalición Cívica (también 1% en ambos ítems).

Por último, CIPPEC publica las **memorias y estados contables**, donde el último disponible es **2011**. Destaca al respecto que “para dar cuenta del cumplimiento de todas las normas y regulaciones a las que está sujeta CIPPEC, anualmente la institución es auditada por Deloitte & Touche, compañía reconocida internacionalmente”. En estos informes se repasa el impacto de la institución y las acciones llevadas adelante. No se encuentran detallados los gastos de cada proyecto o del funcionamiento mismo de la organización.

## **CELS:**

El Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS) es una asociación civil que trabaja “en la promoción y protección de los derechos humanos y el fortalecimiento del sistema democrático en Argentina” constituida en 1979. En su portal presenta a los integrantes (presidente, vicepresidente, secretario, tesorero, vocales titulares y suplentes), pero sin mostrar datos biográficos ni información de contacto. No presenta los procedimientos de elección de las autoridades.

Hay un buscador avanzado de documentos, que permite filtrar por Tipo, Tema, Subtema, y Fecha (desde el año 1990 hasta 2007).



En cuanto al financiamiento, el portal **exhibe** la evolución de su financiamiento entre 2003 y 2012 (no hay datos de los dos últimos años), en pesos y en dólares al tipo de cotización oficial. Los fondos presentan “una evolución de tendencia creciente, con una mayor acentuación en los dos últimos años”, como señala la propia institución. En 2012, el presupuesto alcanzó los \$9,5 millones, compuestos de la siguiente manera: 42% fundaciones nacionales y extranjeras; 38% organizaciones internacionales; 16% Estados extranjeros (Agencias y embajadas); 4% donaciones particulares y otros ingresos; y menos del 1% por parte del Estado nacional.

El CELS también publica un **listado** de las fundaciones que lo apoyaron “durante los últimos años” y de las instituciones con las que realizó proyectos conjuntos. A su vez, detalla los proyectos ya **ejecutados** y los proyectos **en curso**, cada uno asociado a alguna fundación o entidad de donde provendrían los recursos. Sin embargo, no hay un detalle de cuánto dinero aporta cada institución en particular. Tampoco cuánto de su presupuesto tiene por fin algún objetivo prefijado, y cuánto puede destinarse a elección de la asociación civil. Otro elemento ausente en el sitio web es el gasto total de las actividades y asociado a esto el resultado final del año, y algún detalle sobre qué individuos aportaron dinero a la entidad.

#### **ADC:**

La Asociación por los Derechos Civiles (ADC) declara como misión “la defensa de los derechos civiles y las instituciones democráticas”. Su portal menciona a los integrantes que conforman cada uno de los programas, con datos biográficos de los mismos pero sin brindar información de sus contactos. No presenta los procedimientos de elección de las autoridades. Las publicaciones que producen las distintas áreas se encuentran actualizadas, y se pueden buscar según su fecha de creación. El portal tiene un buscador global que permita encontrar la información por palabra clave.

En su página no hay ninguna referencia a transparencia interna o accountability que aporten datos sobre el tema. La única información relacionada se encuentra en la **sección** para donar a la entidad, donde se señala que las actividades de “litigio, investigación, capacitación y monitoreo de políticas públicas se sustentan con fondos otorgados por fundaciones privadas internacionales, agencias de cooperación y donantes individuales”, aunque sin especificar nada más.

En una fuente alternativa, el **perfil** de la entidad en HelpArgentina (organización que se encarga de vincular donantes internacionales con organizaciones “de alto impacto”), se informa que “actualmente, la ADC recibe fondos de Open Society Foundation, Tinker Foundation, la Embajada de Holanda en Argentina, Ipas y Unicef, entre otros”.

## Poder Ciudadano:

La Fundación Poder Ciudadano, capítulo argentino de Transparency International, muestra una sección de **Transparencia**, donde incluye las Memorias, Balances y el Informe del Auditor. También presenta el Estatuto y la autorización IGJ (Inspección General de Justicia). El portal presenta el “Código de Ética” de la organización, con las Normas de conducta, Derechos Intelectuales, Financiamiento, y Reglas especiales para los miembros del Consejo de Administración. En este último punto se hace mención a la Prevención de conflictos de intereses, Declaración periódica de intereses, y Mecanismo para la determinación de un conflicto de interés. Más allá de esto, no se encuentran los procedimientos de elección de las autoridades.

El sitio web de Poder Ciudadano informa quiénes son los Fundadores, cómo se conforma el Consejo de Administración, los integrantes del staff, y colaboradores de la institución. Hay una breve descripción de sus CVs (excepto de los Fundadores), pero no se facilitan los datos de contacto en ningún caso. En la sección de Prensa, muestran las notas de sus proyectos y acciones que aparecen en distintos medios de comunicación, desde el año 2013. Por otro lado, el portal permite a los ciudadanos realizar denuncias, completando un formulario.

Poder Ciudadano posee una sección específica sobre transparencia, donde se publican “los últimos 6 ejercicios con balances aprobados”, hasta 2012, excluyendo los dos últimos años. En el balance del último año se detallan los fondos para fines específicos (\$ 1.083.139,8) y los que pueden utilizarse para fines generales (\$ 561.695,75), es decir, un total de \$ 1.644.835,55 todos provenientes de la categoría “donaciones”. Los gastos, a su vez, fueron mayores (\$1.794. 769,89), por lo que el ejercicio cerró con un déficit de \$149.934,34.

El balance no presenta información sobre qué parte corresponde a individuos, empresas o entidades. En el sitio se publica un listado de **donantes**, pero sin desagregar qué participación tuvo cada uno en el presupuesto del año, y si los fondos de cada una de estas entidades son para fines específicos o generales.

## FINANCIAMIENTO DE OTRAS ORGANIZACIONES DE VERIFICACIÓN DEL DISCURSO PÚBLICO EN LA REGIÓN

### *El Polígrafo (Chile):*

El Polígrafo es la sección de fact-check que pertenece al diario chileno **El Mercurio**, de

El Mercurio Sociedad Anónima Periodística. Esta iniciativa no tiene un sitio específico online, ni sus columnas están disponibles a excepción de la publicación del diario en formato pdf. No existe información sobre alguna forma particular de financiamiento para esta sección, y los ingresos de la empresa periodística en general tampoco son públicos.

### ***Rete al candidato (Costa Rica):***

El semanario costarricense El Financiero es un periódico especializado en temas de negocios, finanzas y economía que nació en 1995 y pertenece al Grupo Nación, una de las principales empresas de comunicaciones del país. Para las elecciones de este año, presentó una aplicación de fact checking llamada “Rete al candidato”, con un sitio específico. Pero en este no hay detalles sobre el financiamiento de la iniciativa. Lo único vinculado a la temática es una nota periodística con un balance sobre el proyecto ya concluido que publicó El Financiero y donde **menciona**: “La plataforma estuvo activa desde noviembre del 2013 hasta el 6 de abril del 2014, con el apoyo de la Fundación Konrad Adenauer”.

### ***Detector de Mentiras (Colombia):***

La Silla Vacía, medio nativo digital de Colombia, implementó una experiencia de fact-checking también para las elecciones presidenciales del país, con apoyo de Chequeado. Sobre La Silla Vacía en general, informa en la pestaña **“Nosotros”** que el medio “es financiado con una generosa beca del Open Society Institute”, aunque no detalla el monto. De acuerdo con información provista por autoridades de La Silla vacía a los autores de este trabajo, el 60% de sus fondos proviene de la cooperación internacional (siendo Open Society el principal aportante) y el resto de los ingresos del sitio se obtienen de la siguiente forma: entre un 5 y 10% de consultorías; otro tanto de campañas de recaudación (los “superamigos”); otro tanto de talleres o debates académicos que organiza el sitio y cerca de un 20% por publicidad.

También hay algunos datos sobre financiamiento en la sección de **Preguntas Frecuentes**. Allí la directora de La Silla Vacía, Juanita León, repasa que en un principio el medio se fundó con una donación del Open Society Institute y con plata de su familia, “pero ya después de un año, nos financiamos con venta de pauta, con talleres de alfabetización digital que dictamos en las empresas y universidades, con charlas y seminarios, con consultorías en tecnología y con cooperación internacional para proyectos específicos”. Agrega además que la pauta representa menos del 15% de los ingresos de La Silla, un 50% del sostenimiento viene de cooperación internacional (Open Society, Ford y la NED), y que el resto “viene de talleres y asesorías a empresas de sectores que no cubrimos en temas de tecnología”. Señalan que la idea a mediano plazo es financiarse con aportes de los usuarios. Fuera de esto, no hay más datos sobre montos o grado de participación de los diferentes actores.

### ***El Observador (Honduras):***

El Observador de Honduras es un sitio de fact-check que se creó luego de una capacitación que dictó del equipo de Chequeado en Centroamérica como parte del Proyecto “Defendiendo la Libertad de Expresión, Fortaleciendo Redes y Creando Espacios para la Expresión Ciudadana”, ejecutado por la Asociación Comité por la Libre Expresión (C-Libre) y financiado por El Programa Actores de Cambio ASDI - HIVOS (la Agencia Sueca de cooperación para el Desarrollo Internacional). La única **información** sobre ingresos es general y refiere a esto mismo, ya que menciona que el sitio responde a uno de los objetivos específicos de dicho proyecto financiado por ASDI-HIVOS.

### ***Verdadero o Falso (Uruguay):***

En septiembre de 2014 el diario El Observador de Uruguay confeccionó en su **sitio online** una sección de fact-check que venía publicando en papel desde hacía unos meses. Esta iniciativa se da en torno a las próximas elecciones nacionales en el país, y toma textual e idénticamente el sistema de calificaciones de Chequeado, a quien cita. Pero no incluye ninguna mención sobre la forma de financiamiento o si existen fondos específicos para este proyecto dentro del diario.

### ***Truco (Brasil)***

La Agencia Pública -organización pionera en Brasil- apuesta a un modelo de periodismo sin fines de lucro para mantener la independencia. En su plataforma desarrolla “No Truco!” un sistema de chequeo del discurso público de los candidatos en las elecciones en Brasil. En el reciente ballottage de 2014 chequearon a los candidatos Dilma Rousseff (PT) y Aécio Neves (PSDB) durante los programas exhibidos todos los días en la TV, y pusieron calificaciones correspondientes de acuerdo a los resultados de la evaluación. En su página web figuran las organizaciones que financian su accionar, entre los que se destacan la Fundación Ford, Open Society, Crowdfunding Reportagem Pública y Omidyar Network.

### ***Preto no Branco (Brasil)***

El blog “Preto no Branco” acompañó los debates presidenciales en Brasil en 2014 y realiza chequeos frente a afirmaciones de las autoridades nacionales (fundamentalmente ministros del gabinete de la presidenta Dilma Rousseff). Es un dispositivo que está hosteado en la página web de la empresa. Incluye mecanismos de retroacción (es decir participación a partir de una consigna propuesta por la organización) y se integra al conjunto de las plataformas del Grupo de Medios O Globo, el más poderoso de Brasil.

## UyCheck (Uruguay)

Es un portal que se presenta como apartidario, sin fines de lucro e independiente y cuya misión es contrastar los dichos políticos que refieren a datos concretos a partir de la contrastación con fuentes confiables. Para esto desarrolla un sistema de calificaciones (en la línea de Chequeado -La Voz Pública) para lo cual también expone los criterios de valoración. En su página no figura el modo de financiamiento ni sus fuentes.

Las experiencias que llevan adelante otras organizaciones de verificación del discurso público en la región pueden dividirse entre las que integran o son propiedad de medios privados comerciales y concentrados, por un lado; y las que realizan tareas de fact-checking desde agentes sin fines de lucro y distintos mecanismos de financiamiento. La particularidad de que este tipo de trabajos y piezas periodísticas sean efectuadas por agentes cuya propiedad es de corporaciones de medios pone en un lugar de debate el tipo de producto que se realiza, sobre las relaciones con las fuentes y sobre los propios intereses del medio en el ejercicio de verificación. En general, la labor de verificar el discurso público en el marco de empresas periodísticas profesionales constituye un segmento de la producción de contenidos de estas organizaciones y no su núcleo principal de actividad.

En cuanto a los objetos de verificación, Chequeado - La Voz Pública se distingue de la mayoría de las organizaciones de fact checking, cuyo corpus de indagación se reduce, en general, a los altos funcionarios y políticos. Este es, de hecho, el corpus de todas las organizaciones de verificación del discurso público de los países centrales. “Hay, sin embargo, ejemplos de chequeo a medios de comunicación en Ucrania y también en Polonia y Sudáfrica. Chequeado es la más amplia respecto de los sujetos a chequear dentro del concierto mundial”.<sup>10</sup>

El Polígrafo (del diario El Mercurio de Chile) chequea exclusivamente contenidos difundidos por candidatos políticos o sus comandos. El periódico El Financiero de Costa Rica desarrolló la aplicación web “Rete al Candidato” donde las audiencias (interpeladas como ciudadanía) pueden debatir y chequear afirmaciones de figuras políticas en carácter de candidatos. Ambas experiencias resultaron focalizadas y enfocadas en procesos electorales en esos países, además de integrar grupos de medios tradicionales, privados y concentrados.

Por su parte, el sitio colombiano “La Silla Vacía” (medio nativo digital, dirigido a la élite política, social, cultural e intelectual de Colombia) también implementó el sistema de

---

<sup>10</sup> Laura Zommer (Directora ejecutiva de Chequeado.com) en “Estadísticas sobre Chequeado” en *El Boom del fact checking en América Latina. Aprendizajes y desafíos del caso de Chequeado*, VVAA, en prensa.

fact checking como forma de cubrir de manera diferente un proceso electoral en el país. A su vez, el periódico “El Observador” (de Honduras) toma integralmente el método y el sistema de calificaciones de Chequeado- La Voz Pública, salvo que procura dedicarse a verificar lo que expresen los funcionarios públicos, entendidos como “la persona que presta sus servicios al Estado, electo por la vía de la elección popular o a través de nombramientos, contrataciones y asignaciones”. Este caso, a diferencia de todos los anteriores, es el único (junto a UYCheck) donde la propuesta de chequeo de datos está asociada a la creación de un medio nuevo, ya que en el resto se utilizó como sección, segmento o forma de cobertura novedosa en un medio ya existente y establecido.

La mayoría de las experiencias enfoca su trabajo en el control de la intervención pública de candidatos y funcionarios. Como se presentó más arriba, durante 2014 surgieron cuatro nuevas iniciativas, en períodos electorarios que se completaron en los últimos meses del año: “Preto no Branco” (del Grupo brasileño O’Globo), “Truco” (de la Agencia Pública de Brasil), “Verdadero o Falso 2014” (diario El Observador de Uruguay) y UYCheck (FactCheckUY), la única que a priori se plantea continuar. Esas experiencias se distinguen de Chequeado - La voz Pública, cuya agenda es más amplia en términos de actores y de temas.

Puede evaluarse que las experiencias en América Latina resultan muy recientes, con pocos meses de desarrollo y en general focalizadas en cuestiones muy puntuales, como los procesos electorarios. La mayoría responden a organizaciones de medios privados y su objetivo es desarrollar un producto con valor agregado y distintivo en momentos en los que los intereses de las audiencias crecen y se intensifican.

En cambio, la experiencia argentina de Chequeado - La Voz Pública tiene un desarrollado más expandido en el tiempo y busca consolidarse en un contexto de debate intenso en materia pública y política, pero también sobre el rol de los medios masivos de comunicaciones tradicionales y comerciales. Su aporte busca dar cuenta de una paleta de temas amplia, que van desde cuestiones de salud pública, políticas públicas de educación, transporte, infraestructura, temas ligados a los procesos de tomas de decisiones en los diferentes estamentos del Estado (Poder Ejecutivo, Legislativo y Judicial), cuestiones electorales, de regulación y gestión del sistema de medios de comunicación, telecomunicaciones, macro y microeconomía, minería y hasta cuestiones de interés general y de debate instalado en el “sentido común y colectivo” y la “opinión pública” referidos a la vida cotidiana de las personas. Si bien Chequeado aprovecha las coyunturas de alta intensidad política, como las elecciones, para reforzar su actividad y ofrecer aplicaciones específicas, la continuidad de su labor también se distingue de muchas otras experiencias de verificación del discurso público existentes en la región y en el resto del mundo.

## COMPARACIÓN Y CONCLUSIONES REFERIDAS A FINANCIAMIENTO

Para ser organizaciones que postulan la mejora de la transparencia, la necesidad de rendición de cuentas y de control ciudadano sobre el espacio público, y que interpelan a instituciones públicas sobre la obligación que éstas tienen de someterse al escrutinio amplio de la sociedad, las relevadas en este trabajo suelen cumplir parcialmente, y en algunos casos eludir, la responsabilidad de informar periódica y detalladamente sobre sus formas organizativas, sobre la elección de autoridades, sobre las políticas de conflictos de intereses en los temas con los que trabajan y sobre sus ingresos y funcionamiento. Por otro lado, y con excepciones, no suelen brindar información de contacto de los integrantes de la institución, más allá de presentarlos con datos biográficos.

En el caso específico de Chequeado - La Voz Pública es por un lado una fundación sin fines de lucro, y por otro un medio periodístico. En relación a las asociaciones de la sociedad civil y las fundaciones, si bien publica cierta información sobre sus ingresos y las empresas aportantes, no alcanza el grado de detalle de alguna de las otras entidades del sector. Es cierto también que no todas las organizaciones de la sociedad civil argentina analizadas tienen mayor detalle que Chequeado.

Por otro lado, si se compara Chequeado - La Voz Pública con el resto de las iniciativas de fact-check latinoamericanas, el grado de transparencia es bastante mayor. Los sitios de verificación del discurso público de América Latina pertenecen a medios tradicionales (El Mercurio de Chile, El Financiero de Costa Rica, El Observador de Uruguay) o a sitios ya existentes y consolidados por otras formas de periodismo (La Silla Vacía). En general, este sector suele ser opaco en la difusión de sus actividades económicas, ingresos y estructura de propiedad, por lo que estas características se trasladan a las iniciativas de fact-check que llevan adelante.

La política de diversificación de fuentes de financiamiento dispuesta por Chequeado - La Voz Pública forma parte de una estrategia de independencia editorial y operativa. Sin embargo, esta política no aparece muy desarrollada en la información pública que brinda la organización. Si se compara a Chequeado - La Voz Pública con experiencias similares a nivel internacional, importa mencionar que en el relevamiento realizado en oportunidad de la Red Global de Fact Checking en Londres en junio de 2014, surgió que el 51% de estas iniciativas está entera o principalmente financiada por un medio o grupo mediático; 34% está exclusiva o principalmente apoyada por organizaciones de cooperación internacional (y/o algunas tienen además algunas donaciones individuales o reciben algo de ingresos por servicios); 7,5% está apoyada por universidades y el restante 7,5% están total o primariamente apoyadas por diversos grupos de la comunidad. En esta última categoría se ubicó a Chequeado - La Voz Pública.

## ¿QUIÉNES SON LOS QUE FINANCIAN?

Como se advierte en los párrafos precedentes, amén de las distintas misiones y objetivos de las organizaciones relevadas, existe una diferencia en la presentación de la información, donde en algunos casos falta el detalle de los apoyos institucionales de empresas (ACIJ) y en otros falta detallar el monto que aportó cada uno de los tipos de financiadores (Chequeado, Poder Ciudadano, etc.), y divergencias entre las estructuras de cada una de estas organizaciones, algunas por ejemplo con una mayor proporción de sus ingresos por parte de los privados comerciales (Cippec) mientras otras no informan ningún ingreso por empresas (CELS).

Más allá de estas diferencias, es posible concluir que no existe información exhaustiva y detallada sobre todos los aportes de fondos que reciben organizaciones que (con y sin fines de lucro) postulan mayor transparencia y profundidad en el debate público y una mayor democratización del espacio público, aunque el compromiso, es preciso reiterarlo, sea en este caso muy dispar y algunas de estas organizaciones permiten acceder a un mayor nivel de información sobre el capítulo referido al financiamiento. Por ello, sí es posible realizar una breve descripción de algunos de los actores relevantes que se repiten en las distintas fundaciones y ONGs, que aportan grandes sumas o que poseen un peso institucional propio.

## LOS PRIVADOS

En los últimos años, las entidades bancarias fueron uno de los grupos que mayor rentabilidad y ganancias obtuvo en la Argentina. Eso sucedió luego de la crisis de 2001, que **incluyó** la confiscación de los depósitos bancarios (**medida** conocida como “el corralito”) y la creciente impopularidad de este sector. Una encuesta del Centro de Estudios de Opinión Pública (CEOP) **publicada** en el diario Clarín del 5 de diciembre de 2001 mostraba que el 60,8% de los encuestados no estaba de acuerdo con las medidas, y que más de la mitad de la población coincidía en señalar al sistema bancario como el principal beneficiario de estas acciones.

Quizás esto puede explicar en parte la gran presencia de este sector entre los financiadores de las Fundaciones y ONGs vinculadas a la transparencia aquí relevadas. En Chequeado - La Voz Pública, del total de empresas que aportan dinero cinco son instituciones bancarias: Banco Ciudad, Banco Galicia, Banco Hipotecario, HSBC y Supervielle. Todavía más relevante es la presencia en Cippec, con diez bancos entre sus financiadores, donde a los cinco anteriores se suman el Banco Provincia, Banco Macro,



Banco Itaú, Rabobank, y Santander Río. El Banco Supervielle también está entre los aportantes de Poder Ciudadano.

Otras empresas privadas presentes en las diferentes organizaciones relevadas que están ligadas con sectores con un desempeño económico positivo en los últimos años son el Grupo Telecom (Poder Ciudadano y Cippec) de telecomunicaciones, la agroindustrial Nidera, la cadena de farmacias Farmacity, Syngenta (“dedicada a la protección de cultivos, investigación, desarrollo, producción y comercialización de semillas”) y la aseguradora Mapfre (todas estas a la vez en Chequeado y Cippec).

Hay que destacar que sólo Poder Ciudadano, Cippec y Chequeado tienen información sobre empresas privadas que aportan a su organización, ya sea porque el resto directamente no declara ingresos de este tipo de actores (CELS) o porque no se detallan en la información que brindan públicamente (ACIJ, ADC). En ninguno de los casos se puede acceder a los montos que entrega cada una de estas entidades, para conocer cuáles son las empresas con mayor incidencia en cada organización relevada.

## **COOPERACIÓN INTERNACIONAL**

Entre las distintas formas de recaudación de las entidades analizadas, una de las más recurrentes es la apelación al financiamiento internacional. Bajo esta forma se incluyen las donaciones de organismos públicos de otros Estados, instituciones supranacionales, y fundaciones u organizaciones civiles.

En el primer grupo señalado destacan la Embajada de los Estados Unidos en Buenos Aires (Chequeado - La Voz Pública y Poder Ciudadano) y la Embajada del Reino de los Países Bajos (Cippec, CELS y Poder Ciudadano).

Las instituciones supranacionales incluyen las vinculadas con la Organización de las Naciones Unidas (ONU), como la división de Mujeres (que en 2012 aportó \$116.000 en ACIJ con fines específicos) o el fondo para la infancia (UNICEF) que en 2014 realizó dos talleres de formación de periodistas junto con Chequeado - La Voz Pública y que también financia parte de Cippec y del CELS. Además, otras entidades internacionales como el Banco Mundial (ACIJ y Cippec), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), y la Delegación de la Unión Europea en la República Argentina (ACIJ, con casi \$520.000 en 2012, y CELS).

Por último, entre las fundaciones y organizaciones civiles hay amplia variedad. En el listado encontramos a la Konrad Adenauer Stiftung (KAS) y la Friedrich Ebert Stiftung (FES), fundaciones alemanas ligadas a formaciones políticas (allegada a la Democracia

Cristiana la primera y a la Socialdemocracia la segunda), presentes incluso en la misma organización (Chequeado - La Voz Pública); la National Endowment for Democracy (NED), fundación privada sin fines de lucro “dedicada al crecimiento y fortalecimiento de instituciones democráticas alrededor del mundo”, y que funciona principalmente con fondos del Congreso de los Estados Unidos; y Open Society Foundations y el Open Society Institute (el mayor donante con fines específicos de la ACIJ, con más de \$800.000 en 2012) que pertenecen a George Soros y declaran como misión “trabajar para construir sociedades vibrantes y tolerantes cuyos gobiernos sean responsables y abiertos a la participación de toda la gente”. Estas dos últimas están presentes en el CELS, ACIJ y La Silla Vacía.

## LOS GOBIERNOS COMO FINANCIADORES

Algunas de las ONGs mencionadas extienden la cuestión “no gubernamental” de su denominación al origen de los fondos y no suelen recibir dinero de los gobiernos del país donde se desempeñan, como el caso de Chequeado - La Voz Pública. Sin embargo, en muchas otras este tipo de fondos forma parte del financiamiento con el que operan. Un caso ejemplar es Cippec, que al dedicarse a la implementación de algunas políticas públicas trabaja de manera conjunta con gobiernos de distintas jurisdicciones. Un 17% de sus fondos **proviene**n de gobiernos, de los que un 46% corresponden a la provincia de Salta, donde Cippec realiza proyectos con el gobierno provincial, seguida de lejos por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) con el 16 por ciento. Poder Ciudadano a su vez recibe aportes de la Dirección General de Fortalecimiento de la Sociedad Civil del Ministerio de Desarrollo Social de la CABA, del Ministerio Público Fiscal también de la CABA, de la Municipalidad de Córdoba, y del Municipio de Río Grande; el CELS en 2012 de la Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva -SECyT del por entonces Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación- y del Fondo Nacional de las Artes del Ministerio de Cultura de la Nación (aunque los fondos del estado nacional representan menos del 1% del total según informan); y la ACIJ del Ministerio de Economía de la Nación y del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

## CONCLUSIONES FINALES

El presente informe explora algunas de las variables que intervienen en el desarrollo de la experiencia de Chequeado - La Voz Pública a partir de su creación en 2009 y en el marco de otras experiencias internacionales de verificación del discurso público, por un lado, y de organizaciones que en el caso argentino postulan en el seno de la sociedad civil una mayor apertura deliberativa y una mejora de las condiciones de articulación democrática, por otro lado.

Los propósitos de Chequeado - La Voz Pública se comparan con los de proyectos similares, en los que la experiencia de la organización argentina destaca tanto por la rapidez con la que logró continuidad en sus producciones y regularidad en su impacto, así como por la capacidad de sostener una agenda de temas y fuentes que combina preocupaciones inscriptas en la agenda pública, con la exploración en profundidad de aspectos que no son abordados intensivamente por los medios de comunicación. Chequeado - La Voz Pública también se distingue por la diversidad de fuentes de financiamiento, tema que merece en el presente informe una mayor profundidad analítica.

El contexto de surgimiento y crecimiento de Chequeado - La Voz Pública refiere a una profunda transformación del espacio público mediático, toda vez que las organizaciones periodísticas que realizaban una labor de intermediación del discurso público durante décadas acusan el impacto de una revolución tecnológica que descentra su actividad y abre nuevas plataformas y soportes de producción y circulación de la comunicación, pero también a una progresiva espectacularización de las noticias que altera los formatos, los ritmos y las fuentes de las informaciones. Estos procesos se combinan en los últimos años en varios países de América Latina (la Argentina entre ellos) con la producción de regulaciones que afectan y modifican las estructuras mediáticas, con controversias entre

gobiernos y empresas periodísticas que son a la vez causa y efecto de una intensa polarización de la opinión pública, y con un entorno social que acompaña el conjunto de cambios mencionados con prácticas mediáticas de nuevo tipo.

La fundación de Chequeado - La Voz Pública en 2009 en la Argentina no puede escindirse de esas “condiciones sociales de producción”, toda vez que el propósito explícito de esta organización sin fines de lucro es verificar a personas e instituciones de trascendencia en el espacio público con un criterio “no partidario”, lo que contrasta con la editorialización de los segmentos informativos en los medios masivos de comunicación. Pero el objetivo de Chequeado - La Voz Pública también desentona con la lógica del infoentretenimiento, es decir, con la espectacularización de las noticias y con los ritmos productivos cada vez más vertiginosos que caracterizan a la organización de las redacciones en los medios y que restan recursos (tiempo, inversión económica, capacitación de profesionales) a la labor de indagación, verificación con fuentes diversas y cuidado editorial y estilístico que requiere la actividad periodística.

A la vez, los objetivos y actividades de Chequeado - La Voz Pública articulan de modo directo a la organización con medios de comunicación. La tensión entre la aspiración de masividad e impacto, por un lado y, por otro lado, el sostenimiento de una labor dedicada a la detección de temas neurálgicos en la estructuración de la agenda pública junto con la verificación rigurosa de los discursos, merece una permanente atención por parte de las instancias directivas de Chequeado - La Voz Pública.

La sostenida estrategia de acuerdos con medios de comunicación tradicionales amplía la circulación del trabajo de Chequeado - La Voz Pública y potencia la entidad y credibilidad de las producciones. Ahora bien, más allá de algunas experiencias puntuales muy saludables (como el video “Terminemos con el guitarreo” y el breve documental sobre el chequeo “en vivo” al discurso de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner en la apertura de Sesiones Ordinarias del Congreso Nacional), el sitio no explota los recursos audiovisuales disponibles ni desarrolla “piezas comunicacionales” para contrastar el discurso público de carácter audiovisual, un aspecto central de usos y consumos masivos y en particular, de los usos y consumos en la red. A su vez, la presencia en TV de la organización o sus integrantes es muy baja, y no cuenta con acuerdos similares a los que implementa con medios gráficos, radios y páginas web para el soporte que todavía lidera los consumos de medios en Argentina.

El staff de Chequeado - La Voz Pública es diverso en su origen y formación, tiene un liderazgo claro y predominan los jóvenes profesionales, que tienen un vínculo aceitado con los recursos disponibles y el soporte. Ahora bien, el reducido número de integrantes y la necesidad de completar múltiples tareas se torna una característica que puede afectar las condiciones de funcionamiento. El desafío parece complejo y una de las llaves para

resolverlo radica en la posibilidad del trabajo en equipo y colaborativo, y el compromiso de los miembros del staff con el proyecto.

Las actividades complementarias que este tipo de organizaciones llevan a cabo se suman como tareas a desarrollar por los miembros de la organización. Esta multiplicación de tareas influye en los ritmos y recursos destinados a la producción estrictamente informativa o periodística. Todas las acciones complementarias emprendidas por Chequeado - La Voz Pública cumplen la función de expandir campos de acción, buscar públicos, fortalecer redes y explorar fuentes de financiamiento.

El presente informe también analizó cuáles son las políticas de transparencia, rendición de cuentas y financiamiento de las organizaciones que postulan la mejora de la transparencia, la necesidad de rendición de cuentas y de control ciudadano sobre el espacio público, y que interpelan a instituciones públicas sobre la obligación que éstas tienen de someterse al escrutinio amplio de la sociedad.

Estas organizaciones de la sociedad civil suelen cumplir parcialmente, y en algunos casos eludir, la responsabilidad de informar periódica y detalladamente sobre sus formas organizativas, sobre la elección de autoridades, sobre las políticas de conflictos de intereses en los temas con los que trabajan y sobre sus ingresos y funcionamiento. Por otro lado, y con excepciones, no suelen brindar información de contacto de los integrantes de la institución, más allá de presentarlos con datos biográficos.

En el caso específico de Chequeado - La Voz Pública, si bien publica cierta información sobre sus ingresos y las empresas aportantes, no alcanza el grado de detalle de alguna de las otras entidades del sector. Es cierto también que no todas las organizaciones de la sociedad civil argentina analizadas tienen mayor detalle que Chequeado.

En tanto Chequeado -La Voz Pública es una entidad que busca contrastar el discurso público a partir de una evaluación a actores sociales y políticos, la transparencia en sus fuentes de financiamiento resulta central, para aportar a la entidad del rol de la organización y a la valoración del resto de los actores. La divulgación de los mecanismos de financiamiento es beneficiosa incluso más allá de la cuestión de la transparencia. Dado que algunas de las fuentes y mecanismos de financiamiento de la organización no son divulgados (en términos de las personas y porcentajes, no así de las empresas, cuya lista figura completa), se expone un flanco débil para las críticas que suelen expresarse en la pregunta retórica ¿quién chequea a Chequeado?

En tanto, si se compara Chequeado - La Voz Pública con otras iniciativas de fact-check latinoamericanas, el grado de transparencia es bastante mayor. Los sitios de verificación del discurso público de América Latina pertenecen a medios tradicionales (El Mercurio de

Chile, El Financiero de Costa Rica, El Observador de Uruguay) o a sitios ya existentes y consolidados por otras formas de periodismo (La Silla Vacía). En general, este sector suele ser opaco en la difusión de sus actividades económicas, ingresos y estructura de propiedad, por lo que estas características se trasladan a las iniciativas de fact-check que llevan adelante. Además, sobresale la política de diversificación de fuentes de financiamiento dispuesta por Chequeado - La Voz Pública como una estrategia de independencia editorial y operativa que, no obstante, no aparece muy desarrollada en la información pública que brinda la organización.

Los rasgos centrales de Chequeado - La Voz Pública analizados en el presente informe se articulan en un resultado coherente, con varias de sus líneas en pleno desarrollo, con potencial para explorar y mejorar estrategias y acciones. También se mencionan aspectos que pueden colaborar como advertencias respecto de las tensiones propias del ámbito en el que tiene lugar esta singular experiencia de verificación del discurso en un espacio público en pleno proceso de transformación.



## Bibliografía

Becerra, Martín (2015), *De la concentración a la convergencia: políticas de medios en Argentina y América Latina*, Paidós, Buenos Aires.

Ford, Aníbal (1999), *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*, Norma, Buenos Aires, 322 p.

Rincón, Omar, y Ana Lucía Magrini (2010). “Medios, poder y democracia en américa latina: de celebrities políticas, poderes mediáticos y democracias de simulación”, en Sorj, Bernardo (ed.), *Poder político y medios de comunicación. De la representación política al reality show*, Buenos Aires: Siglo XXI.

Sorj, Bernardo (comp.) (2010), *Poder político y medios de comunicación: de la representación política al reality show*, Siglo XXI y Plataforma Democrática editores, Buenos Aires

Waisbord, Silvio (2011), “El error de la prensa militante”, en *La Nación*, Buenos Aires. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1340778-el-error-de-la-prensa-militante>

**"Chequeando a Chequeado"** explora variables que intervienen en el desarrollo de la experiencia de Chequeado - La Voz Pública a partir de su creación en 2009 y en el marco de otras experiencias internacionales de verificación del discurso público, por un lado, y de organizaciones que en el caso argentino postulan en el seno de la sociedad civil una mayor apertura deliberativa y una mejora de las condiciones de articulación democrática, por otro lado. Los propósitos de Chequeado - La Voz Pública se comparan con los de proyectos similares, en los que la experiencia de la organización argentina destaca tanto por la rapidez con la que logró continuidad en sus producciones y regularidad en su impacto, así como por la capacidad de sostener una agenda de temas y fuentes que combina preocupaciones inscriptas en la agenda pública, con la exploración en profundidad de aspectos que no son abordados intensivamente por los medios de comunicación. Chequeado - La Voz Pública también se distingue por la diversidad de fuentes de financiamiento, tema que merece en el informe un análisis en detalle. En el documento se alude al espacio público mediático como contexto de surgimiento y crecimiento de Chequeado - La Voz Pública.

**Martín Becerra** es profesor titular en la Universidad Nacional de Quilmes y en la Universidad de Buenos Aires e Investigador Independiente en Conicet. Doctor y Magister en Ciencias de la Información por la U. Autónoma de Barcelona, es autor de libros sobre políticas de comunicación, concentración de medios y tecnologías de la información. Dirige el programa de investigación sobre Industrias Culturales y Espacio Público en la UNQ. Edita el blog Quipu: <https://martinbecerra.wordpress.com/> y en Twitter es @aracalacana

**Santiago Marino** es profesor adjunto en la Universidad Nacional de Quilmes, Jefe de Trabajos Prácticos en la Universidad de Buenos Aires, profesor asociado en la Universidad del Salvador y profesor invitado en la Universidad de San Andrés. Doctor en Ciencias Sociales y Magíster en Comunicación y Cultura por Universidad de Buenos Aires, es autor de trabajos sobre políticas de comunicación y el mercado audiovisual. Dirige la Maestría en Industrias Culturales, Políticas y Gestión de la Universidad Nacional de Quilmes, donde dirige el proyecto "Audiovisual, post devaluación y después: políticas de comunicación en Argentina". En Twitter es @santiagomarin