

Investigar con participación ciudadana: algunos aprendizajes de nuestra experiencia

El núcleo del trabajo del equipo de Chequeado, hasta hace un tiempo, fue chequear frases de políticos, empresarios, sindicalistas, periodistas, medios y otros líderes de opinión que circulan en el espacio público ya que la verificación del discurso o fact checking implica ocuparse de lo que se habla o circula en el debate público. Para hacerlo tenemos un método con ocho pasos, que consiste en seleccionar una frase, evaluar su relevancia, consultar a quién la dijo sobre la fuente de su información, consultar a fuentes oficiales y a fuentes alternativas, hablar con especialistas para entender y explicar el contexto de los datos, para finalmente llegar a una conclusión y a una calificación, que va desde verdadero a falso, con calificaciones intermedias como exagerado, engañoso, verdadero, pero..., insostenible, apresurado y discutible.

Hace dos años decidimos empezar a hacer investigaciones periodísticas en Chequeado sobre asuntos ausentes o poco presentes en el debate público, y eso nos exigió adaptar nuestro método a un nuevo tipo de trabajo, lo que implicó una serie de desafíos y muchos aprendizajes en el camino. Este documento busca documentar ese proceso y las principales lecciones que sacamos de este proyecto.

Objetivo

Nuestro objetivo principal era hacer investigaciones periodísticas y lograr que la comunidad se involucrara con los asuntos investigados, que los periodistas no llevaran adelante su investigación en soledad y en silencio, sino que el tema fuera público y que los diferentes actores sociales involucrados pudiesen aportar al trabajo mientras éste se realizaba. Nuestra idea -o deseo- era también que al publicar el trabajo hubiera una comunidad interesada, que podría eventualmente retomar los resultados de la investigación para mejorar su situación de alguna forma.

Partimos de la hipótesis de que trabajar con temáticas locales lograría mayor interés de la comunidad por tratarse de temas cercanos que muchas veces influyen en la vida cotidiana. Además, también buscábamos salir de los temas nacionales que solemos cubrir en los chequeos y lograr una cobertura y alcance más federal.

Utilizamos durante el proceso técnicas del periodismo de datos, identificamos diferentes bases que podían servir como punto de partida de las investigaciones o ayudar a entender mejor el fenómeno que estábamos estudiando y esto nos permitió no tener sólo testimonios, historias personales, opiniones de especialistas y la voz de las diferentes partes involucradas, sino también trabajar con un volumen mayor de información que diera sustento a las conclusiones.

En la **Ciudad Autónoma de Buenos Aires** investigamos el sistema de concesiones, espacios que la Ciudad cede a privados a cambio de un canon (es decir, un alquiler) que en muchos casos está muy por debajo de los precios de mercado. En **Córdoba** analizamos el trabajo infantil que hay en los cortaderos de ladrillos, en los que desde 2008 murieron 11 niños. La investigación de **La Plata** se dedicó a monitorear el grado de avance de las obras para mitigar las inundaciones a cuatro años de la tragedia que dejó 89 muertos. En el caso de **Mendoza** revisamos la trayectoria de los funcionarios a cargo de los organismos de control y su desempeño para ver si realmente controlan al poder. En **Rosario**, por último, investigamos la red de gas y qué se hizo para mejorar los controles luego de la explosión de la calle Salta que dejó 22 víctimas en 2013.

Los contextos de los temas seleccionados y de cada ciudad son muy diferentes, así como sus comunidades y problemáticas, por lo que cada investigación tuvo sus propios desafíos.

Selección de los periodistas

Nuestro primer desafío fue encontrar periodistas capaces de llevar adelante investigaciones con este formato en las cinco ciudades elegidas. Necesitábamos a profesionales que tuviesen capacidad de investigar con todos los métodos tradicionales del periodismo, pero que a su vez se sintieran cómodos con las técnicas del periodismo de datos, con herramientas digitales y, quizás lo más contraintuitivo para un periodista, que pudiese trabajar con la comunidad y contar de qué se trataba su investigación durante el proceso para enriquecerla. No sólo necesitábamos buenos investigadores, sino que también debían ser líderes de una pequeña comunidad: convocar a las diferentes partes interesadas y en lo posible lograr que trabajasen juntos era parte de la meta.

En algunos casos esto funcionó muy bien, en La Plata las asociaciones de vecinos damnificados fueron una parte fundamental del proceso, ya que tenían un conocimiento muy acabado de las diferentes obras prometidas y la relevancia de cada una. En Córdoba, la investigación generó el interés de distintas instituciones que participaron durante el

proceso, como el sindicato de ladrillero o la oficina de migraciones, ambos interesados en la elaboración de un mapa que ubicase claramente a los ladrilleros. En el caso de Rosario, la investigación sobre la situación de la red de gas generó el interés de asociaciones de usuarios y de los familiares de las 22 víctimas de la explosión del edificio en calle Salta.

En los otros lugares no existía una comunidad tan claramente definida, que marcara a quién convocar. Fue, por ejemplo, el caso de Ciudad Autónoma de Buenos Aires, donde por la naturaleza del tema -las concesiones de ciertos lugares emblemáticos-, no existe un grupo de vecinos directamente damnificado ni una comunidad ya movilizada por la problemática. Algo similar ocurrió en Mendoza con la investigación sobre los organismos de control. Esto implicó que el trabajo en esta ciudad contase con la participación de muchos individuos, pero de pocas comunidades preexistentes a la investigación.

El proceso de selección de los periodistas se hizo de diferentes maneras según la ciudad, en algunos casos había periodistas que ya conocíamos o que habían sido recomendados para el trabajo por colegas en los que confiábamos por su profesionalismo. En otras hicimos búsquedas abiertas a través de las cuales seleccionamos a la persona.

Recomendación: Trabajar con una combinación de búsquedas abiertas y recomendaciones fue clave para una selección exitosa. Antes de lanzar una búsqueda es fundamental tener delineado el trabajo que se realizará, las diferentes etapas y qué capacidades son necesarias. Es importante también priorizar. Por ejemplo, ¿es más importante su capacidad de investigación o sus conocimientos de herramientas digitales? Y pensar en qué cuestiones el equipo existente puede ayudar más y, por lo tanto, es menos fundamental que el periodista sea experto, y en qué el equipo podrá ser de poca ayuda y, por lo tanto, es necesario que sea autónomo.

Elección de los temas

Una vez elegidos los periodistas, el siguiente desafío fue elegir temas que fuesen locales, relevantes y en los que existiese suficiente información y bases de datos para poder trabajarlo. En algunos casos fue más fácil: por ejemplo, la explosión en Rosario que dejó 22 muertos y la conciencia que generó sobre la precariedad de algunas conexiones de gas. En esto fue fundamental el trabajo conjunto con los periodistas locales, que saben qué problemáticas movilizan a la ciudadanía y que no necesariamente eran visibles para el equipo de Chequeado, trabajando desde la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Sin embargo, en otras ciudades seleccionar un tema fue muy complejo porque no logramos identificar asuntos netamente locales. En el caso de Mendoza, por ejemplo, donde se trabajó sobre los organismos de control, fue difícil identificar un tema puramente local que pudiese convocar a la comunidad.

Los casos de investigaciones sobre temas claramente locales fueron más convocantes de la sociedad civil, como fue el caso de Rosario, mencionado antes, en el que al final de la investigación un grupo de familiares de las víctimas se acercaron a Chequeado para tener las herramientas de difusión (los juegos) para usarlas durante el juicio que se llevará adelante por el caso y vieron a la investigación como una manera de difundir y visibilizar sus reclamos.

En el caso de La Plata, donde se investigó el avance de las obras para mitigar las inundaciones, las asociaciones de vecinos también tomaron la investigación para visibilizar sus reclamos y demandas ante el Estado. En este caso ellos están además retratados en videos dentro de la investigación.

Recomendación: nuestra hipótesis acerca de que los temas locales involucran y movilizan más a la comunidad se confirmó. En los casos en los que logramos trabajar temas más cercanos a la vida cotidiana hubo mayor participación ciudadana, especialmente en los casos en los que ya había organizaciones ciudadanas que reclamaban por esos temas.

Cómo y qué pedirle a la comunidad

Una vez que definimos los temas de cada una de las investigaciones, pensamos cómo podría ayudar la comunidad. Identificamos los ángulos en los que la información de muchas personas podría contribuir, por ejemplo, para mostrar la extensión de un problema a través del conjunto de experiencias personales, por ejemplo, en el caso de La Plata pedimos a los vecinos que nos contasen sobre el avance de las obras en sus barrios, algo que podían ver cotidianamente e información sobre lo que había sucedido en esos barrios en la inundación de 2013. En el caso de Rosario le pedimos a los vecinos que nos enviaran información sobre sus conexiones de gas, especialmente de situaciones de conexiones precarias que tuviesen o hubiesen visto y de cortes de suministro, para tener casos concretos que ilustrasen una problemática extendida.

En otros casos, como el de Córdoba, le pedimos a la comunidad que nos ayudara a identificar el problema: dónde estaban ubicados los cortaderos de ladrillos en el Gran

Córdoba. Para hacerlo, primero tuvimos que visibilizar la problemática, a través de una campaña pública que consistió en una serie de videos con referentes cordobeses que explicaban algo que muchos desconocían, y luego pedirles que nos enviaran información de sus observaciones en esa área.

Recomendación: aprendimos algunas cosas clave para tener en cuenta cuando le pedimos ayuda a la ciudadanía

1. Es indispensable dar consignas muy claras. Parece simple, pero es una de las cuestiones fundamentales. Por eso, sugerimos probar el pedido con diferentes personas para ver si el “*call to action*” es fácil de entender. Eso es esencial para que no se envíe información que no sirve y que puede frustrar a ambas partes.
2. Pedir información que sea fácil de conseguir y transmitir. No pedirle a la comunidad que tenga que buscar y documentar cuestiones complejas, sobre todo por el tiempo que ellos conlleva.
3. Ser transparente respecto de la utilidad y el uso que se le va a dar a la información, para fomentar la participación.
4. Ir adonde está la comunidad y no esperar a que ellos vengán a nuestras plataformas. Utilizar las redes que la comunidad ya usa para pedir la información.

Qué hay que tener en cuenta para hacer un hackatón

A medida que los periodistas conseguían información y, en especial, bases de datos, pensamos qué tipo de información podríamos extraer si tuviésemos mayor capacidad de análisis que la de un periodista solo. Con eso en mente planificamos los hackatones, jornadas de trabajo en las que procesamos los datos y en los que nos juntamos con parte de la comunidad en cada ciudad para analizar las bases.

En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, por ejemplo, analizamos a las empresas titulares de las concesiones y analizamos quiénes son los accionistas de esas compañías para ver si además de la concesión tenían otras relaciones con el Gobierno porteño, como ser contratistas u otros.

En el caso de La Plata, salimos en grupos a recorrer la ciudad y fotografiar las obras sobre las que informaba el Gobierno bonaerense para ver si los avances publicitados correspondían a los observados y tener así un mapa de las obras. En este caso fue clave la participación de diferentes grupos con habilidades distintas. Por un lado, los vecinos que sabían bien qué obras hacían falta, por otro lado un grupo de estudiantes secundarios que

se sumó y que tenía habilidades digitales, para mandar fotos con las ubicaciones exactas de las obras que recorrían junto con los vecinos, y, por último, un grupo de programadores de la Facultad de Informática de La Plata que centralizaba la información y, georeferenciada, la plasmaba en un mapa. La combinación de estos tres grupos hizo que el hackatón fuese muy productivo en cuanto a conseguir y procesar rápidamente información que luego fue publicada en una visualización basada en el mapa elaborado.

Otro ejemplo fue el de Córdoba, en el que Chequeado en lugar de organizar un hackatón específico, se sumó al esfuerzo de Open Data Córdoba, que organizó un hackatón más amplio, en el que Chequeado participó con una mesa sobre el trabajo en las ladrilleras. Esto permitió entrar en contacto con un grupo más amplio de programadores, periodistas, diseñadores y otros perfiles de la comunidad de datos abiertos que no necesariamente hubiesen llegado a un evento específico de Chequeado. Además de eso, se logró convocar a profesionales que estaban involucrados en la temática, como el sindicato de ladrilleros, la oficina de migraciones (muchos de los trabajadores son migrantes) y académicos. Estas personas se acercaron, entre otras cosas, por el interés en el producto que se iba a elaborar: un mapa de las ladrilleras, que podía ser útil para diferentes instituciones. Durante el hackatón colaboraron con sus conocimientos específicos sobre la temática.

En todos los casos contactamos a la prensa local antes para lograr una mayor convocatoria y dar a conocer públicamente las temáticas que estábamos investigando.

Recomendación

Puntos para tener en cuenta para organizar un hackatón:

1. Tener un objetivo muy claro. Si es construir una base de datos, saber cuáles serán las fuentes y la estructura de la base que se quiere lograr. Si es trabajar sobre una base existente, cuáles son los análisis o cruces que se quieren hacer.
2. Tener perfiles distintos el día del hackatón, como programadores, diseñadores y periodistas, pero también politólogos, economistas o sociólogos, según sea relevante para el tema que se investigue.
3. Establecer diferentes tareas que necesiten de distintos tipos de habilidades.
4. Armar equipos de trabajo con los perfiles que correspondan con objetivos claros y realistas para el trabajo de un día, porque si no puede resultar frustrante.

Cómo hicimos las investigaciones

Los pasos que seguimos en estas investigaciones tienen mucho del periodismo tradicional: hablamos con las autoridades responsables en cada uno de los casos, consultamos a los diferentes actores involucrados, empresas, ONG y asociaciones cercanas al tema, revisamos documentación de los casos y analizamos bases de datos para lograr tener una visión global de la problemática. El método que seguimos fue el siguiente:

Qué método usamos en las investigaciones participativas de Chequeado

1. Identificar un tema de interés local.
2. Recopilar la información existente y buscar las bases de datos disponibles.
3. Pedir a la comunidad, vía redes sociales, que mande información sobre la temática.
4. Hacer un hackatón en el que se invita a la comunidad a trabajar con las bases de datos para ver a qué conclusiones se puede llegar.
5. Consultar con las autoridades y fuentes oficiales para tener la mejor información oficial posible.
6. Consultar con otras partes interesadas en la temática: empresas involucradas, ONG o asociaciones.
7. Consultar a expertos para entender el contexto y las implicancias del tema.
8. Preparar visualizaciones o videos, según corresponda, para presentar la información de manera atractiva y llegar a la mayor cantidad de gente posible.
9. Escribir, editar y publicar la nota, en lo posible en una asociación con un medio local.
10. Difundir el contenido con la comunidad que participó de la investigación y colaborar en caso de que sea de utilidad para acciones futuras que la comunidad quiera llevar adelante.

Visualizaciones

Una parte fundamental de las investigaciones fueron las visualizaciones, con las que buscamos presentar la información de una manera diferente e ir más allá de la data presente en los textos. En cada caso la información que buscábamos presentar era diferente y, por lo mismo, las visualizaciones fueron muy distintas.

En el caso de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires lo que se buscó fue traducir información compleja y detallada, sobre el precio que pagan las concesiones, en algo más cercano que se pudiese de entender de manera rápida gracias a comparaciones claras y con humor. Por eso desarrollamos una serie de GIF que por un lado tenían la información dura: mapas de la zona en que el tamaño del punto señalaba el precio pagado y mostraba

la clara diferencia entre el precio de las concesiones y el valor de mercado. Luego se estimaba cuánto ahorran las empresas por esos bajos precios y ese dato se ponía en contexto (por ejemplo, en el caso de Buenos Aires Design, que paga US\$0,7 por metro cuadrado, mientras que el precio de mercado ronda los US\$19, un ahorro de más de US\$480 mil para la empresa, con lo que se podría alquilar durante tres meses el lujoso yate donde vacacionó Messi).

En La Plata el objetivo fue mostrar el avance de las diferentes obras en un mapa de la ciudad, con el detalle de avance y las fotos que prueban cómo siguen esas obras, y combinarlo con las historias de las personas que sufrieron las inundaciones y sobre quienes las obras van a tener mayor impacto, a través de videos con testimonios de los vecinos de la zona que sufrieron la inundación.

El trabajo de pensar la mejor forma de presentar la información más allá del texto lo hicimos en conjunto con Socio Público, un estudio de comunicación con foco en políticas públicas. Tener a profesionales que tienen una aproximación más visual sobre la información es un gran aporte para pensar de manera distinta los datos.

Recomendación: trabajar en paralelo la escritura y las visualizaciones fue muy importante para nosotros porque nos permitió que sean elementos complementarios y no se tratase sólo de diferentes maneras de presentar el mismo contenido estrictamente. Trabajar con profesionales que saben presentar visualmente información fue muy importante, ya que complementa las habilidades de los periodistas que no necesariamente piensan de manera gráfica.

Cómo involucrar a la comunidad en la difusión

En general, en Chequeado publicamos las notas y luego las difundimos en redes sociales y las presentamos en los medios con los que estamos asociados. En este caso lo primero que hicimos fue buscar alianzas con medios provinciales o locales que pudiesen publicar en conjunto las investigaciones para llegar más directamente a la población y no depender en forma exclusiva de la difusión que pudiésemos darle desde Chequeado.

Lo que hasta ahora nunca habíamos hecho es difundir la información de manera off line, es decir física. Y decidimos hacerlo de manera lúdica, a través de un juego. Nos pareció que presentar la información de manera lúdica, que apele a diferentes públicos y que divida la información en textos breves podían atraer a otro público que las publicaciones completas

en el sitio o en otros medios. Por eso resumimos las investigaciones y luego las presentamos como una especie de Juego de la oca, en el que al avanzar y retroceder los diferentes jugadores obtienen información sobre los hallazgos de la investigación. Además, hicimos tableros gigantes que llevamos a las plazas de las cinco ciudades, y convocamos a nuestra comunidad, pero también a todos los que pasaban por el lugar. Además de hacer el juego en conjunto, les repartimos folletos con un resumen de las investigaciones y el tablero del juego, junto con fichas recortables para que se pudiera jugar.

El trabajo lo hicimos en conjunto con Pablo Lewin y Gustavo Reinoso, miembros de IAM Projects, una productora enfocada en proyectos artísticos, entre otras cosas. Trabajar con personas que no vienen del periodismo enriqueció nuestra perspectiva y nos permitió salir de las acciones de difusión en las que normalmente hubiésemos pensado. Uno de los puntos centrales del éxito fue conocer nuestras limitaciones. Sabemos que los periodistas no necesariamente son los mejores animadores, y por eso la animación estuvo a cargo de un artista circense, Bruno Gagliardini, más conocido como “Brunitus”, que sabe cómo generar interés para que quienes están en los alrededores se acerquen y luego desarrollar una dinámica que integre al público y lo haga participar. Se necesitan habilidades muy específicas para “manejar una plaza” y es importante contar con el perfil adecuado.

Recomendaciones: Uno de los puntos centrales para experimentar con nuevas formas de difundir la información es buscar perfiles diferentes a los de los periodistas y a los del equipo del medio, que tengan otra manera de ver las investigaciones y que puedan pensar otras formas de procesar y mostrar la información.

Conclusión

La elaboración y difusión de investigaciones con participación ciudadana fue un proceso de experimentación fascinante, que nos permitió probar otras maneras de recopilar la información, de trabajarla, de difundirla y, sobre todo, de relacionarlos con las comunidades interesadas en las problemáticas.

En momentos de pleno cambio en el periodismo, estas oportunidades para probar nuevas herramientas y narrativas nos permiten buscar nuevos caminos para llegar a distintos públicos con contenidos de calidad.

Tener siempre presente a la comunidad y la utilidad de nuestro trabajo para ella es una de las principales lecciones de este trabajo. Los casos en los que logramos tener claro su interés fueron los más exitosos del proceso, en los que logramos de manera más eficaz que la ciudadanía participase y se apropiase del trabajo, y son también los casos en los que logramos mayor impacto.

Fue también esencial delinear previa y claramente las diferentes etapas del trabajo para poder abordar cada una de la mejor manera y, sobre todo, buscar en cada caso los mejores perfiles para trabajar en las diferentes partes del proceso.

Generar equipos multidisciplinarios que tengan visiones diferentes sobre la información es lo que nos permitió recopilar datos que fuesen serios y confiables, narrarlos en un texto periodístico, presentarlos en una visualización y difundirlos a través de un juego. Las habilidades para lograr esos objetivos en muchos casos no son las mismas, y por eso es necesario generar equipos no sólo para que los ejecuten, sino para pensarlos en conjunto.

Investigaciones:

Ciudad Autónoma de Buenos Aires: **Lugares icónicos, alquileres irrisorios: la situación de las concesiones porteñas**

Por Iván Ruiz

Córdoba: **Muertes infantiles y marginalidad detrás de los ladrillos cordobeses**

Por Juan Manuel Gonzalez

La Plata: **Inundaciones en La Plata: a más de tres años de la tragedia, sólo un tercio de las obras están terminadas**

Por Maia Jastreblansky

Mendoza: **El control en Mendoza: en manos de los amigos del poder**

Por Federico Manrique

Rosario: **la empresa todavía no pagó la multa ni hubo condenas por la explosión de gas que dejó 22 muertos**

Por Ariel Placencia

Equipo:

Edición y dirección: Laura Zommer

Coordinación del proyecto: Olivia Sohr

Asistencia en coordinación: Melina Masnatta

Coordinación de redes sociales y visualizaciones: Pablo M. Fernández

Asistencia en Hackatones: Ariel Merpert

Asistencia en coordinación periodística: Matías Di Santi

Desarrollo y elaboración de “Los juegos de Chequeado”: IAM producciones

Desarrollo de las visualizaciones: Socio Público