

# Aborto legal. Una experiencia de periodismo y visualización de datos

---

Año  
2018

Autor  
Lojo, Juan Francisco

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

#### CITA SUGERIDA

Lojo, J. F. (2018). *Aborto legal. Una experiencia de periodismo y visualización de datos*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



**Título:** Aborto legal. Una experiencia de periodismo y visualización de datos

**Autor:** Juan Francisco Lojo

**Resumen:** Como saldo de la experiencia de cobertura periodística del debate en diputados por la legalización del aborto, desde el medio alternativo LaDescamisada.com, se desarrolló un tablero interactivo digital que permitiera un seguimiento detallado y en tiempo real de los vaivenes del debate en la cámara de Senadores.

Esta ponencia se propone comunicar cómo fue el proceso de desarrollo de la idea cuyo principal objetivo fue ofrecer a medios autogestivos del ecosistema digital una forma novedosa y atractiva de cobertura del evento. Se trata de una experiencia accesible en términos económicos para los medios comunitarios, aprovechando ofertas tecnológicas gratuitas para su desarrollo. En segundo lugar, se comentarán algunas recomendaciones y aprendizajes tanto del proceso de producción como el de difusión de la iniciativa.

Este trabajo puede inscribirse dentro de lo que se conoce como “periodismo de datos”, ya que involucra una labor de investigación periodística, el procesamiento y manipulación de bases y matrices de datos a la vez que integra conocimientos de programación y visualización interactiva. Sin embargo, esta experiencia permite poner de manifiesto que tal tipo de trabajo es posible en pequeñas organizaciones que no cuentan con el presupuesto de los grandes medios.

Un tablero digital de estas características puede llevar el trabajo en red entre medios alternativos a un siguiente nivel, generando productos colaborativos e innovadores. Por otra parte, esta presentación de visualizaciones facilita análisis que retroalimentan la labor periodística.

**Palabras Clave:** Periodismo, Visualización de Datos, medios alternativos

## **Introducción:**

Esta ponencia se propone comunicar cómo fue el proceso de desarrollo de un tablero interactivo de visualización de datos cuyo objetivo principal fue ofrecer a medios autogestivos del ecosistema digital una forma novedosa y atractiva de cubrir un evento (el debate en el Senado por la legalización del aborto). Se trata, en parte de dar cuenta de las motivaciones coyunturales que inspiraron la realización de esta prueba piloto, mientras que por otro lado se buscará comunicar algunos resultados y aspectos del proceso con el fin de alentar a llevar adelante más iniciativas de este tipo.

En definitiva se trata de una experiencia accesible en términos económicos para los medios alternativos, que se nutre de lógicas como el trabajo en red y la interdisciplinaria, las cuales suelen ser una fortaleza característica de este tipo de medios.

## **Sube la temperatura de las redes sociales**

Este año Argentina vivió el primer debate parlamentario por la legalización del Aborto. Si bien se trata de un proyecto que ya se ha presentado reiteradas veces en el congreso<sup>1</sup>, ésta fue la primera vez en que pudo ser tratado en ambas cámaras. La iniciativa de “interrupción voluntaria del embarazo” (IVE) fue promovida por La Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal Seguro y Gratuito (La Campaña) y tras varias modificaciones en la cámara de Diputados producto de un extenso proceso de audiencias públicas, obtuvo media sanción el 14 de junio. Finalmente, el 8 de agosto fue rechazada con 38 votos en contra, 31 votos a favor, dos abstenciones y una ausencia.

Si bien la discusión acerca de la necesidad de reglamentar el aborto en la República Argentina es de larga data y hay innumerables ejemplos de debates sobre la temática, este año la discusión adquirió mayor centralidad en la agenda pública. Es interesante destacar que, al menos en las redes y los medios digitales, la instalación comenzó desde la calle: como puede

---

<sup>1</sup> Ver Clarín, Iglesias Mariana, “La campaña por la ley de aborto comenzó en 2005 y el proyecto ya se presentó 6 veces”. [https://www.clarin.com/sociedad/campana-ley-aborto-comenzo-2005-proyecto-presento-veces\\_0\\_BJvdi0nPz.html](https://www.clarin.com/sociedad/campana-ley-aborto-comenzo-2005-proyecto-presento-veces_0_BJvdi0nPz.html)

observarse haciendo un seguimiento del índice de relevancia del tema “Aborto” en el buscador Google<sup>2</sup>. Este año hay un primer pico de búsquedas del tema el 19 de febrero (Fig. 1), día en que se lanzó el primer “pañuelazo y tuitazo” de La Campaña<sup>3</sup>. Desde entonces, el índice de relevancia de búsquedas se mantendría levemente más alto que en el período anterior y con algunos picos esporádicos, pero siempre inferiores a los 10 puntos de relevancia.

Nuevamente hubo una explosión de búsquedas sobre el día de la media sanción en Diputados, para luego retroceder nuevamente a valores más bajos. Sin embargo, este retroceso se ubicaría en promedio en el doble del valor del período anterior. Es decir que luego de la media sanción en diputados se registraron el doble de búsquedas diarias sobre el tema. Finalmente hubo un último pico de búsquedas el día de la discusión en el Senado, aunque no alcanzó los valores de la votación previa.



Fig. 1. Relevancia del tema “aborto” en el buscador Google. Fuente: elaboración propia con datos de Google Trends

El objetivo de señalar estas estadísticas sobre las búsquedas de la temática es que sirva de ejemplo para el propósito principal de esta intervención: demostrar

<sup>2</sup> Este índice es accesible a través del sitio web <https://trends.google.com/trends/?geo=Ar> y consiste en asignar un valor del 1 al 100 en función de la relación al total de las búsqueda de ese tema para ese período de tiempo. Es decir que esta métrica mide la relevancia por día en relación con el mismo tema. Por esto mismo no pretendemos señalar este indicador como un reflejo de la discusión pública, pero sí como un elemento más que podemos analizar para comprender el impacto de un tema al menos en el entorno digital.

<sup>3</sup> <https://www.pagina12.com.ar/96009-panuelazo-el-19-de-febrero>

que existen datos accesibles a muy bajo costo (o nulo) que sirven de insumo para contar y respaldar nuestras historias.

## **El trabajo colectivo de los medios alternativos y el antecedente de Economía Femini(s)ta**

Una de las marcas características del sistema hegemónico de medios se hizo palpable rápidamente durante la cobertura de esta discusión. Si bien, como se mencionó anteriormente, el proyecto fue inicialmente impulsado por La Campaña, rápidamente en los principales medios de comunicación comenzó un proceso de invisibilización del rol de este colectivo en la promoción de esta conquista. Pronto, las acciones, argumentaciones y comunicados de La Campaña fueron opacados. En muchos de los discursos mediáticos se volvió frecuente que las figuras públicas, sobre las cuales inteligentemente se estructuró la estrategia de La Campaña, empezaran a sustituir el componente organizativo. Para decirlo más sencillamente, en los medios masivos de comunicación las acciones organizadas y estratégicas de La Campaña y sus opositores se representaban como acciones de los individuos movilizados internamente por el poder de una causa. En este sentido, siguiendo a Glenn Postolski, podemos decir que se trata de la representación del reclamo bajo la forma del “gentismo”, es decir una reinscripción del conflicto social en una relación simbólica “antipolítica” que lo despoja de cualquier carácter popular.

Por otra parte, medios y actores tradicionalmente refractarios a los reclamos del colectivo feminista comenzaron a autorepresentarse como militantes de “la causa”<sup>4</sup>. Rápidamente, la discusión tomó los ribetes de la estética melodramática típicos de las coberturas de los medios masivos donde abundan los personalismos y las construcciones de personajes heroicos<sup>5</sup> o viles<sup>6</sup>, y el “vedetismo” en detrimento de los argumentos y la comprensión de la relación de fuerzas. Desde nuestra perspectiva, este tipo de coberturas sirve para construir una novela entretenida en el espacio público, entendido como el lugar

---

<sup>4</sup> Por ejemplo: <http://www.noticiasurbanas.com.ar/noticias/mauricio-macri-soy-un-feminista-tardio/>

<sup>5</sup> [https://www.clarin.com/politica/silvia-lospennato-diputada-pro-lloro-reclamo-despenalizacion-aborto\\_0\\_H11yHzeWX.html](https://www.clarin.com/politica/silvia-lospennato-diputada-pro-lloro-reclamo-despenalizacion-aborto_0_H11yHzeWX.html)

<sup>6</sup> <https://www.minutouno.com/notas/3076513-aborto-legal-las-barbaridades-olmedo-defender-lo-indefendible>

de autorrepresentación que hace de sí la sociedad, pero poco favor le hace al debate concreto.

Sin embargo, en este contexto, y ante la especulación política de muchos legisladores a la hora de anunciar sus posiciones, comenzaron a surgir en la previa de la primera votación una serie de artículos y análisis sobre las posibles posturas que cada legislador tomaría. Entre estos esfuerzos por caracterizar la situación para anticipar los resultados de la votación nos gustaría resaltar el caso de “Economía Femini(s)ta”<sup>7</sup>, que sirvió de inspiración para la propuesta del tablero de visualización de datos que elaboramos desde el medio autogestivo LaDescamisada.com.

Economía Femini(s)ta lanzó una iniciativa de periodismo colaborativo, entendido como una serie de estrategias de “cooperación que se establece entre las distintas organizaciones dedicadas a la generación de contenidos informativos” (Parra Valcarce, 2016: 136), que consistía en una planilla de Google Spreadsheets<sup>8</sup> abierta a la edición de quien tuviera el enlace para actualizar las posturas de cada diputado y senador, junto con las fuentes de dónde se extrajo la información. Adicionalmente, esta tabla ofrecía información sobre otras variables asociadas a cada legislador consideradas interesantes para analizar por parte del colectivo, en relación con su postura sobre la IVE, como religión, provincia, edad, bloque, etc.

Continuando con la perspectiva de David Parra Valcarce (2016), creemos que este tipo de iniciativas, inspiradas en una lógica solidaria y de acceso colaborativo, es el tipo de trabajo que debe caracterizar a los medios alternativos para hacerle frente a las dificultades que plantea tanto la reconversión cultural y económica de los medios de comunicación, como la crisis de credibilidad que implican fenómenos como las “fake news” y la

---

<sup>7</sup> Según la definición en su propio sitio web, Economía Femini(s)ta es “es una organización que nació en mayo de 2015 con el objetivo de visibilizar la desigualdad de género a través de la difusión de datos, estadísticas, contenidos académicos y producción original orientadas a todo público” (<http://economiafeminista.com/que-es-economia-feminista/#equipo>)

<sup>8</sup> Google Spreadsheets es una herramienta online gratuita de Google que permite realizar tablas de datos y ciertos análisis elementales, similar al software Excel de Microsoft. Para poder crear una sólo es necesario tener una cuenta de Gmail y la información se almacena en la nube, lo que hace fácil su acceso para cualquiera con un enlace.

“posverdad”. Por ello, como saldo de la experiencia de cobertura periodística del debate en diputados por la legalización del aborto, desde el medio alternativo LaDescamisada.com, se impulsó el desarrollo de un tablero interactivo digital que permitiera un seguimiento detallado y en tiempo real de los vaivenes del debate en la cámara de Senadores y que estuviera disponible para el conjunto de los medios alternativos, tanto para ofrecerlo como contenido para sus audiencias como para aprovecharlo para obtener información para nuevos contenidos. El desafío, además, era construirlo con información abierta, como un ejemplo del tipo de prácticas periodísticas que se pueden realizar a partir de la información disponible.

### **La producción: un tablero para todos**

Entendemos a la visualización de datos como “productos gráficos que reflejan alguna forma de contenido por medio de diseños visuales, que deben interpretar ideas esenciales extraídas de datos fríos” (Valero Sancho, 2014), lo cual supone que se trata de una instancia en un proceso de producción periodístico mucho más amplio. Los avances tecnológicos ofrecen una oportunidad para los periodistas y comunicadores a la hora de encontrar nuevas fuentes para contar sus historias, a la vez que las herramientas de visualización ofrecen una forma simple y atractiva para mostrarlas. Además, consideramos que la apelación a datos cuantitativos (ya que aunque podamos realizar visualizaciones de dimensiones cualitativas, para que éstas puedan ser representadas de este modo requieren una operacionalización que las cuantifique de algún modo) puede servir de apoyo para robustecer la veracidad de las historias que narramos en un contexto de cuestionamiento creciente.

Por otra parte, dado que nuestro tablero debía ser desarrollado para poder ser compartido con todos los medios digitales que quisieran incorporarlo en sus sitios o difundirlo, se utilizaron fuentes de información abierta o pública y softwares gratuitos con una interfaz gráfica amigable. El objetivo rector subyacente era no sólo permitir su fácil difusión, sino que fuera auditable y reproducible fácilmente por quienes quisieran hacerlo.

Por todo ello, la información acerca de los bloques, provincias, edades, géneros y formas de contacto de los Senadores fue obtenida directamente del sitio del Senado de la Nación<sup>9</sup>. Por otra parte, la información sobre cuál sería su voto en el recinto fue obtenida de información publicada en medios digitales. Para obtener este dato, se creó una alerta en la herramienta Google Alerts<sup>10</sup> para recibir notificaciones cada vez que se publicara una noticia relacionada con las palabras claves “aborto”, “interrupción voluntaria del embarazo” o “IVE”.

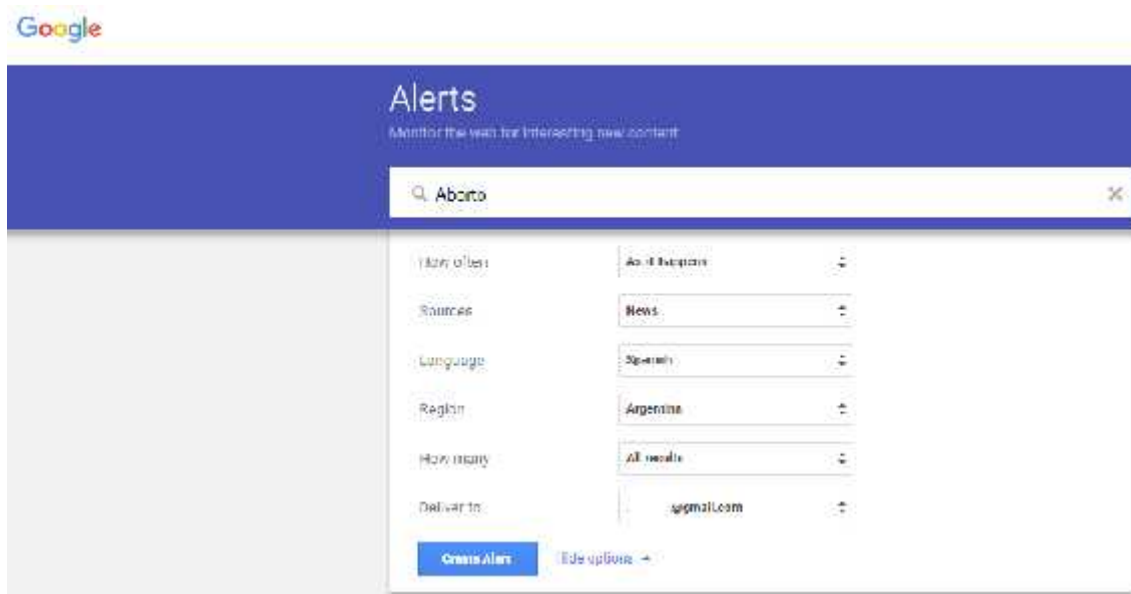


Fig. 2. Ejemplo de configuración de alerta en “Google Alerts”

Al ser necesario combinar la información de la primera fuente con los resultados del procesamiento diario de la segunda, se elaboró una tabla muy similar a la de Economía Femini(s)ta previamente mencionada, en la que figuraba la información obtenida del sitio del Senado seguido de una columna con la respectiva posición de cada senador.

<sup>9</sup> Ver <http://www.senado.gov.ar/senadores/listados/listaSenadoRes>

<sup>10</sup> Google Alerts es una herramienta gratuita de Google que permite crear notificaciones que se reciben en un correo electrónico sobre las páginas web que el buscador Google indexa a diario.



1	APELLIDO	NOMBRE	E-mail	BLOQUE	PROVINCIA	¿Ya votó?	Posición en el asiento
2	AGUILAR	EDUARDO ALBERTO	eduardoaguilar@justicialista.org.ar	JUSTICIALISTA	CHACO	SI	A favor del aborto
3	AMIRÓN	ANA CRISTINA	amironda@justicialista.org.ar	FRONTE PARA LA VICTORIA - F.	CORRIENTES	SI	A favor del aborto
4	ANTONACCH	JOSE JOSE	antonacch@justicialista.org.ar	JUSTICIALISTA	TUCUMÁN	SI	En contra del aborto
5	BARUALDO	ROBERTO CARLOS	barualdo@justicialista.org.ar	FRONTE PARA LA VICTORIA - F.	SALTA	SI	En contra del aborto
6	BIAS	ROBERTO	robertobias@justicialista.org.ar	JUSTICIALISTA	CATAMARCA	SI	En contra del aborto
7	BOYDAN	MIRIAM	boydan@justicialista.org.ar	FRONTE PARA LA VICTORIA - F.	TILCHERA DEL DUTRA	SI	En contra del aborto
8	BRILLARD POCORCO	NESTOR PEDRO	brillard@justicialista.org.ar	FRONTE PRO	CORRIENTES	SI	En contra del aborto
9	BRIZUELA Y CORIA DE CARA	OLGA LILIANA	brizuela@justicialista.org.ar	UNION CIVICA RADICAL	LA RIOJA	SI	En contra del aborto
10	BULLRICH	ESTEBAN JOSE	bullrich@justicialista.org.ar	FRONTE PRO	BUENOS AIRES	SI	En contra del aborto
11	CASFRIO	CARLOS ALBERTO	casfrio@justicialista.org.ar	JUSTICIALISTA	CÓCORA	SI	A favor del aborto
12	CASTELL	ROBERTO	castell@justicialista.org.ar	FRONTE PARA LA VICTORIA - F.	CHACABUERTO	SI	A favor del aborto
13	CATALAN BACON	BERNARDO	catalan@justicialista.org.ar	JUSTICIALISTA	EL DUTRA DEL DUTRA	SI	A favor del aborto
14	CARRETERO	MARIA LUISA	carretero@justicialista.org.ar	FRONTE PARA LA VICTORIA - F.	SAN LUIS	SI	En contra
15	COLOS	MAURICIO	colos@justicialista.org.ar	FRONTE PARA LA VICTORIA - F.	MISIONES	SI	En contra del aborto

Fig.3. Fuente de datos del tablero.

Por otra parte, para el desarrollo técnico del tablero propiamente dicho se utilizó la herramienta Tableau Public ya que ofrecía, además de los mismos principios antes mencionados (gratuidad y accesibilidad), el tipo de gráficos que buscábamos construir. Existe otra herramienta de Google, DataStudio que satisfacía las dos primeras necesidades, incluso mejor que Tableau, sin embargo era imposible realizar un gráfico como el de los asientos del parlamento. Cabe aclarar, que aquí se trata de relatar el proceso de toma de decisiones que llevó a desarrollar este específico producto, pero todas estas herramientas claramente tienen diferencias entre sí que merecen ser consideradas para las necesidades de cada caso. También existen otras herramientas, muchas de ellas “Open Source”, como la interfaz del lenguaje de programación RStudio o el desarrollador de visualizaciones D3, que podrían utilizarse para este tipo de trabajos, sin embargo en este caso no fueron consideradas por la simpleza de la base de datos y del tablero a realizar y por el propósito de que fuera un desarrollo posible sin la intervención de conocimientos muy profundos de programación.

Finalmente, al desarrollar el tablero de visualización de datos con la herramienta Tableau Public, este se publica en un sitio web de dicha empresa y desde donde se puede copiar un “iFrame”, es decir un pequeño código, para ser insertado en cualquier sitio web, del mismo modo que se insertan videos de plataformas como Youtube, Vimeo, etc. Esta funcionalidad era clave para satisfacer el propósito de difusión del tablero a través de todas las organizaciones de periodismo alternativo que quisieran incrustarlo en sus sitios. Por último, otro de los desafíos era producir un tablero que fuera “responsive”, es decir, que se ajustara a la pantalla desde la cual fuera consultado. Si bien

este tipo de productos está más orientado a ser consultado en ordenadores, es cierto que cada vez más el tráfico web desde dispositivos móviles es mayor, por lo que es necesario diseñar pensando en cómo será accesible el producto desde esos dispositivos.

## El producto: bueno, bonito y barato

El producto desarrollado constó finalmente de 5 visualizaciones diferentes, con distintos filtros aplicables para poder cruzar las variables de información. La primera de las visualizaciones (Fig. 4) permaneció inactiva hasta el día de la votación y consistía en un gráfico de semicírculo que representaba las posiciones asumidas por los Senadores en el recinto. Esta visualización se completó en tiempo real durante la sesión en la cámara de Senadores a medida que los oradores adelantaban su posición, y finalmente con los resultados efectivos de la votación para aquellos casos que no adelantaron posición en el recinto. El objetivo de este gráfico era mostrar, eventualmente si las hubiera, las discrepancias entre las posiciones adelantadas en los días previos a la votación y las asumidas efectivamente. Para ello, estaba la segunda visualización (Fig.5) que representaba las posturas anticipadas. En esta oportunidad, sin embargo, ambos gráficos coincidieron, puesto que las posturas anticipadas fueron idénticas a la votación efectiva.

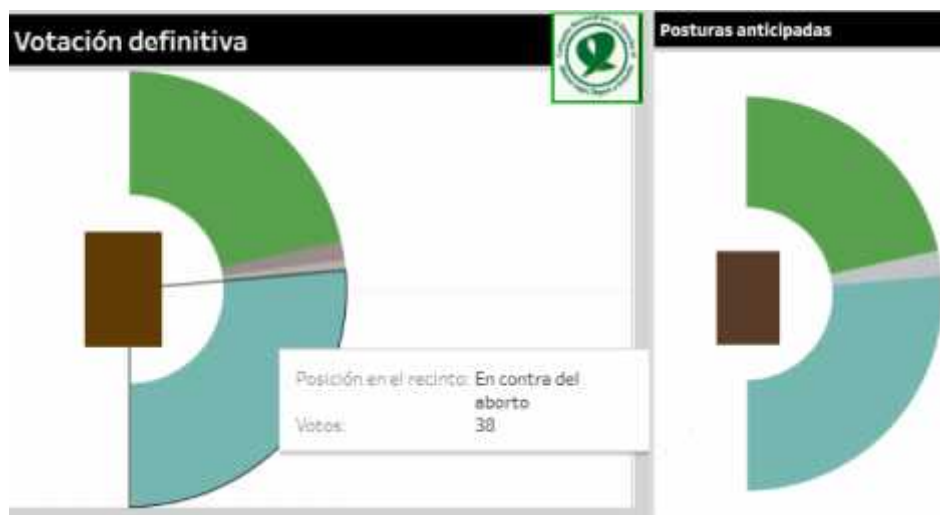


Fig 4 y 5. Gráfico de votación en tiempo real y gráfico de posturas anticipadas.

Además, estas gráficas contaban con un cuadro destacado interactivo que variaba según qué postura fuera la dominante. Si circunstancialmente las posturas anticipadas a favor de la IVE superaban a las contrarias, entonces el pañuelo verde aparecía en este gráfico (Fig. 6). Si la situación era la inversa aparecía el pañuelo celeste (Fig. 7) y finalmente si había empate aparecía una imagen de la presidenta de la cámara Gabriela Michetti (Fig. 8), quien hubiera tenido la responsabilidad de desempatar la votación.



Fig. 6, 7 y 8. Imágenes mostradas según la tendencia que se impusiera.

Otra de las secciones que conformaron el tablero desarrollado por LaDescamisada.com fue un mapa de las provincias “Pro-Aborto” y “Contra-Aborto” coloreadas según la postura mayoritaria de sus cenadores (Fig. 9). Para desarrollar este gráfico se utilizó un servicio nativo de conexión del software Tableau con el servicio GIS<sup>11</sup>. Es interesante señalar en este punto alguno de los problemas que implica utilizar estas tecnologías en su mayoría desarrolladas en Estados Unidos y Europa. A la hora de crear una visualización geográfica la oferta de mapas por defecto de la herramienta excluía a las islas Malvinas, del atlántico sur y a la Antártida como parte de la República Argentina por lo que fue necesario hacer algunas modificaciones para que las incluyera y coloreara acorde con “Tierra del Fuego”, ya que esa es la jurisdicción federal a la cual pertenecen.

<sup>11</sup> El Sistema de Información Geográfica (GIS, por sus siglas en inglés) consiste de un conjunto de herramientas informáticas que permiten la utilización de mapas y todo tipo de información geográfica para realizar visualizaciones. En el caso de tableau, para realizar la conexión vasta con habilitar un botón, y si se quisiera usar un servicio distinto del provisto automáticamente sólo basta con poner una dirección web de dicho servicio (por ejemplo, del Servicio Meteorológico Nacional).



Fig. 9 Provincias argentinas coloreadas según la postura mayoritaria de sus legisladores

La siguiente visualización mostraba la cantidad de votos a favor, en contra, o indeterminados por las diversas dimensiones según las cuales se filtrara (Fig. 10). De este modo podía abrirse la votación en el Senado por género, partido político, rango etario de los Senadores, o Provincia. Al mismo tiempo, todos estos filtros, junto con el de la postura asumida por cada Senador, podían combinarse para mostrar visualizaciones más segmentadas.

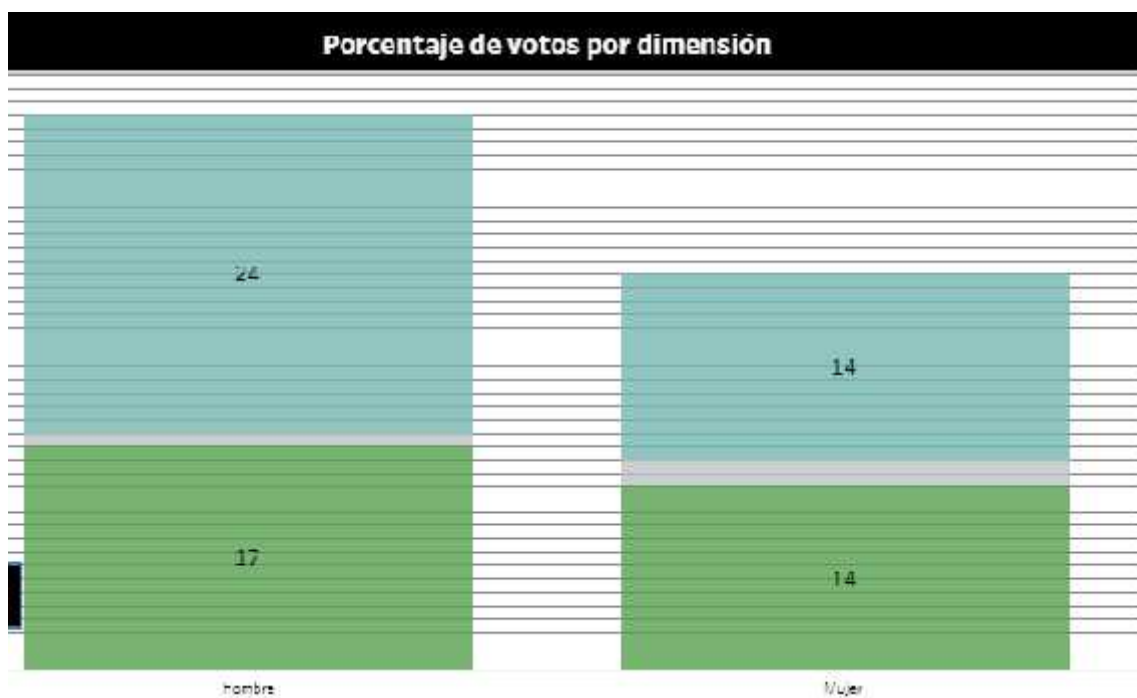


Fig. 10 Votación abierta por dimensión (género)

Por último, el tablero ofrecía una visualización de las posturas en el recinto de cada Senador con la imagen del rostro de cada uno de ellos con el objetivo de poner un rostro a cada uno de los representantes (Fig. 11). Además, al clicar en sus rostros se podía acceder a los datos públicos de contacto. Tanto las imágenes, como estos datos fueron obtenidos desde el sitio del Senado. En muchos casos, se sabe que estas vías de contacto no son consultadas por los Senadores, y a pesar de tener vías de contacto alternativas de algunos de ellos, tomamos la decisión de utilizar únicamente la información pública, ya que el objetivo era fortalecer el espacio y debate público, no habilitar ningún tipo de escrache. Cabe resaltar, además, que este gráfico era filtrable por las mismas dimensiones que el anterior.



Fig. 11. Posición de cada Senador

## La circulación: sobre redes y burbujas

Una vez finalizado el producto, comenzó una nueva etapa de articulación con medios alternativos para ofrecerles el tablero y lograr así tanto potenciar la oferta comunicacional de los medios no tradicionales, como incidir en el debate público y construir una red de relaciones con este tipo de medios. El título de

este apartado es ambiguo en ese sentido: por supuesto que en el mapa infocomunicacional actual las llamadas redes sociales se constituyen como una salida muy efectiva para la distribución de los productos comunicacionales de los medios alternativos, y ante la escasa necesidad de recursos que exigen en comparación con, por ejemplo, un canal de televisión, no son para nada despreciables. Sin embargo, las redes que aquí importan son las verdaderamente sociales, es decir, las redes de solidaridad entre actores sociales, en este caso los medios alternativos.

Como ya se enfatizó, el tablero de LaDescamisada.com perseguía el objetivo de proveer a los medios alternativos de un tipo de producción comunicacional no tan frecuente e innovadora para de ese modo atraer y disputar las audiencias del entorno digital. Es frecuente que los medios de este sector sean caracterizados como medios de menor calidad técnica, o menos actualizados que los medios tradicionales. Desde LaDescamisada.com no compartimos tal caracterización, pero no podemos actuar como si tal sentido no existiera. Es en ese sentido, que quisimos contribuir con una producción comunicacional distinta, con un enfoque relativamente novedoso que hasta el momento tampoco estaba siendo abordado por los medios más grandes.

Sin embargo, con la producción del tablero no basta. Una vez finalizado comenzó un proceso de articulación con distintas organizaciones para que pudieran insertarlo en sus sitios web fácilmente. Como resultado de ello, varios medios alternativos difundieron el tablero, ya sea incrustándolo en el sitio, compartiendo la visualización original de Tableau Public o la publicación original de LaDescamisada.com. Algunos de esos portales son: Escritura Feminista, FedUBA frente de mujeres, Oveja Negra, la Tinta, ANCCOM, Pressenza y ABC en línea.



Fig. 12. Difusión del tablero por parte de ANCCOM

El resultado positivo de estas acciones, puede medirse por las visitas traccionadas por cada portal web gracias a este contenido (sólo en el link original de Tableau se registraron más de 5000 visualizaciones del tablero), pero también por una serie de elementos de carácter más informal. Aunque no es posible demostrar la incidencia directa de esta iniciativa en los medios tradicionales, lo cierto es que poco tiempo después de que se comenzara a difundir la propuesta, medios como La Nación (que se caracteriza por ofrecer visualizaciones de este tipo), implementó un proyecto similar, utilizando la misma tecnología de base. Por otra parte, sí nos consta, off de record, a quienes redactamos esta ponencia que el tablero fue recibido con buenos ojos en la redacción del Diario Perfil. Podríamos decir que de algún modo, la burbuja de los medios alternativos en la que el sentido común quiere encerrarnos fue disuelta en varias oportunidades durante el debate de la legalización del aborto, y esta propuesta de visualización tuvo su modesto aporte en una de ellas.

Pero más importante que este alcance hacia los medios tradicionales, es que producto del desarrollo del tablero y de la articulación de algunas acciones con La Campaña para su construcción y actualización, se realizaron actividades conjuntas de formación para la militancia y comunicación del proyecto de IVE en entornos digitales (Fig. 13). Podría decirse que es otro ejemplo de la red perforando la burbuja.



Fig. 13. Evento en Facebook sobre actividad de ciberfeminismo

### Un ejemplo del potencial del análisis de datos:

Compartimos a continuación algunas conclusiones que pueden extraerse del análisis de las visualizaciones que ofrece el tablero. En muchos casos, tal como se señalaba anteriormente no se trata de información novedosa, sino de datos y una visualización gráfica de los mismos que permite robustecer las afirmaciones de la historia que se quiere contar:



- **La angosta avenida del medio: un debate que interpela de forma transversal:** De la misma manera que en Diputados, el proyecto de ley de interrupción voluntaria del embarazo rompe todas las estructuras políticas en la cámara de Senadores. Atraviesa todos los bloques, las provincias, incluso las diferentes edades y géneros de modo indistinto. Al mismo tiempo, la mayoría de los legisladores parecen sentirse interpelados a tomar postura, quedando un pequeño grupo de indecisos que, más que por incertidumbre, parecen preservar sus opiniones por cálculos políticos.
- **¿Un congreso machirulo?:** Cabe destacar que contrario a muchos prejuicios populares no se observa una tendencia de sesgo significativa según el rango etario entre los senadores. En cuanto al género, sin embargo, si bien no parece haber una relación entre ser mujer y estar a favor o en contra del aborto, los datos si demuestran un sesgo en que el género masculino tiende a oponerse a la legalización de la IVE. Por otra parte, parece ser la orientación religiosa la única variable realmente incidente a la hora de influenciar las posiciones sobre la legalización del aborto.
- **El “Partido Celeste” o la transversalidad de “la vieja política”:** las posturas que fueron anticipando los senadores permiten hacer algunas caracterizaciones sobre las composiciones de los bloques políticos. Si bien ningún espacio (que no fuera un bloque de más de 2 senadores) asumió una postura conjunta, los espacios políticos más cohesionados son la UCR y el Justicialismo (donde predominó la postura en contra del proyecto) y Unión Ciudadana (donde predominó la postura a favor). Por su parte, el PRO se inclina levemente hacia el rechazo. La idea de un “Partido Celeste” que incluya al conjunto de legisladores opuestos a la legalización del aborto parece más bien un cruce transversal entre los representantes del tradicional bi-partidismo.
- **La grieta geográfica:** a simple vista, puede notarse una división entre un sur verde y un noroeste celeste. Es decir que en su mayoría los representantes de las provincias del Norte del país mantuvieron una postura contraria a la legalización del aborto, mientras que los del Sur se manifestaron mayoritariamente a favor.

## **Una breve consideración sobre el “periodismo de datos” y otras yerbas**

Según Adolfo Antón Bravo (2013), el periodismo de datos hace referencia al procesamiento y análisis de grandes volúmenes de datos disponibles en la web con el fin de resplazar historias o encontrar nueva información para la construcción de noticias. Aceptamos esta definición, a condición de reconocer que todo periodismo siempre se ha basado en algún tipo de datos, y que no es esa la característica que distingue esta modalidad, sino las características de esos datos y la metodología implementada para hallarlos. Por eso mismo, todo trabajo de visualización de datos implica mucho más que simplemente el desarrollo técnico de una herramienta gráfica. Este componente suele ser, de hecho, la parte más breve del proceso. Para obtener una visualización relevante es necesario en primer lugar un trabajo periodístico que encuentre la información que debe visualizarse, y un trabajo comunicacional que determine la disposición de esa visualización, ya que esta debe estar sometida a un objetivo.

Creemos, entonces, que aunque se trate de una base de datos pequeña, este trabajo puede inscribirse dentro de lo que se conoce como periodismo de datos, ya que involucra una labor de investigación periodística, el procesamiento y manipulación de bases y matrices de datos a la vez que integra conocimientos de programación y visualización interactiva. Sin embargo, el valor de esta experiencia no es ese, sino que pone de manifiesto que tal tipo de trabajo es posible en pequeñas organizaciones que no cuentan con el presupuesto de los grandes medios. Probablemente volúmenes mayores de información o bases de datos más complejas impliquen mayores desafíos, pero ciertamente parecen abordables.

En el contexto actual en el que la credibilidad de (todos) los medios es puesta en cuestión a diario, al mismo tiempo que la desinformación inunda las redes sociales y los medios tradicionales, no está de más pensar en los modos en que los medios autogestivos y alternativos pueden posicionarse. Un camino posible es llevar algo del aura (ideológica, por supuesto, pero aura al fin) que reviste a la cuantificación y a las nuevas tecnologías como herramientas de la

“transparencia” para fortalecer las historias que se cuentan desde los lugares alternativos.

Cabe aclarar que no creemos que cualquier información pueda ser reducida a números, ni que por el hecho de que sí pueda hacerse eso le asigne más valor o veracidad. Tan solo consideramos que ese es el modo de legitimación social dominante de la información y por lo tanto un elemento a considerar a la hora de contar nuestras historias si queremos llegar, persuadir o movilizar a nuestras audiencias.

## **Conclusiones**

Desde una perspectiva de posicionamiento, tableros digitales de estas características, así como otros tipos de visualizaciones de datos, puede generar productos atractivos e innovadores sin mayores costos. Hoy existen múltiples herramientas no aranceladas que se pueden aprovechar para agregar valor a las historias que contamos. Creemos que es posible aprovechar tanto las herramientas técnicas, como los sentidos e imaginarios en torno a la modernización del periodismo, de los contenidos y demás esferas para legitimar el rol de los medios alternativos. En ese sentido, el llamado periodismo de datos, con todas las complicaciones que el término implica, pero retomado aquí en el sentido de aquel periodismo que procesa bases de datos para extraer información y comunicar historias, es un campo al alcance de la gran mayoría de los medios alternativos.

Por otra parte, este tipo de análisis puede ser un atractivo potencial si se piensa en la capacidad de trabajar en red que este tipo de medios tiene. Tan sólo requiere de algunos recursos técnicos, pero sobre todo de la voluntad de explorar bases de datos y de encarar trabajos interdisciplinarios.

En esta oportunidad compartimos un primer experimento sencillo, que buscaba por un lado probarnos a nosotros mismos nuestra capacidad de producir un tablero de este tipo, encontrar desafíos e intentar superarlos, y por el otro, evaluar el nivel de aceptación de este tipo de iniciativas tanto en nuestro sector como entre las audiencias.

Sobre el primer objetivo, aún nos queda mucho por aprender y esperamos que pueda hacerse de forma colaborativa. Sobre el segundo objetivo, creemos que los resultados fueron más que alentadores.

## **Bibliografía**

Antón Bravo, A. (2013). El periodismo de datos y la web semántica. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, (18). 99-116. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93528051009>

Parra Valcarce, D. (2016). Iniciativas colaborativas en el ámbito del ciberperiodismo. Opción, 32 (12), 134-147. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048903007>

Postolski, Glenn (2013): Artilugios, viabilidad y voluntad en torno a la aplicación de la Ley de Medios. En Marcos Dantas (coord.) "Avances en los procesos de democratización de la comunicación en América Latina". CLACSO, Buenos Aires. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20140326115057/Avances.pdf>

Valero Sancho, J. (2014). La visualización de datos. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, (25). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16832256009>