

Número 8 - Año 6 (Enero-Diciembre 2017)
Facultad de Ciencias de la Información
Universidad Complutense de Madrid
Artículo bajo la licencia *Creative Commons*

Periodismo con datos no es igual que Periodismo *de datos*

Autor: M^a Luisa Sánchez Calero, Rosalba Mancinas-Chávez

Universidad / Institución / Centro: Universidad Complutense de Madrid / Universidad de Sevilla

Páginas: 53-69

Descriptor: periodismo, datos, análisis.

País: España

Ciudad: Madrid

Contacto: mlusaca@ucm.es / rmancinas@us.es

Resumen: Surge una nueva disciplina periodística denominada Periodismo de Datos. Modalidad que trae consigo nuevas narrativas periodísticas, nuevas presentaciones y una nueva forma de acceder a los datos públicos. Pero dos cuestiones han sido clave en su desarrollo: la promulgación de la nueva Ley de Transparencia en 2013 y el desarrollo de las nuevas tecnologías en la localización de información en bases de datos. Este trabajo se centra en sus antecedentes, método, estructura y herramientas, buscando la implantación que los medios españoles están teniendo en sus redacciones y descubrir la radiografía que estos presentan mediante el análisis de dos reportajes diferentes publicados en dos nuevos medios: *Datadista* y *Fundación Civio*.

Palabras clave: Periodismo de datos, bases de datos, *Datadista*, *Fundación Civio*.

Abstract: A new journalistic discipline called Data Journalist emerges. Modality that brings with it new journalistic narratives, new presentations and a new way of accessing to public data. But two issues have been essential to its development: the promulgation of the new Transparency Law in 2013 and the development of new technologies in locating information in databases. This work focuses on its backgrounds, method, structure and tools, searching the implantation that the Spanish media are having in their newsrooms and discovering the radiography that these present through the analysis of two different reports published in two new media: *Datadista* and *Civio Foundation*.

Keywords: Data Journalism, databases, *Datadista*, *Civio Foundation*.

M^a Luisa Sánchez Calero, Rosalba Mancinas-Chávez
Periodismo con datos no es igual que Periodismo *de datos*

1. INTRODUCCIÓN

La Ley 19/2013 de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno¹ ha supuesto un avance en el acceso a la información pública, pero según advierte Access Info Europe², no se adapta a los estándares internacionales por los límites al derecho de acceso a diferentes tipos de información como son algunos datos públicos (Artículo 14).

Empezó a implantarse gradualmente en las instituciones españolas en 2014, conforme a lo indicado en su Disposición final novena, aunque sigue sin contar con el consiguiente reglamento, -actualmente en proyecto-, que desarrolle cómo se debe aplicar la Ley de Transparencia dentro de las instituciones y como debe ser el protocolo a seguir para solicitar cualquier tipo de información mediante un proceso más sencillo. En este sentido son muchos los profesionales que declaran que la calidad de los datos de las Administraciones Públicas en España es deficiente ya que es muy común encontrar formatos no reutilizables o que se encuentre la información fragmentada entre diferentes Administraciones, lo que dificulta en gran manera el trabajo de los profesionales.

Pero poco a poco el acceso libre a estas bases de datos o documentos públicos está permitiendo un cambio significativo en el

panorama de oportunidades que se le presenta al Periodismo. Sin duda, crear nuevas investigaciones, análisis en profundidad, localizar temas no divulgados, y hacerlo de forma innovadora aprovechando los datos, las estadísticas, las fuentes documentales, dossier de información no tratada o gráficos, es el objetivo principal que persigue esta nueva modalidad periodística bautizada por los medios de comunicación como Periodismo de Datos (PD). Un periodismo cuyo propósito fundamental es el manejo de grandes volúmenes de datos en la red³ impulsado por el acceso libre y de forma gratuita que permite utilizar los como una fuente o como una herramienta que permitirá narrar una historia. Y que los expertos vaticinan como el futuro que tienen los datos para crear grandes historias que puedan rentabilizar sus contenidos.

Pero el Periodismo de Datos genera ciertas controversias entre los expertos, periodistas y estudiosos, ya que mientras unos aluden a considerarle como una modalidad o disciplina periodística nueva, son muchos los que la consideran como una evolución del Periodismo de Precisión donde el desarrollo de las nuevas tecnologías ha permitido que grandes volúmenes de datos sean almacenadas en Internet y que permitan su análisis mediante el cruce contrastado de los mismos con sistemas informáticos. Mientras, otros muchos siguen pensando que es una modalidad periodística aún en desarrollo y que puede lograr convertirse en una oportunidad periodística con futuro.

¹ Boletín Oficial del Estado (BOE) del 9 de diciembre de 2013, número 295, página 97922. Disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/2013/12/10/pdfs/BOE-A-2013-12887.pdf>.

² Access Info Europe promueve la protección del derecho al acceso a la información en el mundo. La función de esta organización es que la ley ampare el derecho a la información traduciéndose así en una mayor transparencia. Disponible en: <http://www.access-info.org/>.

³ Se denomina como Big Data a los grandes volúmenes de datos que aparecen en Internet.

M^a Luisa Sánchez Calero, Rosalba Mancinas-Chávez
Periodismo con datos no es igual que Periodismo *de datos*

Pero en lo que coinciden la gran mayoría de expertos consultados es que son fórmulas de trabajo que han empezado a asentarse recientemente en el panorama de los medios nacionales e internacionales. Y que al igual que es difícil pronosticar su futuro también lo es determinar sus antecedentes aunque determinadas circunstancias localizan su aparición en 2006 en Europa, cuando Adrian Holovaty (fundador de EveryBlock) es considerado uno de los pioneros en PD con su ensayo «Un modo fundamental en el que los sitios de los diarios tienen que cambiar». También fue en 2010 cuando determinados periodistas del European Journalism Centre organizaron la primera conferencia sobre el tema en Ámsterdam. Aunque no fue hasta 2013 cuando el *fact-check* o verificación de hechos surgió en los medios de comunicación españoles. La visibilidad y el desarrollo que esta tendencia periodística está alcanzando tanto en el panorama nacional como en el internacional y el aumento de perspectivas que ha generado, hace que cada vez nuevos equipos de trabajo con perfiles y formación diferentes aparezcan vinculados a nuevos proyectos periodísticos o que se incorporen nuevas secciones en los medios tradicionales, o que plataformas y webs, fundaciones o espacios específicos surjan en otros medios independientes.

Como se puede observar según los datos obtenidos, aún sigue siendo bastante reducido el número de profesionales que trabajan esta nueva disciplina periodística, pero a pesar de ello es conocida por un número significativo de periodistas. Y como indica el Informe Anual de la Profesión Periodística publicado en 2012 por la Asociación de la

Prensa de Madrid (APM) el 43,8% de los periodistas afirman conocer el Periodismo de Datos, mientras que solo un 5,5% trabajan en ello.

Así, lo que parece más adecuado en este capítulo es poder establecer las debilidades, fortalezas y la implantación del Periodismo de Datos en España (PD) analizando e identificando –como trabajo de campo– algunos proyectos que se están desarrollando en cibermedios españoles, en algunas plataformas independientes o fundaciones, que nos ayuden a entender el desarrollo y su proceso, evolución, metodología y la presentación y visibilidad del discurso periodístico que ofrecen.

2. DEFINICIÓN, IMPLANTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL PERIODISMO DE DATOS (PD)

La búsqueda de datos, su verificación y el contraste con las distintas fuentes de información e indicadores oficiales es una técnica habitual que ha existido siempre en el campo del periodismo, aunque desde hace relativamente pocos años han comenzado a surgir otros medios que se dedican exclusivamente a la verificación de datos (*fact-check*) en el discurso periodístico. Su objetivo, según los expertos es implantar otra nueva forma de entender el periodismo, más allá de las conocidas declaraciones de las fuentes. El *fact-check* es una herramienta que permite utilizar ese análisis de los datos para informar, contextualizar o elaborar reportajes con historias más completas. Un nuevo método de trabajo que basado en el análisis de grandes volúmenes de información y con la ayuda de un equi-

M^a Luisa Sánchez Calero, Rosalba Mancinas-Chávez
Periodismo con datos no es igual que Periodismo *de datos*

po de trabajo multidisciplinar formado por analistas, informáticos, estadistas o programadores someterán a examen la información encontrada y procesarán los datos.

Son muchos los medios de comunicación en el ámbito nacional como en el internacional que ya cuentan con reportajes presentados y realizados con el método de PD. Medios de Estados Unidos y América Latina cuentan con algunas experiencias en periódicos como *The Washington Post*, o *Los Angeles Times*. Y en Latinoamérica se encuentran *El Tiempo* de Colombia, *La Nación* en Costa Rica, *Ojo Público* en Perú. Mientras en Europa otras experiencias como el diario alemán *Zeit Online*, o la del diario francés *Le Monde*. También en España han surgido iniciativas y experiencias más recientes que han creado proyectos o secciones tanto en medios de comunicación generalistas como *El Mundo*, *El Confidencial* o *ElDiario.es* en plataformas o Fundaciones como *Civio* o *Datadistas*. Aportaciones relevantes que veremos en otro de los apartados de este capítulo.

Sin embargo, lo discutido por los expertos no es la fórmula y el método de trabajo de estos proyectos periodísticos, sino su verdadera identidad con respecto a modelos anteriores. Hay que tener en cuenta que el PD se hace con datos, pero ciertamente el periodismo siempre ha utilizado el análisis de datos para informar, contextualizar y elaborar reportajes como señalan Flores y Cebrián (2012) y Crucianelli (2012a). S. Rogers editor del *Datablog* de The Guardian cuenta que ya existen antecedentes a finales del siglo XIX en periódicos impresos en los que se elaboran informaciones con datos. En realidad como dice Alberto Cairo, profesor y experto

en la Universidad de Miami, «la única diferencia con respecto al periodismo tradicional la marca el acceso que hoy se tiene a la información, pero que pueden convertirse en una desventaja si a los datos no se les sabe interrogar, explorar y encontrar la historia». Otros autores consideran al PD como una especie de periodismo de visualizar y combinar datos e incluso de investigación que utiliza a la informática como herramienta para buscar, depurar, valorar, la consideran la nueva veta del Periodismo de investigación al valerse de herramientas estadísticas y de visualización.

También algunas declaraciones procedentes del ámbito profesional como la del periodista Antonio Delgado de *Datadistas*, afirmaba en el Curso de Verano «*Fórmulas de éxito del periodismo de datos: diseño, programación, internet y multimedia*» celebrado en la UCM en 2017, que el PD es una disciplina dentro del periodismo de Investigación. «El problema es que el acceso a los datos es muy caro y el resultado no lo sabemos. Por tanto, es costoso y no siempre el medio puede apostar por este coste». Así que según Delgado lo primero que utiliza como fórmula de trabajo es realizar una entrevista a los datos. Y posteriormente una vez que se encuentra la historia llega la parte de su presentación ya que todo no se puede contar de la misma forma. Otros como Nely Luna Amancio, editora general del periódico digital *OJO Público* en Perú alude a que el PD significa: revelar y narrar. Es el trabajo coordinado entre periodistas y programadores que ha sacudido las formas tradicionales de investigar y ha aportado una metodología que permite identificar pistas o eslabones de una gran historia que de otra forma sería imposible de descubrir e

M^a Luisa Sánchez Calero, Rosalba Mancinas-Chávez
Periodismo con datos no es igual que Periodismo *de datos*

interpretar. «Supone un cambio de paradigma en el periodismo», añade.

¿Pero cuál es la diferencia del Periodismo de Datos respecto a otros tipos de periodismo con los que se le relaciona? Los expertos hablan de que son nuevas posibilidades que se desarrollan cuando se combina la técnica tradicional –olfatear las noticias- con la capacidad de sacar una historia y escribirla traduciendo de la información digital disponible en cualquier proceso periodístico. Pero aún son muchos los profesionales que apuntan a que no es más que un periodismo articulado en torno a las reglas básicas del periodismo tradicional: precisión, rigor y profesionalidad.

Considerada o calificada como otra nueva disciplina periodística en la que su procedimiento y sus fases de trabajo siguen –según investigadores y periodistas- una agenda informativa diferente y no se atienen a las tradicionales secciones, cambia su acceso a los datos, su contextualización y también busca nuevas formas de presentar o contar las noticias. Hablan de un procedimiento de trabajo basado en tres etapas.

En su primera fase adquiere un protagonismo especial el acceso y selección de la información utilizando las fuentes informativas oportunas: públicas y privadas. Una búsqueda y visualización que es realizada mediante la petición de información directa, encuestas, o formularios on-line en los que siempre se hace necesaria una revisión de la información recopilada.

En segundo lugar, la contextualización marca el proceso de la interpretación de los datos que permita completarlos y comprender la relevancia de los mismos. Es frecuente

contextualizar y combinar estos datos con geolocalizadores y mapas. Y por último, aparece la publicación de los resultados mostrando un producto informativo diferente en el que se encuentra información acompañada de visualizaciones con mapas e infografías en las que se utilizan aplicaciones como *mashup* que permiten trazar la ruta de una historia convincente mediante la auto-publicación o herramientas de *crowdsourcing*. En esta fase son muchos los periodistas que aluden a la importancia del trabajo en equipos formados por profesionales de distintas áreas unos periodistas y otros con perfiles más técnicos con conocimientos de «Data Science» que manejen bases de datos y que sepan extraer el significado de esos números. Pero, independientemente de la formación que tengan, es importante que el equipo posea ese ojo crítico que permita encontrar la noticia, dice Antonio Delgado de *Datadista*.

3. ANTECEDENTES Y DESARROLLO

Para entender el significado y técnica del PD hay que entender no solo su origen y evolución sino sus antecedentes. Autores como Crucianelli (2012) o Bounegru (2012: 20) lo sitúan en el denominado Periodismo de Precisión de Philip Meyer. Autor que acuñó el término e inició la delimitación académica y práctica de esta especialidad periodística cuya metodología consistía en aplicar el método científico de las ciencias sociales – encuestas y registros públicos- a la práctica periodística. Fue una reacción ante la dependencia existente hacia los informes de prensa, y a las fuentes autorizadas. Una de sus grandes historias fue demostrar la falsedad

de los informes de los disturbios de Detroit en 1967 donde quería reflejar que no solo eran sureños los que participaban.

También en España se conocen los trabajos presentados por J. Luis Dader (2009) que recurre a la definición de PD calificándole como «una modalidad periodística que analiza con rigor científico-técnico datos numéricos o empíricos verificados mediante métodos aplicados de investigación psicosocial, estadística o de tratamiento informático en cualquier asunto de trascendencia social». Según argumenta J.L. Dader (1997) el fin de todo trabajo de precisión no es tanto el haber obtenido una cuantificación estadística, como el haber verificado rigurosamente una relación antes desapercibida ante diversas circunstancias o sucesos aislados.

Otros autores mencionan que esta nueva disciplina implica además, un proceso de indagaciones, profundizar e investigar por los profesionales en distintas bases de datos. Lo que requiere de perfiles profesionales formados en otras áreas más técnicas donde predominen los conocimientos de estadística, sociología, diseño e informática. Se requiere un nuevo perfil profesional con un cambio de perspectiva que le permita indagar en las noticias más allá de la casualidad o la apariencia del hecho, y que mediante procedimientos más específicos depuren y potencien la información.

¿Pero cuál es la fórmula o procedimiento de trabajo en el PD con relación a la modalidad del Periodismo de Precisión? En realidad todo apunta a que ambos parten de bases de datos y descubren relaciones o interconexiones en documentos informatizados. A finales

de los años 90 se utilizaban los conceptos CAR (Computer-Assisted Reporting) o CAJ (Computer-Assisted Journalism) donde los ordenadores examinaban grandes bases de datos con el objetivo de cruzar y descubrir asociaciones o correlaciones estadísticas que permitían elaborar noticias. Sin embargo la diferencia en el nuevo cambio de paradigma la marca el avance en la técnica de programas informáticos que permiten un procesamiento más rápido. Es una nueva fase en la que grandes volúmenes de datos son gratuitos y aparecen herramientas como *crowdsourcing* que permiten a un mayor número de usuarios poder trabajar y publicar de forma diferente.

Y aunque sus antecedentes se encuentran como estamos observando en los medios de comunicación de Estados Unidos y América Latina, hace pocos años han comenzado a asentarse en España. Incluso es difícil determinar la fecha de inicio en nuestro país, aunque parecen existir algunas evidencias notables que han provocado este cambio. Por un lado, se apunta a la propia revolución tecnológica sufrida en los últimos años y el acceso a grandes plataformas de información. Pero también la crisis económica padecida y que ha afectado a numerosos medios de comunicación dejando a gran parte de sus plantillas al margen del mundo laboral. Igualmente la supervivencia de redacciones con una organización muy jerárquica donde seguían trabajando con modelos muy anticuados y jerarquizados cerrados a las nuevas plataformas. Y en el otro extremo, una demanda de nuevos productos informativos por parte de lectores más exigentes y ante ello, un grupo de periodistas y de profesionales expertos que

M^a Luisa Sánchez Calero, Rosalba Mancinas-Chávez
Periodismo con datos no es igual que Periodismo *de datos*

comienzan a organizar la puesta en marcha de nuevos proyectos periodísticos. Como apunta y señala el profesor de la Universidad de Navarra Ramón Salaverría al considerar al PD como «una oportunidad para reconvertir la organización de las empresas periodísticas del siglo XX en empresas informativas del siglo XXI» (Salaverría y Negro, 2008)

Entre los proyectos españoles más conocidos encontramos a la Fundación Ciudadana Civio <http://www.civio.es/>, la fundación *PorCausa* <https://porcausa.org/>, *Quepo* <http://www.quepo.org/es/proyectos/>, *Datadista* <https://datadista.com/> y *ProPublica* <https://www.propublica.org/>. Aunque aparecen también periódicos que en la actualidad se han sumado a esta moda poniendo en marcha su propia sección de periodismo de datos o publicando mientras tanto este tipo de contenidos en otras de sus secciones. El periódico *El Mundo*, por ejemplo, ha puesto en marcha la sección *El Mundo Data*: http://www.elmundo.es/periodismo-datos.html?intcmp=MEGAME-NU26901&s_kw=elmundodata.

El Confidencial también cuenta con su propia sección denominada *Periodismo de Datos* <http://www.elconfidencial.com/tags/otros/periodismo-de-datos-9977/>.

El periódico *El País* cuenta con su sección denominada *Laboratorio de Datos* http://elpais.com/agr/laboratorio_de_datos_a_fi_analytics/a. Y entre los periódicos que aún se encuentran en proceso de elaboración de una sección propia en estos temas y que insertan de momento sus reportajes de datos en otras secciones encontramos el caso *Eldiario.es* http://latierraesclava.eldiario.es/?_ga=2.155394237.740117729.1499685957

-1044280725.1499685955 ó el periódico digital *20Minutos*.

También en el plano internacional aparecen otros modelos como son *Plaza nueva*, *La Silla Vacía*, *Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI)*, *The Guardian*, *538*, y *Ojo Público*, entre otros. Un ejemplo internacional que ha llamado nuestra atención es *Ojo Público* <http://ojo-publico.com/ojopublico/> un medio digital fundado en 2014 en Lima (Perú) dedicado al periodismo de investigación y nuevas narrativas que apunta a ofrecer un cóctel de historias relevantes, noticias verdaderas, textos bien escritos y herramientas informativas innovadoras sobre temas urgentes de la agenda pública nacional. Un medio que participa en eventos diferentes para difundir su trabajo como ha sido el Curso de Verano de El Escorial celebrado en la Universidad Complutense en junio de 2017 titulado «Fórmulas de éxito del periodismo de datos: diseño, programación, internet y multimedia». Donde su directora, la periodista Nely Luna Amancio, habló del grado de implantación del PD en su medio, de su equipo, de cómo desarrollan su investigación en la era del *big data*, de la importancia de su método y de su narrativa.

4. MÉTODO, ESTRUCTURA, Y HERRAMIENTAS

El esquema básico de construcción de una historia basada en datos son: personas, contexto, descripción y visualización. ¿Qué le pregunto a los datos para encontrar las historias? La historia sobre como descubrir algo, la evidencia de los datos donde rara vez basta

M^a Luisa Sánchez Calero, Rosalba Mancinas-Chávez
Periodismo con datos no es igual que Periodismo *de datos*

con una cifra, las distintas fuentes que aportan nuevos ángulos en la interpretación, nuevas ideas y una comprensión enriquecida de los mismos aportan autoridad y rigor en el momento de presentar la historia. Pero ¿cuando tenemos que visualizar una historia? Tenemos que atender que en el PD mostrar la investigación de una manera visiblemente correcta, limpia, precisa y significativa no siempre es necesaria, pero ayuda a los lectores. Las historias que contienen una gran cantidad de datos precisan en primer lugar que los periodistas seleccionen aquellos que el lector necesite para su conocimiento ya que su objetivo es presentar lo más relevante utilizando los recursos gráficos más apropiados. Conocedores del estudio de esta disciplina como el profesor de la UCM Jesús Flores denominan al Periodista de Datos como «Data Deliberly Editor» o «creador de mashups⁴» que se trata de un profesional que realiza su trabajo periodístico con base en elementos que aparecen en la red, incluyendo tanto aplicaciones tecnológicas como contenidos informativos (Flores y Salinas, 2012).

En los últimos años quizás el PD ha pecado de crear gráficos y tablas interactivas y lo que añaden los expertos sobre el tema es que la visualización no debe estar sobrecargada de detalles porque lo interesante es que esté claro donde empieza y dónde termina.

Pero nadie duda de que el recurso más valioso para ayudar a atraer la atención del

lector hacia la historia publicada pasa por encontrar la visualización de los datos. Visualización que implica un diseño apropiado que permita una impresión inmediata y profunda de la historia de forma clara y precisa. Una información que narre una historia aprovechando el buen periodismo narrativo, el interpretativo, una noticia, artículos de opinión, análisis, una crónica, etc, en la que rápidamente el recurso proporcione una buena narrativa acompañada de otros como puede ser una fotografía, transparencias animadas, infografías, u otros formatos más novedosos como un diagrama de flujo, el Treemap, o el endorgan que ayudan a profundizar en el tema u encontrar una nueva perspectiva del mismo.

La visualización de los datos puede ser muy efectiva, pero hay que saber cuándo y cómo usarla. En este sentido son muchas las herramientas que pueden contener el mejor set para hacer periodismo de datos. Consultados así algunos medios de comunicación y observando el trabajo desarrollado por sus periodistas encontramos que las herramientas más usuales para muchos son: el Excel considerada como la más funcional y se utiliza para organizar datos y seleccionarlos, además de tener la ventaja de poder exportar tablas. Nitro PDF que se utiliza para convertir archivos de texto y Excel. Otra de las más poderosas es SPSS utilizado frecuentemente en el análisis estadístico y para el mapeo de programas que permitan visualizar patrones geográficos. Google Spreadsheets se utiliza para edición y conexión con servicios tales como Google Fusión Tables –permite visualización de mapas- y Junar Open Data Platform para compartir datos e incrustarlos en

⁴ Se denomina 'creador de *mashup*' a quien es capaz de crear en un solo producto (en este caso con finalidad estrictamente informativa) diferentes servicios de la red, otorgándoles de este modo un nuevo sentido y una nueva utilidad» (Tejedor, 2007).

M^a Luisa Sánchez Calero, Rosalba Mancinas-Chávez
Periodismo con datos no es igual que Periodismo *de datos*

artículos y Google Earth y G. Maps. Otra muy útil y rápida utilizada para filtrar un conjunto de datos grandes es Qlikview. Otros utilizan Python –un lenguaje de códigos abiertos– es fácil de leer, escribir y tiene una base de usuarios potente y posee los denominados plugins o paquetes. Muy respaldado por una gran comunidad de desarrolladores que han creado librerías o módulos para realizar cualquier cuestión. Además es un lenguaje que permite realizar cualquier programa desde realizaciones de Windows a servicios en red o incluso páginas web, admite Yolanda García Ruiz profesora en la Facultad de Informática de la UCM. Pero igualmente otros periodistas están desarrollando sus propias herramientas para adecuarlas a sus necesidades y medios.

5. ESTUDIO, VISIBILIDAD Y FINANCIACIÓN DE DOS INSTITUCIONES: *DATADISTA* Y *FUNDACIÓN CIVIO*

Datadista y *Fundación Civio* son dos proyectos españoles que están impulsando el Periodismo de Datos en la actualidad mediante la localización de nuevas formas de presentar sus historias desde el rigor, la precisión y la profesionalidad periodística. Es un periodismo activista que sigue las reglas básicas de la profesión, pero que no comulga con la agenda informativa, ni se atiene a las secciones tradicionales.

No son una ONG, ni un nuevo medio de comunicación, pero si desarrollan un periodismo independiente y de servicio a la sociedad localizando para su investigación temas de gran relevancia social en los que se presta la investigación, el análisis y explicación de lo

que les rodea. Son todos medios nuevos que se atreven con formatos y enfoques novedosos que aspiran a que el gran público conecte con sus historias.

El tema más débil y complejo de estas organizaciones es su propio sistema de financiación. Buscar y hacer periodismo de calidad implica costes y esto conlleva gastos, aunque todos desean mantener esa independencia propia que les garantice proteger su propio rigor informativo.

Pagar para obtener información es lógico, pero en España esta práctica se ha perdido. La costumbre hoy de pagar por leer información se ha olvidado y hacer periodismo de investigación o periodismo de datos es costoso y no siempre el medio puede hacer esta inversión. Se necesitan recursos que aporten financiación para llevar a término las investigaciones y no siempre la fórmula más directa es mediante el pago de una publicación o suscripción. Un panorama que describe la situación actual por la que están pasando estos nuevos medios que están apostando por buscar otras vías alternativas que permitan subvencionar sus trabajos. Algunas de estas soluciones pasan por donaciones de ciudadanos que aportan una cantidad por proyecto o bien colaboran de forma periódica. Estos se denominan «socios», «cómplices», «pioneros», según el término utilizado por cada medio. También se incluyen aquí las aportaciones por *crowdfunding* que corresponden a aquellas financiaciones colectivas o llamamientos puntuales que permiten financiar proyectos concretos.

Las otras dos vías de financiación proceden de las subvenciones o becas derivadas

M^a Luisa Sánchez Calero, Rosalba Mancinas-Chávez
Periodismo con datos no es igual que Periodismo *de datos*

de entidades nacionales o internacionales como la Open Society Foundations 20 o la FNPI. Pero también realizan proyectos, servicios o formación por encargo para campañas o proyectos determinados en instituciones u organizaciones tanto al sector público como al privado e incluso pueden colaborar en ellos varios medios y publicando sin financiar, simplemente por ser contenidos *Creative Commons*. Además lo complementan realizando formación en programas de máster, seminarios o jornadas relacionadas con su disciplina que van destinadas a estudiantes o profesionales.

Son muchos los ejemplos que podemos encontrar en estos nuevos medios. Pero en esta investigación tomamos como referencia a la organización española *Fundación Civio* <http://www.civio.es/> y a *Datadista* <https://datadista.com>.

La *Fundación Civio* comienza en 2011 con iniciativas más relacionadas con transparencia y tecnología de la mano de David Cabo y Jacobo Elosua. En 2012 constituidos ya como fundación deciden crear algunas herramientas que permitan mejorar el acceso a la información pública, aunque pronto cambiaron este concepto incorporando cierto contexto que ayudase a comprender los datos publicados. Desde entonces, la parte periodística y de análisis creció por encima de la anterior realizando proyectos periodísticos de gran trascendencia.

En la actualidad cuentan con un grupo de periodistas y de colaboradores que trabajan en el periodismo de datos. En su página web se puede observar los trabajos desarrollados hasta el momento con aportaciones de texto,

datos y gráficos que muestran el interés del equipo por analizar en profundidad temas a los que los medios tradicionales no prestan atención. Y desde los que ofrecen un periodismo más de denuncia y sensibilización con un enfoque más novedoso tanto en texto como en formatos que inspiran formas de comunicar diferentes.

El problema de este modelo de periodismo se encuentra en su sistema de financiación. De esta forma instituciones como *Civio* se permiten en su página web realizar llamadas de atención a la sociedad para poder obtener recursos que financien sus reportajes. Una llamada dirigida a convertirte en «cómplice» de sus proyectos por solo 10 euros al mes y que supondrá realmente 30 euros porque podrán aplicarse una deducción de 90 euros al siguiente año. Han trabajado de esta forma cofinanciados en importantes proyectos como «El Indultómetro» (2013) y «España en llamas» con dos versiones publicadas en los veranos de 2012 y 2013 <http://espanaenllamas.es/galicia-en-llamas-el-mapa-de-una-tragedia/>. La joya de la corona para ellos es «Quién manda», un proyecto seleccionado por la ONG estadounidense Global Integrity entre más de 300 propuestas internacionales, que ponen cara a los conflictos de intereses y las relaciones de poder.

Datadista <https://datadista.com> es otro medio español fundado en 2016 por los periodistas Antonio Delgado y Ana Tudela cuyo lema es «datos y narrativas para salir del ruido». Es un ejemplo más de periodismo de compromiso, de denuncia, y que se encuentra muy alejado de la maquinaria de información. Un proyecto cuyas aportaciones de *crowdfunding* son esenciales para financiar

M^a Luisa Sánchez Calero, Rosalba Mancinas-Chávez
Periodismo con datos no es igual que Periodismo *de datos*

sus propios investigaciones de PD. Un medio que se define como: «un periodismo basado en la investigación y explicación de la realidad que nos rodea». Investigación que precisa encontrar financiaciones colectivas o llamamientos puntuales a los que recurren para sufragar proyectos concretos como ha sido el de «Playa Burbuja». 255 co-financiadores y 11.881 euros consiguieron el pasado 3 de marzo de 2017 para poner en marcha el reportaje sobre la burbuja inmobiliaria de la costa mediterránea explicando detalladamente las necesidades de coste que tenía la cobertura de esta investigación <https://www.goteo.org/project/playa-burbuja>.

Otro de sus proyectos importantes es el ya conocido y difundido reportaje «Leganitos 24: el punto negro de las multas en Madrid» <https://datadista.com/investigacion/leganitos-24-apr-madrid/>.

6. ESTUDIO DE DOS MODELOS DE PERIODISMO DE DATOS: «LEGANITOS 24» Y «PLAYA BURBUJA»

Tras este acercamiento a nivel académico sobre la materia tratada, se ha procedido a analizar un par de reportajes publicados y con notable éxito y repercusión social entre el público. A este respecto, se ha creado un método de análisis simple en el que se han supervisado algunos aspectos necesarios para abordar la práctica del Periodismo de Datos en *Datadista* y *Fundación Cívica*.

El reportaje seleccionado en *Datadista* es un proyecto ya conocido y difundido titulado «Leganitos 24: el punto negro de las multas

en Madrid» <https://datadista.com/investigacion/leganitos-24-apr-madrid/>.

Como se ha dicho antes, *Datadista* nace en diciembre de 2016 de la mano de los periodistas Ana Tudela y Antonio Delgado con el lema «Datos y narrativas para salir del ruido». Un periodismo basado en la investigación, análisis y explicación de la realidad que nos rodea donde los temas basados en la corrupción muestran su propio sello e identidad personal. Pero uno de sus puntos débiles y el más arriesgado es la financiación, muy alejada de los grandes presupuestos con los que cuentan otros medios y que presentan sus investigaciones por partidas diferentes distribuidas en sus reportajes para saber si a los lectores les interesa financiar la investigación y hasta dónde.

El tema escogido como ejemplo para este análisis es una investigación que procede de las multas cobradas y anuladas de oficio por los errores en la gestión de las Áreas de Prioridad Residencial (APR) entre el 1 de noviembre de 2015 y el 15 marzo de 2016 en Madrid y que captó el interés del periodista Antonio Delgado en *Datadista*. El análisis de todas las multas, un año después de la puesta en marcha de la nueva APR de Ópera, deja un dato preocupante: esta zona acumulaba la mayoría de las sanciones impuestas por acceder a estas áreas. En septiembre de 2016 (el último dato disponible) Ópera, concentraba más del 60% de todas las multas por acceder sin autorización a una APR.

En este caso la pericia del periodista fue determinante para localizar la información ojeando bases de datos abiertas. Necesitaba encontrar una historia entre todas esas líneas

M^a Luisa Sánchez Calero, Rosalba Mancinas-Chávez
Periodismo con datos no es igual que Periodismo *de datos*

de Excel y analizó todos los datos en su conjunto que le permitieron hacer un gráfico y saber dónde encontrar un tema. En otros casos la investigación surge de una filtración por parte de una fuente aunque el proceso sigue siendo el mismo.

Nos encontramos con un trabajo elaborado a partir del acceso a fuentes abiertas. Es la historia de análisis de las APR del Ayuntamiento de Madrid cuando el periodista A. Delgado encontró este dato y observó que en la calle Leganitos se cuantificaba el mayor número de multas de tráfico de la capital y se preguntó ¿por qué? Algo pasaba y la historia la habían encontrado mediante el cruce de los datos que se complementó –cuenta Delgado– situándose físicamente en el mismo punto de la calle para investigar lo que sucedía. Se localizó el primer problema a través de una señal que no estaba clara y que los individuos pasaban en sus coches sin identificarla. Se personalizó la historia mediante las declaraciones de un conductor multado en esta situación varias veces y que actuó como denuncia ante el Ayuntamiento.

El esquema básico de la construcción de esta historia estuvo basado en la observación directa y en el análisis de los datos y se realizaron sobre: personas, contexto, descripción y datos. ¿Qué se le pregunta a los datos para encontrar las historias? «Lo primero que hacemos es una entrevista a los datos. Una vez que encontramos la historia llega la parte de presentación, porque todo no se puede contar de la misma forma», afirma Delgado.

El reportaje es un tema de actualidad que relata la historia de las Áreas de Prioridad Residencial (APR) de Madrid que son aque-

llas zonas con tráfico de vehículos restringidos a los no residentes como medida de disminución de los niveles de contaminación atmosférica y acústica. En este reportaje *Datadista* demuestra cómo el número de sanciones ha aumentado más de un 250% desde la puesta en marcha de la APR del barrio de Ópera en Madrid desde noviembre de 2015. Así desde enero de 2015, el Ayuntamiento ha gestionado casi 600.000 multas por accesos no autorizados a las APR, ascendiendo el coste de cada multa a casi 90 euros.

La investigación realizada por este periodista sobre las multas por acceder en la APR de Ópera durante los primeros 30 días de su puesta en marcha hizo que se paralizaran las sanciones hasta el 15 de marzo de 2015 además de localizar otros errores de gestión reconocidos por el Ayuntamiento de Madrid.

Pero la investigación de *Datadista* localizó como en el caso Leganitos 24 la entrada se encontraba señalizada por dos carteles en mitad de la calle que en muchas ocasiones pasaban desapercibidos por un badén para hacer disminuir la velocidad a la altura de las señalizaciones. Estas medidas de aviso fueron puestas después del alarmante número de multas acumuladas en los primeros días de su puesta en marcha. Sin embargo, a pesar de esas medidas, este punto sigue siendo en la actualidad el que mayor número de multas acumula. Desde el 15 de marzo, este punto acumula más de 63.000 infracciones, lo que representa el 16% de todas las multas por acceder a una APR en lo que va de año.

La información relatada en este reportaje actuó como denuncia en el caso de las mul-

M^a Luisa Sánchez Calero, Rosalba Mancinas-Chávez
Periodismo con datos no es igual que Periodismo *de datos*

tas, cuyo propósito fue dar a conocer una situación que permitiese la devolución de oficio del dinero. Sin embargo, según ha podido constatar *Datadista*, ocho meses después de esta medida, los afectados aún no habían recibido la devolución.

El tema presentado en esta información lo abordan sus autores utilizando el género del reportaje que cumple con la estructura periodística de una redacción repartida en tres apartados separados por sus respectivos ladillos visibles. Cada uno de ellos, muestra información relativa a esa parte de la historia que además aparece acompañada por gráficos, mapas o representaciones gráficas que permiten visualizar aquellos datos más importantes y destacados de la información. Dos gráficos, dos fotografías y un mapa acompañan el reportaje destacando la procedencia de sus fuentes (Ayuntamiento de Madrid) y la creatividad del mismo (Datawrapper).

El uso de esos recursos visuales permite localizar fácilmente la acumulación de multas correspondientes a las calles donde se encuentran las APR de la zona de Ópera. El segundo gráfico muestra el número de multas por acceder a una APR en Madrid y según se pasa el cursor por la gráfica aparecen otros datos que muestran el número de sanciones registrada en cada mes. El mapa señala los puntos clave donde se encuentran ubicadas las 52 cámaras de control del tráfico. Y las dos fotografías siguientes muestran un modelo de cartas por franqueo pagado, procedente de las sanciones recibida por algunos de los afectados con su fecha. Mientras la segunda fotografía incluye la localización y el modelo de APR en una calle de Madrid.

El segundo reportaje escogido pertenece a la Fundación Ciudadana *Civio*: «*España en Llamas*» <http://espanaenllamas.es>. *Civio* es una organización sin ánimo de lucro que pone el potencial de las nuevas tecnologías al servicio de la transparencia, el acceso a la información y de una ciudadanía participativa y activa.

En la realización y puesta en marcha de sus proyectos combinan las herramientas informáticas y de Internet con el periodismo de datos para desarrollar proyectos cívicos innovadores que faciliten el acceso de la información pública, a los ciudadanos, medios de comunicación y todo tipo de organizaciones. Entre sus proyectos más innovadores se encuentran algunos trabajos conocidos como «*España en Llamas*», un tema que no habría podido realizarse sin el apoyo de 143 patrocinadores que creyeron en el tema y contribuyeron con una donación a través de su plataforma de *crowdfunding*, Goteo. Una contribución que sirve para mejorar o realizar otros proyectos similares mediante donaciones particulares que pueden ser mensuales o anuales y que cuentan con una deducción fiscal de hasta un 75% de la donación en la declaración de la renta.

El trabajo de «*España en Llamas*» es un tema que siempre está en constante evolución con la actualización de nuevos contenidos desde que empezase en 2013. Si supervisamos su página web <http://espanaenllamas.es> comprobamos que el primer reportaje titulado «*Responsables*» se publicó el 23 de julio de 2013. Otros le sucedieron en 2013, 2014, 2015, 2016 y el último en julio de 2017 titulado «*Grandes incendios y un mito que cae: la 'regla del 30' se cumple en 1 de cada 3*

M^a Luisa Sánchez Calero, Rosalba Mancinas-Chávez
Periodismo con datos no es igual que Periodismo *de datos*

casos». En esta ocasión han añadido dos artículos (uno sobre las particularidades de los incendios en Galicia, región de la que han mapeado todos los incendios forestales entre 2001 y 2014, y otro artículo sobre las escasas referencias que encontraron a los incendios y al cuidado de los montes en los programas electorales). Además, han actualizado la aplicación de búsqueda de incendios forestales, las microhistorias de la visita guiada y todo el material interactivo e infográfico que conforma la investigación periodística sobre el tema. Se excusan sus autores aludiendo en su propia página web que este año no han obtenido por parte del MAPAMA (Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente) la Estadística General de Incendios Forestales, EGIF que siempre se facilitaba en primavera.

El último reportaje titulado *Grandes incendios y un mito que cae: la 'regla del 30' se cumple en 1 de cada 3 casos*, ha sido publicado el 27 de julio de 2017, cuyos autores son Marcos García Rey y Antonio Villarreal, ha sido publicado primero en *El Confidencial*. El reportaje es un tema de inminente actualidad que relata la historia del incendio que calcinó más de 8.000 hectáreas del entorno del Parque de Doñana a finales de junio de 2017 y que se propagó en condiciones meteorológicas adversas que impidieron una rápida extinción del fuego. En los días que duró, se cumplió lo que los expertos llaman la 'regla del 30' (consiste en una temperatura ambiente igual o superior a los 30 grados, rachas de viento del orden o superiores a 30 kilómetros por hora y una humedad relativa del aire inferior al 30%).

El tema lo abordan sus autores utilizando el género del reportaje que cumple con la

estructura periodística de una redacción repartida en apartados divididos por cuatro ladillos visibles y en cada uno de ellos se muestra la información relativa a esa parte de la historia que además aparece acompañada por gráficos, mapas o representaciones gráficas que permiten visualizar los datos más importantes y destacados de la información.

El uso de visualización es un recurso muy valioso que permite narrar historias aprovechando la ventaja cognitiva que supone procesar la información visual para los lectores. En este caso presentan tres gráficos y dos mapas de elaboración propia en los que aparecen reflejadas sus fuentes de procedencia (MAPAMA Y AEMET) y el nombre del programa con el que han sido creados (Datawrapper). Incluyen en ellos la investigación realizada por Civio sobre el tema, en el que muestran indexados grandes cúmulos de datos para conocer y mostrar las causas de los Grandes Incendios Forestales (GIF), las provincias más afectadas, el número de incendios producidos por provincias y las provincias con más fenómenos de este tipo.

Al final del mismo aparece como apartado curioso una nota metodológica en la que explican la procedencia de las bases de datos empleadas, la obtención de las dos primeras variables de su portal *Open Data* y como se obtuvieron los valores registrados para cruzar los valores meteorológicos.

7. CONCLUSIONES

Presentar algunos rasgos, antecedentes, perfiles profesionales o modelos de trabajo en un nuevo campo periodístico en auge -PD- ha

M^a Luisa Sánchez Calero, Rosalba Mancinas-Chávez
Periodismo con datos no es igual que Periodismo *de datos*

sido el objetivo de este trabajo que aquí se presenta y en el que se concluyen con algunas cuestiones clave.

Dos cuestiones han sido clave para el inicio y desarrollo del Periodismo de Datos en España. La principal y que ha marcado el embrión de todo ha sido la publicación en 2013 de la Ley 19/2013 de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno de Transparencia. Y la segunda ha sido el desarrollo y avance significativo que han experimentado las tecnologías de la información, lo que ha ayudado a un cambio significativo en las rutinas periodísticas y en la producción de información. Un desarrollo que ha contribuido al cambio en los procesos periodísticos que permiten crear nuevas formas de hacer y presentar los discursos periodísticos. Una de estas disciplinas en desarrollo es el denominado Periodismo de Datos (PD) que se inicia mediante la extracción de información de grandes bases de datos que son organizadas en hojas de cálculo donde los datos son tratados y filtrados para posteriormente poder mostrar la información en gráficos online o mapas, utilizando herramientas proporcionadas por Google o paquetes de JavaScript.

Esta línea o nueva disciplina ha generado un nuevo perfil de periodista con nuevas habilidades y competencias que han sido adquiridas tanto en el proceso como en la búsqueda y en el filtrado de la información. Un aprendizaje que ha supuesto saber manejar y localizar información en grandes bases de datos que les permitan cruzar los mismos para encontrar patrones y tendencias que pueden generar noticias mediante la ayuda y el trabajo de equipos multidisciplinares con formaciones diferentes.

La creación de este nuevo modelo supone para los medios de comunicación internacionales y nacionales más tradicionales o para los más modernos una gran apuesta profesional por adaptar nuevos espacios, o equipos en sus redacciones. Un reto que ha permitido que el público muestre interés por la propuesta y visibilidad de estos nuevos temas así como por el alto nivel de interactividad que albergan y que aportan un valor añadido al tratamiento y la comunicación de los temas publicados. El Periodismo de Datos es, según indica este estudio una disciplina en auge con mucho terreno por explorar tanto en el ámbito académico como en el profesional. Con grandes perspectivas de futuro y que tiene cabida tanto en los medios de comunicación tradicionales como *Elmundo.es* y *Elperiodico.es* o en nuevas plataformas que se están creando para este fin como son *Civio*, *Datadista*, o *ProPublica*, entre otras.

Otro punto importante es la presentación y visualización de los datos a las opciones que incorpora cada tema mediante la utilización de herramientas de visualización, gráficos, imágenes estáticas, como de herramientas de localización geográfica que permitan recuperar información de la red, ordenarla y detectar modelos y tendencias. La forma de visualizar la información no siempre responde a modelos interactivos, algunos apuestan por herramientas aplicadas a gráficos estáticos, otros apuestan por visualizaciones más dinámicas y llamativas para el lector, mientras otros optan por sistemas más híbridos como se aprecia en los dos reportajes analizados para este artículo. Aunque las fórmulas más comunes son los gráficos y los mapas de localización de puntos, se pueden

M^a Luisa Sánchez Calero, Rosalba Mancinas-Chávez
Periodismo con datos no es igual que Periodismo *de datos*

encontrar otros recursos como son las galerías de imágenes o las infografías estáticas que presentan un alto grado de diseño y cuidado estético.

Pero en lo que la gran mayoría de expertos y profesionales coinciden es en la debilidad que presenta su sistema de financiación. Están apostando por buscar otras vías alternativas que no sean las convencionales y que les permitan subvencionar sus trabajos creando interés en la población por descubrir los hechos. Una de estas alternativas y quizás la más visible hasta el momento es el sistema de donaciones de ciudadanos que mediante el pago fraccionado de una cantidad por proyecto sufragan el mismo. Este sistema es a través de «socios», «cómplices», «pioneros», según el término utilizado por cada medio. Se incluyen también las aportaciones por *crowdfunding* que corresponde a aquellas financiaciones colectivas o llamamientos puntuales que permiten financiar proyectos concretos. Otras vías de financiación proceden de las subvenciones o becas derivadas de entidades nacionales o internacionales como la Open Society Foundations²⁰, o la FNPI, que también realizan trabajos de formación, o encargos puntuales para campañas o proyectos determinados de instituciones públicas o privadas e incluso en determinados proyectos colaboran varios medios y no son financiados, simplemente por ser contenidos Creative Commons.

8. REFERENCIAS

ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID (2014): Informe Anual de la Profesión Periodística. Madrid.

Barcelona, Colegi Oficial de Bibliotecaris Documentalistes de Catalunya.

DADER, José Luis (1997): *Periodismo de precisión. Vía socio informática de descubrir noticias*. Madrid, Síntesis.

FERRERAS, Eva María (2016): «El Periodismo de Datos en España», *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 22. Núm.1 (2016), pp. 255-272.

FLORES, Jesús y CEBRIÁN, Mariano (2012): «El data journalism en la construcción de mashups para medios digitales», en SABÉS, Fernando y VERÓN, José Juan (Coord.): *El periodismo digital analizado desde la investigación procedente del ámbito académico*. Huesca, XIII Congreso de Periodismo Digital, pp. 264275.

GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; and CHAMBERS, Lucy (Eds., 2012): *The Data Journalism Handbook*. Reino Unido, European Journalism Centre and the O'Reilly Media. <http://datajournalismhandbook.org/>

MCGHEE, Geoff (2010): «Journalism in the Age of Data: A Video Report on Data Visualization», en Datajournalism.stanford.edu. <http://datajournalism.stanford.edu/>

MEYER, Philip (1993): *Periodismo de precisión: Nuevas fronteras para la investigación periodística*. Barcelona, Bosch.

PEIRÓ, Karma y GUALLAR, Javier (2013): «Introducció al periodisme de dades. Característiques, panoràmica i exemples», *Ítem*, núm. 57, pp. 23-37.

PERRY, Felipe y PAZ, Miguel (Eds, 2014): *Manual de Periodismo de Datos Iberoame-*

M^a Luisa Sánchez Calero, Rosalba Mancinas-Chávez
Periodismo con datos no es igual que Periodismo *de datos*

ricano. Fundación Poderomedia, Escuela de Periodismo de la Universidad Alberto Hurtado.

RODRÍGUEZ, Anidelys y GARCÍA Leidys (2014): «Cartografiando el periodismo de datos. Big Data y periodismo en el continente americano». *Telos*, núm. 95, pp.5767. Madrid, Fundación Telefónica.

TEJEDOR, Laura y DADER, J.Luís (2011): «El patrimonio del César ante el Perro

Guardián: un análisis de periodismo de precisión sobre la transparencia económica de los miembros del Gobierno en España». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 17. Núm.2 (2011), pp. 431-455.

ZANCHELLI, Michael y CRUCIANELLI, Sandra. (2012): *Integrando el periodismo de datos en las salas de redacción*. Washington, International Center for Journalism.