

Evolución de las formas y formatos del periodismo de datos en diarios españoles a través del análisis de periodos electorales

Alba Córdoba-Cabús (albacordoba@uma.es) y Manuel García-Borrego (manoletus@uma.es)

Personal Investigador en Formación (FPU)
Universidad de Málaga (España)



RESUMEN

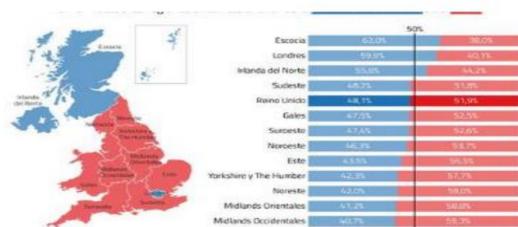
Los primeros ejemplos de periodismo de datos llegaron a España en 2011 de la mano de organizaciones ajenas a empresas periodísticas. Hoy en día aún se encuentra en fase embrionaria en muchos medios nacionales, mientras que en otros es prácticamente inexistente. En este estudio se plantea una comparación del periodismo de datos que se practica en las principales cabeceras del país, tanto nativas digitales como híbridas –versión web y en papel–, durante las elecciones generales del 20 de diciembre de 2015 y las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016. Los comicios se presentan como un terreno idóneo para el desarrollo de esta modalidad, favoreciendo la confrontación entre elecciones, partidos y circunscripciones y permitiendo distanciarse del abuso de declaraciones. El objetivo principal de esta investigación consiste en identificar las diferencias y similitudes en cuanto a las formas y formatos del periodismo de datos, determinando así la evolución que ha experimentado esta práctica mediática en los medios españoles. Para ello, se realizó un análisis de contenido de las piezas publicadas en *El Mundo*, *El País*, *El Confidencial* y *Eldiario.es*. Entre otras constataciones, se vislumbra que las cabeceras no aprovechan las posibilidades que ofrece esta modalidad para el tratamiento de cuestiones políticas, obedeciendo más a la inmediatez. Asimismo, se divisan alteraciones que aportan calidad, como la combinación de fuentes, y otras que lo deforman, como la escasez de publicación de datos en bruto y la falta de incorporación de detalles metodológicos.

INTRODUCCIÓN

La revolución de la conectividad ha transformado la práctica tradicional del periodismo, propiciando el nacimiento de novedosos perfiles como el del periodista de datos (Howard, 2014).

Pese a encontrarse en fase de desarrollo en algunos países, varios informes atestiguan que el futuro de la profesión reside en el periodismo de datos, subrayando la necesidad de “tratamiento de datos masivos, aplicándoles criterios periodísticos con nuevas herramientas” (Toyoutome, 2015).

Aunque el periodismo de datos pueda usarse en todas las áreas del periodismo, esta especialización adquiere mayor relevancia en la información política, debido al aumento del interés de la ciudadanía por el gasto de los gobiernos.



Rural y viejo: así es el voto que ha dado la victoria al Brexit

POR A. BLANCO | 4

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Existen tres tipos de estudios relacionados con el periodismo de datos (Loosen, Reimer and Schmidt, 2017):

1. Conceptualización del periodismo de datos.
2. Actores involucrados en su producción.
3. Análisis del periodismo de datos que se practica.

En el ámbito nacional e internacional no existe ninguna investigación que realice una confrontación similar que determine las características de esta materia y cómo ha evolucionado en las redacciones.

OBJETIVOS

1. Determinar la presencia del periodismo de datos.
2. Establecer una comparación en la práctica del periodismo de datos.
3. Identificar las diferencias y semejanzas en cuanto a formas y formatos del periodismo de datos.
4. Determinar las características y evaluar la evolución que han experimentado.

METODOLOGÍA

—**Técnica: análisis de contenido.** Este método nos permitiría “descubrir el ADN de los mensajes mediáticos” (Igartua, 2006:181).

—**Periodo de análisis:** Elecciones generales del 20D de 2015 y elecciones estadounidenses de 2016. Los periodos electorales son “un terreno idóneo para desplegar su potencial” (Teruel y Blanco, 2015).

—**Edición:** digital/web. Es aquí donde el periodismo de datos está más desarrollado y donde ofrece más posibilidades como la interacción.

—**Medios:** *El Mundo*, *El País*, *Eldiario.es* y *El Confidencial* (mayor número de usuarios únicos al mes según Comscore).

DIMENSIÓN	CATEGORÍAS DE ANÁLISIS
Datos generales	Medio, edición, fecha, sección, autor, titular, antetítulo, subtítulo y URL
Características formales	Fotografías, importancia o emplazamiento, extensión del texto y elementos gráficos
Contenido	Temática, género, manera de comunicar, fuentes (nº y tipo), ¿contextualiza?, ¿el texto explica el gráfico?, metodología y calidad
Visualizaciones de datos	Tipo, título, fuente, combinación fuentes, autor, ejes, interactividad, jerarquía, proporciones, leyenda, colores, utilidad, detalles metodológicos, herramienta y datos en bruto

Tabla I. Resumen de variables a analizar. Elaboración propia.

RESULTADOS

- Apuestan por el uso de datos, aunque no se ha sacado todo el provecho a los recursos facilitados por internet.

	<i>El Mundo</i>	<i>El País</i>	<i>El Conf.</i>	<i>eldiario.es</i>	TOTAL
Nº PIEZAS	17	36	24	18	95
VISUALIZACIÓN EN LAS PIEZAS	17	80	53	30	180

Tabla II. Relación de piezas y visualizaciones analizadas. Elaboración propia.

- **Mejoras:** combinación de fuentes (narración y visualizaciones). Si bien, se ciñen a las documentales.
- **Retroceso:** escasa publicación de datos en bruto y falta de detalles metodológicos (a favor de la transparencia).
- **Similitudes:** el número de piezas de calidad no varía (13 durante el 20D y 14 en las presidenciales de EEUU), en el uso de los hipertextos, en las herramientas empleadas en la confección y en las formas de comunicar (predomina la mezcla de narración y visualización).

CONCLUSIONES

- *El País* es el medio que más ha evolucionado. En 2016 se incorporó la figura del periodista de datos a la redacción.
- Necesidad de artículos que combinen cifras y fuentes personales.
- El principal error de los medios ha sido ajustar el periodismo de datos a las meras visualizaciones.
- La necesidad de inmediatez en periodos electorales eclipsa al buen periodismo de datos.

REFERENCIAS

- Howard, A. B. (2014). *The art and science of data-driven journalism*. Nueva York: Tow Center for Digital Journalism.
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Knight, M. (2015). “Data Journalism in UK: a preliminary analysis of form and content”. En: *Journal of Media Practice*, 16:1, pp. 55-72.
- Loosen, W., Reimer, J. & Schmidt, F. (2017). Data-driven reporting: An on-going revolution? An analysis of projects nominated for the Data Journalism Awards 2013-2016. *Journalism*, pp. 1-18. DOI: 10.1177/146488491773561
- Lynn, M.; Hermida, A.; y Fulda J. (2017). “What Makes for Great Data Journalism?”. *Journalism Practice*. ISSN: 1751-2794.
- Parasie, S. y Dagiral, E. (2012). “Data-driven journalism and public good: “Computer-assisted-reporters” and “programmer-journalists” in Chicago”. *New Media & Society*, Vol. 15(6), pp. 853-871.
- Tabary, C. Provost, A. M. y Trottier, A. (2016). “Data journalism’s actors, practices and skills: A case study from Quebec”. En: *Journalism*, Vol. 17 (1), pp. 66-84.
- Teruel, L. y Blanco, E. (2015). “La incipiente apuesta por el periodismo de datos en el análisis político y electoral español”. En: *La pantalla insomne. Cuadernos Artesanos de Comunicación*. Nº 90, pp. 1107-1128. Universidad de La Laguna: Tenerife. DOI: 10.4185/cac90.
- Toyoutome blog (2015). “Los medios en 2020: Así serán la prensa, la radio y la televisión”. En: toyoutome.es.

Las cualidades necesarias de un buen periodista: un análisis factorial a partir de las opiniones de los estudiantes

Manuel García-Borrego (manoletus@uma.es) y Alba Córdoba-Cabús (albacordoba@uma.es)

Personal Investigador en Formación (FPU)
Universidad de Málaga (España)



RESUMEN

Dentro de los estudios sobre profesión periodística han sido habituales, especialmente en el ámbito internacional, los trabajos sobre las principales cualidades que debe tener un buen periodista. Para ello se ha encuestado tanto a profesionales como a estudiantes de Periodismo, de especial interés al reflejarse en ellos tanto la formación recibida como la influencia del primer contacto con la realidad laboral.

Por lo general, estos estudios hallaron un declive en la importancia de atributos relacionados con el sentido de la justicia en pos de competencias más orientadas a las necesidades de la realidad laboral (Hovden y Ottosen, 2016).

Esta comunicación presenta los resultados de dos encuestas en años consecutivos a dos promociones de estudiantes de la Universidad de Málaga y la Complutense de Madrid (n=1.779), en las que se les pregunta sobre la importancia que conceden a 13 cualidades relacionadas con el ejercicio del periodismo. Posteriormente se hizo un análisis factorial exploratorio (EFA) para que afloraran las principales dimensiones latentes.

La matriz de componentes rotados (KMO=0,875; varianza explicada=52,7%) agrupó las variables en tres núcleos en función del prototipo de periodista al que responden. Los modelos son el del periodista 'de redacción' —el menos popular: más orientado al mercado por su polivalencia, capacidad de realizar tareas diversas y respeto por la institución donde trabaja—, el 'de raza' —el más popular: curioso, experto en su campo y con amplia cultura general— y el 'de principios' —en el que priman atributos como el espíritu crítico o la fortaleza de los ideales—.

INTRODUCCIÓN

El estudio sobre las cualidades más importantes que debe comportar un buen periodista no ha gozado de demasiada repercusión en el plano internacional pese a que su relevancia es crucial a la hora de comprender los valores reinantes en cada cultura profesional (Splichal y Sparks, 1994; Deuze, 2006; Hovden et al., 2009; Kirat, 2016; Hovden y Ottosen, 2016).

La literatura distingue habitualmente entre cuatro tipos de cualidades:

- 1) Conocimiento profesional (*professional knowledge*)
- 2) Habilidades prácticas (*practical skills*)
- 3) Cualidades personales (*personal traits*)
- 4) Valores personales (*personal values*)

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Son los países escandinavos los que en mayor medida han contribuido al estudio sobre las cualidades más valoradas por los estudiantes de Periodismo y su evolución.

En ese sentido, Hovden y Ottosen (2016) recordaban que, al ejercer la profesión, los estudiantes noruegos comenzaban a “mostrar una actitud menos idealista y una mayor identificación con las prioridades de la redacción”, sustituyendo con ello sus anteriores ideales por unos más “prácticos” y orientados al mercado laboral.

OBJETIVOS

—Agrupar en factores las cualidades que los futuros periodistas consideran más importantes para desempeñar su profesión, otorgándole una denominación que facilite la obtención de perfiles.

—Conocer cuál es la dimensión más popular entre los estudiantes y cuál la más rechazada.

METODOLOGÍA

Se realizaron dos encuestas en años consecutivos a dos promociones del Grado en Periodismo de las universidades de Málaga y Complutense de Madrid.

El primer cuestionario se repartió entre los estudiantes de primero y segundo durante el primer cuatrimestre del curso 2017-2018 (n=1.087); el segundo, al mismo grupo cuando cursaban Segundo y tercero, respectivamente (n=692).

Las trece variables dependientes utilizadas se tomaron de estudios previos o se crearon *ad hoc*. Los estudiantes debían reflejar el grado de importancia que le otorgaban a cada una de ellas en una escala Likert de 0 a 10 puntos. Una vez tabuladas las puntuaciones, el análisis factorial se realizó con SPSS.

Descripción de la muestra:

El 78,9% de los encuestados provenía de la UCM frente al 21,1% de la UMA. La mayoría eran mujeres (62,1%), como es habitual en estos estudios, y la edad media alcanzaba los 19,6 años (DT=2,419).

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0,875
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	4711,046
	gl	66
	Sig.	0

Tabla I. Estadísticos del análisis factorial exploratorio.

RESULTADOS

Matriz de componentes rotados	1	2	3
Dedicación y lealtad a la empresa	0,816		
Respeto por las normas de la redacción	0,660		
Disponibilidad y dedicación horaria	0,586		
Uso de nuevas tecnologías (edición, multimedia, redes...)	0,482		
Capacidad de escritura literaria y original, creatividad	0,459		
Curiosidad		0,74	
Cultura y conocimiento general		0,684	
Eficiencia y rapidez		0,610	
Conocimiento específico del área donde se desempeña		0,493	
Sentido de la justicia			0,789
Idealismo y fortaleza de principios			0,781
Espíritu crítico e inconformista			0,623
Varianza explicada	33,8%	10,5%	8,4%
Media (0-10)	7,83	8,65	8,26

Método de extracción: análisis de componentes principales. Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

Tabla II. Matriz de componentes rotados.

CONCLUSIONES

Existen tres tipos de perfiles según las cualidades valoradas:

1. Periodista de redacción. Con un perfil de empresa, polivalente y enfocado a la práctica. Menos popular.
2. Periodista de raza. Con un perfil más humanista, amplios conocimientos y curiosidad. Más popular.
3. Periodista de principios. Se le da más importancia a los ideales y la capacidad crítica. Popularidad media.

REFERENCIAS

- Deuze, M. (2006). Global Journalism Education, *Journalism Studies*, 7 (1), 19-34.
- Hovden, J. F., Bjørnsen, G., Ottosen, R., Willig, I. y Zilliacus-Tikkanen, H. (2009). The Nordic Journalists of Tomorrow. *Nordicom Review*, 30 (1), 149-165.
- Hovden, J.F. y Ottosen, R. (2016). New Times, New Journalists? Nordic Journalism Students Entering an Age of Uncertainty. En Hovden, J.F.; Nygren, G.; Zilliacus-Tikkanen, H. (2016), *Becoming a journalist. Journalism education in the Nordic countries*. Gotemburgo: Nordicom.
- Kirat, M. (2016). A profile of journalists in Qatar: traits, attitudes and values. *The Journal of International Communication*, 22 (2), 171-187.