

Periodismo de datos: el *big data* como elemento  
diferenciador sociocultural e insuficiencia de la Ley de  
Transparencia en España

Leonardo Alberto La Rosa Barrolleta

Tesis depositada en cumplimiento parcial de los requisitos para el grado  
de Doctor en

Investigación en Medios de Comunicación

Universidad Carlos III de Madrid

Directora:

María Teresa Sandoval Martín

Tutora:

María Teresa Sandoval Martín

Getafe, mayo de 2019

Algunos derechos reservados. Esta tesis se distribuye bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.



*A mi querido hijo,  
a mi paciente esposa,  
a mis abnegados padres,  
a mi combativo hermano,  
a mis comprensivos suegros.*



## AGRADECIMIENTOS

Esta tesis doctoral se inscribe dentro del proyecto de investigación ‘Big data, redes sociales y periodismo de datos: aplicación de las herramientas de monitorización al análisis de fuentes y contenidos periodísticos’, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad dentro del Plan Nacional ‘Proyectos de I+D+i, del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación orientada a los Retos de la Sociedad’. Referencia: CSO2013-47767-C2-1-R.

Me gustaría expresar el más cálido y sincero de los agradecimientos a todas aquellas personas que me han acompañado en este camino. Sin ellos no hubiera sido posible culminar esta investigación.

A María Teresa Sandoval Martín, sin cuyos apoyos profesionales y personales, como directora de tesis y amiga, no hubiera podido continuar con esta etapa profesional de la manera en que lo he hecho.

A Carlos Elías Pérez, quién me ha proporcionado herramientas para dar a conocer mi trabajo durante mis estudios de doctorado, incentivando así las ganas de embarcarme en la carrera académica pese a todas sus dificultades.

A los periodistas de datos Belén Picazo, David Ruiz, Frank Belyeu, Javier Galán, Jesús Escudero, Adrián Blanco, Paula Guisado, Hugo Garrido, Steve Doig y Teemo Tebest. Su labor diaria y buena disposición han hecho posible esta investigación.

Al profesor José Luis Dader, siempre dispuesto a compartir sus conocimientos y a ayudar a las nuevas generaciones a mantener viva la flama del periodismo de precisión.

A Helen Darbishire, activista incansable que tanto ha hecho por la transparencia. Sus experiencias y perspectivas han sido muy importantes.

Al profesor Turo Uskali, quién me ha recibido con los brazos abiertos en Finlandia. Un estudioso del periodismo de datos siempre dispuesto a compartir sus conocimientos.

Al profesor Heikki Kuutti. Sus décadas de experiencia en transparencia y periodismo han aportado mucho a esta tesis.

A mi querido hijo, que con sus tiernos meses de vida me ha enseñado más de lo que creí haber aprendido en mis casi cuatro décadas de existencia.

A mi combativo hermano, que me ha enseñado que todo es superable en esta vida con la cabeza fría. Sus correcciones idiomáticas también han ayudado a mejorar la presente investigación.

A mi esposa María José y sus padres, Marcelo y Chelo, que han sido un soporte fundamental en esta complicada etapa de mi vida.

Y a mis padres, cuyo tesón en superar adversidades me ha tranquilizado en los momentos más difíciles. Sé que este humilde trabajo les llenará de orgullo.



## CONTENIDOS PUBLICADOS Y PRESENTADOS

Contenidos publicados y presentados como parte del proyecto ‘Big data, redes sociales y periodismo de datos: aplicación de las herramientas de monitorización al análisis de fuentes y contenidos periodísticos’, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad dentro del Plan Nacional ‘Proyectos de I+D+i, del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación orientada a los Retos de la Sociedad’. Referencia: CSO2013-47767-C2-1-R:

- Sandoval-Martín, M., La-Rosa, L. (2018). Big data as a differentiating sociocultural element of data journalism: the perception of data journalists and experts. *Communication & Society* 31(4), 193-208. DOI 10.15581/003.31.4.193-209
  - Artículo científico incluido parcialmente en los capítulos I, III y V. Forma parte de los resultados obtenidos en la estancia internacional. El material de esta fuente incluido en la tesis no está señalado por medios tipográficos ni referencias
- L La-Rosa y T Sandoval-Martín (2016): “La insuficiencia de la Ley de Transparencia para el ejercicio del Periodismo de datos en España”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 1.208 a 1.229 DOI: 10.4185/RLCS-2016-1142
  - Artículo científico incluido parcialmente en los capítulos I, III, V y VI. El material de esta fuente incluido en la tesis no está señalado por medios tipográficos ni referencias.
- L La-Rosa, T Sandoval-Martín (2016): “The Transparency Law’s insufficiency for Data Journalism’s practices in Spain”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 1.208 to 1.229. DOI: 10.4185/RLCS-2016-1142en
  - Traducción al inglés del artículo anterior, incluido parcialmente en los capítulos I, II, V y VI. Se incluye en la presente página por tener un DOI propio. El material de esta fuente incluido en la tesis no está señalado por medios tipográficos ni referencias.
- La-Rosa, L. y Sandoval-Martín, T. (2016). “Repercusión de la Ley de Transparencia en el Periodismo de datos en España”, en *Periodismo de datos*, Elena Blanco Castilla (coord.), CAC112. La Laguna (Tenerife): DOI: 10.4185/cac112
  - Capítulo de libro incluido parcialmente en los capítulos I, III y V. El material de esta fuente incluido en la tesis no está señalado por medios tipográficos ni referencias.





# ÍNDICE

Resumen .....	5
Abstract .....	9
INTRODUCCIÓN .....	13
CAPÍTULO I .....	19
JUSTIFICACIÓN Y MARCO TEÓRICO .....	19
I.1. Ley de Transparencia y periodismo de datos en España .....	20
I.2. Periodismo de datos en el campo académico .....	24
I.3. Marco teórico en torno al <i>big data</i> como elemento diferenciador del periodismo de datos ....	26
I.3.1. Hipótesis, objetivos y preguntas de investigación subordinadas .....	29
I.4. Marco teórico en torno a la influencia de la Ley de transparencia en el periodismo de datos español .....	31
I.4.1. Hipótesis, objetivos y preguntas de investigación subordinadas .....	32
CAPÍTULO II .....	35
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	35
II.1. Metodología de las entrevistas en profundidad .....	35
II.1.1. Diseño de la entrevista estándar no programada .....	38
II.1.2. Cuestionario de las entrevistas .....	39
II.1.3. Transcripción y análisis de las entrevistas .....	65
II.1.3.1. Transcripción de las entrevistas .....	66
II.1.3.2. Análisis de las entrevistas: condensación del significado .....	69
II.2. Metodología del Análisis de Contenido .....	71
II.2.1. Marco teórico del análisis de contenido .....	71
II.2.2. Componentes del análisis de contenido .....	80
CAPÍTULO III .....	103
MARCO CONCEPTUAL .....	103
III.1. Evolución y estado actual del concepto Periodismo de Datos .....	103
III.1.1. Definiendo Periodismo de Datos .....	106
III.1.2. Antecedentes del Periodismo de Datos .....	112
III.1.3. Aspectos fundamentales de un periodismo de datos enmarcado en el <i>big data</i> como fenómeno sociocultural .....	117
III.2. Propuesta para una definición actualizada de Periodismo de Datos .....	131
CAPÍTULO IV .....	133
ESTADO DE LA CUESTIÓN .....	133

IV.1. El uso de bases de datos en el periodismo: desde el PP y el CAR hasta la relación <i>big data</i> y periodismo en el PD .....	136
IV.2. El PD como lo conocemos en la agenda investigadora.....	138
IV.2.1. Preocupaciones en torno a la formación del periodista de datos en la agenda investigadora: la alfabetización de datos.....	140
IV.2.2. Perspectiva sociológica en los estudios sobre PD.....	142
IV.2.3. Visualización de los datos en el PD y su conexión con otras ramas del conocimiento....	144
IV.2.4. La hibridación de distintos campos del conocimiento en la agenda investigadora sobre PD .....	146
IV.2.5 Hibridación cultural, datos abiertos y valores democráticos en el PD .....	148
CAPÍTULO V .....	151
RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD .....	151
V.1. El periodismo de datos es, ante todo, periodismo: valores periodísticos en el PD.....	151
V.1.1. Valores periodísticos y herramientas tecnológicas.....	152
V.2. Perfil del periodista de datos .....	153
V.3. La necesidad de equipos multidisciplinares en el PD.....	156
V.3.1. Estructura y dinámica de los equipos de PD .....	159
V.4. El futuro del PD español en la estructura y dinámica de los medios de comunicación.....	161
V.5. El PD español está en un estado incipiente .....	164
V.6. Cultura de la transparencia: el problema de acceder a información pública en España.....	166
V.6.1. Incumplimiento e insuficiencia de la Ley de Transparencia .....	170
V.6.2. La Ley Orgánica de Protección de Datos como traba para solicitar información pública	172
V.6.3. El Consejo de Transparencia, su capacidad sancionadora y la falta de organismos de arbitraje independientes a nivel autonómico .....	175
V.6.6. La Ley de Transparencia como ley de mínimos.....	176
V.7. La visión de periodistas de datos internacionales y expertos: definición de periodismo de datos y el perfil del periodista de datos.....	177
V.7.1. Cuantificación de hechos noticiables y reforzamiento de valores periodísticos en el PD	182
V.7.2. Relación entre perfiles, procesos y equipos en el PD .....	183
V.7.3. Cultura de la transparencia en el PD: <i>open data</i> y filosofía de datos abiertos.....	190
V.7.4. Estado del PD en EEUU, Finlandia, países nórdicos y Europa .....	193
V.7.5. Cultura de la transparencia en la administración pública y el derecho de acceso a la información: PD, leyes de transparencia y cultura burocrática .....	197
V.8. Resumen analítico de resultados .....	209
V.8.1. Caracterización del periodismo de datos a través del <i>big data</i> como elemento diferenciador de otras formas de periodismo .....	209
V.8.2. Ley de Transparencia y surgimiento del PD en España.....	213
V.8.3. Insuficiencia de la Ley de Transparencia.....	214

V.8.4. Cultura de la transparencia en España e incumplimiento de la <i>Ley 19/2013 de transparencia y buen gobierno</i> .....	216
V.8.5. Desequilibrio entre la LOPD y la Ley de Transparencia .....	218
CAPÍTULO VI.....	221
RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO .....	221
VI.1. Perspectiva general.....	222
VI.1.1. Periodización de la muestra .....	223
VI.2. Resultados según el género periodístico .....	226
VI.2.1. Noticias.....	229
VI.2.2. Reportajes .....	254
VI.2.3. Opinión.....	272
VI.2.4. Entrevistas.....	286
VI.3. Resultados por temas.....	288
VI.3.1. Análisis temático .....	289
VI.4. Resumen analítico de resultados .....	314
VI.4.1. Impera el artículo noticioso y la reproducción interesada de las propias fuentes.....	314
VI.4.2. Las noticias sin reproducción directa de fuentes interesadas de <i>Eldiario.es</i> , <i>El Mundo</i> y <i>Elconfidencial.com</i> usaron la transparencia para presionar en la política y políticas públicas de transparencia.....	318
VI.4.3. Los reportajes con fuentes múltiples y autoría nominal de <i>Elconfidencial.com</i> , <i>Eldiario.es</i> y <i>El Mundo</i> usaron la transparencia para presionar en la política y políticas públicas de transparencia.....	319
VI.4.4. <i>El Mundo</i> intentó influir en la política y políticas públicas de transparencia a través de sus editoriales mientras que <i>Eldiario.es</i> y <i>Elconfidencial.com</i> lo hicieron a través de artículos de opinión.....	320
VI.4.5. Los periodistas de <i>Eldiario.es</i> , <i>Elconfidencial.com</i> y <i>El Mundo</i> han intentado posicionar la insuficiencia e incumplimiento de la ley de transparencia como tema fundamental de cara a la opinión pública .....	321
CAPÍTULO VII.....	325
CONCLUSIONES .....	325
CONCLUSIONS.....	333
BIBLIOGRAFÍA.....	339
Referencias bibliográficas.....	339
Referencias hemerográficas.....	385
Otras referencias .....	401
ÍNDICE DE TABLAS.....	407
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	411
ÍNDICE DE IMÁGENES .....	415

ANEXOS.....	417
ANEXO 1 .....	417
Imagen de búsqueda avanzada en web of science .....	417
ANEXO 2 .....	419
Imagen de búsqueda avanzada de <i>MyNews</i> .....	419
ANEXO 3 .....	420
Agrupación de las fechas de la muestra por número de días .....	420
ANEXO 4 .....	421
Frecuencia y porcentaje de publicaciones por fechas .....	421
ANEXO 5 .....	426
Agrupación de subtemas en función de los temas .....	426

## RESUMEN

Periodismo de precisión (PP) y periodismo asistido por ordenador o CAR (*Computer Assisted Reporting*) son términos que han acompañado desde las dos últimas décadas del siglo XX al periodismo de datos (PD) y al periodismo basado en datos (DDJ por las siglas en inglés de *Data Driven Journalism*), tanto en el campo profesional como en el académico. Sin embargo, desde finales de la primera década del siglo XXI y más concretamente desde las primeras filtraciones masivas de *Wikileaks* en 2010, el periodismo de datos ha tenido un importante desarrollo hasta nuestros días al incorporar elementos de un contexto tecnológico y sociocultural no existente cuando surgieron el PP y el CAR el siglo pasado: el *big data*.

En España esto se ha visto reflejado en el nacimiento de diversos equipos de periodismo de datos tanto en medios de comunicación tradicionales como en recientes nativos digitales, los cuales a su vez están relacionados de alguna manera con los primeros colectivos de emprendedores y activistas por la transparencia que ejercieron por vez primera esta disciplina en nuestro país. Como fenómeno, el PD ha ido creciendo en España en paralelo a la promulgación de la primera ley de transparencia. Por esta razón nos hemos propuesto abordar el estudio del PD español y su relación con la *Ley 19/2013 de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno* tomando en consideración al *big data* como contexto sociocultural y tecnológico en el cual se ha estado desarrollando.

La presente investigación busca diferenciar el PD como disciplina periodística de otras ya existentes -como PP y CAR- desde el enfoque que proporcionan los estudios de ciencia, tecnología y sociedad, al centrar la noticia como objeto limítrofe entre periodistas, programadores, diseñadores y otros actores culturales que ahora forman parte del proceso de producción noticiosa. Además, tomando en cuenta que, según la sociología del periodismo

computacional, sus prácticas dependen de diversas instituciones sociales y artefactos tecnológicos que yacen fuera de su campo, buscamos determinar qué elementos de la ley de transparencia española han afectado al ejercicio del PD y como ha respondido este sector profesional a estos efectos.

Para alcanzar estos objetivos se han realizado 14 entrevistas semi-estructuradas en profundidad entre 2015 y 2017 a periodistas de datos españoles (8), de EEUU (1) y Finlandia (1); a expertos académicos de España (1) y Finlandia (2) en PP, PD y transparencia, y a una experta en leyes de transparencia y acceso a la información pública en España, Europa y América Latina. Además, se ha realizado un análisis de contenido -basado en la *agenda setting*- con una muestra que cuenta con 231 unidades de análisis, el cual describe la manera en que algunos medios de comunicación españoles con unidades de datos (*Eldiario.es*, *El Mundo* y *Elconfidencial.com*) han posicionado la transparencia como tema relevante de cara a la opinión pública entre junio y diciembre de 2015, en contraposición a un medio sin unidad de datos (*El País*). Las fechas de esta muestra han sido idóneas para medir como los medios de comunicación con unidades de datos influyeron a través de la opinión pública en la agenda política, coincidiendo con la irrupción de nuevas fuerzas políticas a mediados de 2015 y las elecciones generales a finales de ese año. En este período también se cumple el primer aniversario de funcionamiento del portal de transparencia, lo cual supone meses de experiencia por parte de los periodistas de datos en peticiones de información pública a través de este.

De esta manera, mientras con las entrevistas en profundidad hemos podido demostrar que el *big data* es un elemento diferenciador del PD debido a que se trata de un contexto sociocultural en donde la filosofía de datos abiertos, el *software* libre, el trabajo colaborativo y en equipo forman parte de su identidad, tanto con las entrevistas como con el análisis de contenido logramos probar lo siguiente: 1- la *Ley 19/2013 de transparencia, acceso a la*

*información pública y buen gobierno* ha impulsado al periodismo de datos en España a pesar de su insuficiencia e incumplimiento, 2- la insuficiencia de la ley ha estancado al PD en un estado todavía incipiente, y 3- el incumplimiento de la ley se debe a una falta de cultura de transparencia en la administración pública española. Además, a través del análisis de contenido también comprobamos que el sector del periodismo de datos en España ha influido en la agenda política al exponer a la opinión pública las mismas insuficiencias de la ley señaladas en las entrevistas en profundidad.

PALABRAS CLAVE: periodismo de datos, *big data*, transparencia, open data, visualización, periodismo de precisión, periodismo asistido por ordenador.





## ABSTRACT

Precision Journalism (PJ) and Computer Assisted Reporting (CAR) are terms that have been accompanied by Data Journalism (DJ) and Data Driven Journalism (DDJ) the last two decades of the Twentieth century, both in the professional and academic field. However, since the late 2000s and more precisely since the first massive leaks of Wikileaks in 2010, DJ has been having an important development till our days by incorporating elements of a technologic and sociocultural context non existing when PJ and CAR emerged the last century: Big Data.

This has been reflected in Spain with the birth of several data journalism teams in both traditional and native digital media, which in their turn are related somehow with the first entrepreneurs' collectives and transparency activist that exercised this discipline in our country. As a phenomenon, DJ has been growing in Spain while the first Transparency Act was enacted. For this reason, we have proposed to address the study of Spanish DJ and its relation to the 'Law 19/2013 of transparency, access to public information and good governance' (Transparency Law) taking into consideration Big Data as a technologic and sociocultural context in which it has been developing.

This research aims to differentiate DJ as a journalistic discipline from others already existing - such as PJ and CAR- from a viewpoint taken from the science and technology studies, focusing the news as a boundary object between programmers, designers, journalists and other cultural actors that now are part of the news production process. Besides, taking into account that according to the sociology of computational journalism, its practices depends on diverse social institutions and technological artifacts that lie outside its field, we aim to determine which elements of the Spanish Transparency Law have affected the DJ practices and how this professional sector has responded to these effects.

In order to accomplish these objectives 14 in-depth interviews were made from 2015 to 2017 to data journalists from Spain (8), EEUU (1) and Finland (1); PP, PD and transparency academic experts from Spain (1) and Finland (2); and one expert in transparency acts y access to public information in Spain, Europe and Latin America. Besides, a content analysis -based on Agenda Setting- has been made with a sample of 231 units of analysis, which describes the way that some Spanish media with data desks (*Eldiario.es*, *El Mundo* y *Elconfidencial.com*) have positioned transparency as a relevant theme to the public opinion between June and December 2015, in contrast to a media without a data desk (*El País*). The dates of this sample have been suitable to measure how the media with data desks have influenced the political agenda trough the public opinion, coinciding with the irruption of new political forces in the middle of 2015 and the general elections at the end of that year. In this period is also the first anniversary of the transparency web site functioning, which means month of experience by data journalists in asking for public information through it.

Thus, while with the in-depth interviews we have proven that Big Data is a differentiating element of DJ because is a sociocultural context where the philosophy of Open Data, free software, collaborative and team work are part of its identity, with both the in-depth interviews and the content analysis we have accomplished to prove the following: 1- the 'Law 19/2013 of transparency, access to public information and good governance' has impuled data journalism in Spain despite of its insufficiency and breach, 2- the insufficiency of the law has stagnated DJ in a still incipient state, and 3- the breach of the law is due to a lack of transparency culture in the Spanish public administration. Besides, through the content analysis we have also proved that the DJ sector in Spain have influenced the political agenda by exposing to the public opinion the same insufficiencies of the law identified in the in-depth interviews.

Key words: data journalism, big data, transparency, open data, visualization, precision journalism, computer assisted reporting.



## INTRODUCCIÓN

El uso de métodos de las ciencias sociales y de herramientas computacionales para el análisis de bases de datos en el periodismo ha recibido varias definiciones desde que Philip Meyer popularizara el periodismo de precisión (PP) en la década de los setenta del siglo XX. Términos como periodismo asistido por ordenador o *computer assisted reporting* (CAR) acompañaron al PP durante el resto del siglo XX hasta la aparición, a finales de siglo y comienzos del actual, de otros términos que se relacionan más con la red de redes, tales como periodismo digital y periodismo 2.0 entre otros. La convergencia en las redacciones en los últimos tiempos y la nueva cultura periodística como consecuencia del uso y tratamiento de grandes cantidades de datos en la red (Barbosa & Torres, 2013) de la última década, trajo consigo un término que parecía englobar todo esto: periodismo de datos (PD) o periodismo basado en bases de datos (DDJ)<sup>1</sup>. Sin embargo, no fue hasta las filtraciones de *Wikileaks* en 2010 cuando el PD se diferenció de manera sustancial de otros términos relacionados con el tratamiento de datos en red en el periodismo.

En este sentido, el PD incorporó elementos de la cultura de la transparencia de la era del *big data*, entorno tecnológico y sociocultural que, además de conllevar vertiginosos avances tecnológicos y la irrupción de numerosas tecnologías disruptivas, implica la influencia del movimiento *open data* en diversos campos del conocimiento, la sociedad civil y la estructura administrativa de los Estados nación contemporáneos.

---

<sup>1</sup> DDJ son las siglas de *Data Driven Journalism* o periodismo basado en datos, mencionado por muchos como periodismo de bases de datos o periodismo de datos.

## ***Big data* y periodismo**

En la actualidad *big data* no se concibe como “meramente una transición tecnológica hacia un diluvio de datos” (Lewis & Westlund, 2015: 448), en tanto que no se considera como un fenómeno unitario (Boellstorff, 2013). Boyd y Crawford (2012:663) lo definen como un fenómeno cultural, tecnológico y académico que yace en la interacción de la tecnología, el análisis y la mitología. En el ámbito periodístico, *big data* necesita estar en abierto (Elías, 2015) y está asociado a la transparencia, rendición de cuentas, accesibilidad, uso público, gratuito y reutilizable. Según los académicos en periodismo y comunicación, Seth Lewis y Oscar Westlund, *big data* implica “una compleja amalgama de abundancia digital, técnicas de análisis emergentes, mitología sobre las percepciones basadas en datos y una creciente crítica sobre la totalidad de las consecuencias de las prácticas del *big data* para la democracia y la sociedad” (Lewis & Westlund, 2015:447).

## **Periodismo de datos y transparencia**

En las distintas sociedades contemporáneas organizadas en Estado-nación y con derecho de acceso a la información pública, la transparencia tiende a relacionarse con la necesidad de estas por conocer las reglas, normas y procedimientos de los distintos ámbitos del Estado, así como en la obligación de sus gobiernos de dar cuenta a los ciudadanos de sus actos. Es así como el periodismo y la transparencia han estado de alguna forma siempre vinculados a través de una de las funciones más importantes que esta profesión ejerce en las sociedades democráticas: la rendición de cuentas o *accountability*.

El primer país del mundo que reconoció y reguló con una ley específica el derecho fundamental de acceso a la información pública fue Suecia, que en 1766 legalizó el acceso público a los documentos del Parlamento y del Gobierno en la llamada edad de la libertad, denominada así por el historiador sueco Jonas Nordin debido a que durante dos generaciones

Suecia fue gobernada por el Parlamento (Altares, 2016). La primera ley de este tipo en España no se dio hasta 1992, con la *Ley 30/1992, de 26 de noviembre de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común* (BOE, 1992), la cual según la ONG experta en transparencia Access Info Europe era una provisión que no establecía un acceso a toda la información en manos de las entidades públicas, sino un acceso mucho más limitado que no cumplía con las garantías mínimas establecidas internacionalmente (Access Info Europe, 2010). En este sentido y tomando la definición jurídica de Transparencia como el deber que tienen todos los poderes públicos de dar razón de sus actos y de explicar razonada y razonablemente su actuación (Arenilla & Redondo, 2011), no puede hablarse de leyes de transparencia en la Unión Europea hasta el *Reglamento (CE) n° 1049/2001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2001, relativo al acceso del público a los documentos del Parlamento Europeo, del Consejo y de la Comisión* (DOCE, 2001).

A partir de este reglamento y las leyes de transparencia nacionales derivadas en el contexto de la UE se puede asegurar que el acceso a la información y su difusión están condicionados por los medios utilizados para llevarlas a cabo, en donde el progreso tecnológico ha modificado la doctrina jurídica (Lasagabaster, 2010). Es una perspectiva que obedece a visiones y prácticas propias de una cultura donde se establecen relaciones de confianza entre quién pide o exige transparencia y quién la otorga, características de una práctica social potenciadas por las nuevas tecnologías de comunicación y guiadas por la sinceridad y accesibilidad a toda la información vinculada. Es una cultura de transparencia propia de la sociedad red y que Himanen (2001) relaciona con la ética hacker del trabajo, al afirmar que el dinero deja de ser un incentivo y el beneficio se cifra en metas como el valor social que genera la labor emprendida, su transparencia y el libre acceso a la obra creada. En este sentido los colectivos vinculados con el activismo digital y de la transparencia han ayudado a transformar la manera

de entender una parte del periodismo al incorporar muchos de los elementos propios de la cultura de la transparencia y de la era del *big data* en sus prácticas. El resultado es lo que se conoce en la actualidad como periodismo de datos.

La presente tesis doctoral tiene en cuenta este entorno y pretende descubrir si en el ejercicio profesional de los periodistas de datos se refleja la cultura del *open data* o de datos abiertos y la transparencia, así como conocer la opinión de destacados expertos. Con ello buscaríamos diferenciar el periodismo de datos frente a otros periodismos que trabajan con el análisis de bases de datos para contar historias periodísticas. Del mismo modo, teniendo en cuenta que el PD contiene una cultura de la transparencia propia de los activistas hackers o *hacktivistas* con una ética hacker del trabajo (Himanen, 2001) que no era evidente en otras formas de periodismo, estudiaremos la relación entre la *Ley 19/2013 de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno* (BOE, 2013)<sup>2</sup> y el surgimiento y posterior desarrollo del periodismo de datos en España.

### **Estructura de la investigación**

En el primer capítulo de nuestra tesis encontraremos los planteamientos principales de la investigación y su justificación, para lo cual hemos contextualizado como se fue popularizando el PD en España. En este sentido expondremos brevemente su relación con diversos movimientos activistas por la transparencia desde sus inicios y su implementación en diversas redacciones, desde donde hemos podido detallar nuestras dudas en torno a su relación con la Ley de Transparencia y de qué forma pretendemos responder nuestras interrogantes en torno a esta disciplina periodística. Es entonces cuando se verá el marco teórico bajo el cual hemos basado nuestros objetivos y preguntas de investigación, las cuales serán expuestas junto a las hipótesis. Este apartado está dividido en dos debido a la forma en

---

<sup>2</sup> De ahora en adelante y a lo largo de todo el texto procuraremos referirnos a esta ley como Ley de Transparencia, con excepción de algunos casos en donde especificaremos su nombre completo.



que hemos planteado la investigación, con dos marcos teóricos que sustentan sus respectivas preguntas de investigación e hipótesis.

En el segundo capítulo se detalla la metodología utilizada, la cual hemos dividido en dos partes: entrevistas en profundidad y análisis de contenido. Para una mejor comprensión de nuestra metodología, los componentes metódicos propuestos por los autores en los que hemos basado nuestro diseño de investigación serán presentados junto con las modificaciones metodológicas que hemos realizado en función de los requerimientos de nuestro estudio. En este sentido es un capítulo extenso pero necesario, que relaciona los elementos teóricos y metodológicos con los que hemos basado nuestra investigación.

El tercer capítulo de la presente tesis es un marco conceptual que expone la evolución y estado actual del concepto periodismo de datos y sus antecedentes directos, como el PP y el CAR. Sólo así quedarán claras las diferencias entre estas tres disciplinas periodísticas, desde donde surgirá una propuesta de definición de PD basada en sus aspectos fundamentales.

El cuarto capítulo de nuestra tesis es el estado de la cuestión, el cual explora los enfoques investigativos del uso de bases de datos en el periodismo y del PD como se conoce en la actualidad. Este es un capítulo hermanado con el anterior debido a que ambos coinciden en muchos de los autores para lograr sus fines. Sin embargo, como todo estado de la cuestión este capítulo se centró en exponer las diversas investigaciones relacionadas con nuestra temática, mientras que el capítulo tres se enfocó más en las diferenciaciones conceptuales del PD respecto al PP y el CAR. Por último, en este cuarto capítulo exponemos a los autores del marco teórico de nuestro planteamiento y justificación de la investigación, revelando así información en torno a las principales corrientes investigativas de las que bebe nuestro estudio.

Los siguientes dos capítulos, el cinco y el seis, exponen los resultados de nuestra tesis: los de las entrevistas en profundidad (Capítulo V) y los del análisis de contenido (Capítulo VI). Ambos contienen un resumen analítico de resultados en sus respectivos apartados finales, en donde se aprecian mejor aquellos resultados clave para responder nuestras preguntas de investigación y confirmar -o refutar- nuestras hipótesis. Cada uno de estos apartados son la consecuencia de un minucioso análisis expuesto a lo largo de los apartados anteriores.

El capítulo VII son las conclusiones, que destaca el novedoso conocimiento que hemos logrado conseguir a través de los objetivos alcanzados, respondiendo las preguntas de investigación y sometiendo a comprobación las hipótesis planteadas en el primer capítulo. Contiene pocas páginas debido a lo condensado del conocimiento expuesto.

## CAPÍTULO I

### JUSTIFICACIÓN Y MARCO TEÓRICO

Uno de los momentos más significativos de movilización político-ciudadana de España en los últimos tiempos ha sido el 15M o movimiento de los indignados del 15 de mayo de 2011, el cual no solo derivó en asambleas ciudadanas en diversos barrios españoles, sino que además promovió la posterior movilización mundial del 15 de octubre de 2011 o 15-O, coincidiendo con el movimiento Occupy Wall Street. A partir de esta movilización mundial los activistas que formaban parte de las acampadas y asambleas empezaron a crear colectivos temáticos, entre los cuales destacaron los dedicados a la transparencia tales como OpenKratio, Qué Hacen Los Diputados, Sueldos Públicos, Filtrala.org y la Fundación Ciudadana CIVIO. Todos estos colectivos estuvieron vinculados de alguna u otra forma al surgimiento del periodismo de datos en España, al incorporar elementos de la cultura de la transparencia y técnicas de la era del *big data* en sus actividades.

En este contexto nace el grupo de trabajo de periodismo de datos del Medialab Prado de Madrid, en donde uno de los fundadores de CIVIO, David Cabo, junto con una de las periodistas de datos españolas más visible a nivel internacional y parte del Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación (ICIJ por las siglas en inglés de International Consortium of Investigative Journalists), Mar Cabra, hicieron equipo con varias personalidades del mundo del activismo por la transparencia y el periodismo de datos actual en España. En este sentido la actual directora del Proyecto de Transparencia del Ayuntamiento de Madrid y antigua miembro de una de las más prestigiosas ONGs de transparencia a nivel mundial (Access Info Europe), Victoria Anderica, junto con el ahora

renombrado infografista y periodista de datos español del *Miami Herald*, Alberto Cairo, hicieron parte de este equipo.

Miembros de este grupo ya hacían parte de movimientos activistas por la cultura digital libre y empoderamiento ciudadano – como por ejemplo Xnet-X.Net-, vinculados a su vez con grupos de periodismo de investigación como el ICIJ. Desde entonces se comenzó a oír cada vez más el término periodismo de datos en España y figuras como Mar Cabra cobraron cada vez más notoriedad tanto en el campo periodístico como en el del activismo digital. Proyectos de PD y transparencia de referencia en España como Tu Derecho A Saber (Access Info Europe) y España en llamas (CIVIO) se iniciaron en 2012 como parte de la vanguardia de periodismo de datos español que inició en 2011, con muchos de las personalidades mencionadas involucradas en estos proyectos y dando pie a que luego, en 2013, se inaugurara en el Medialab Prado el primer *Taller De Periodismo De Datos: Convirtiendo Los Datos En Historias* (Medialab Prado, 2013), espacio en donde participaron periodistas que ahora hacen parte de diversas unidades de datos en distintos medios de comunicación.

Es así como desde sus inicios el periodismo de datos español estuvo vinculado con el activismo digital y la transparencia, siendo el 2013 un año crucial para su posterior desarrollo. No sólo fue el año en que aparecieron los primeros equipos de periodismo de datos en redacciones (*Eldiario.es* y *Elconfidencial.com*), sino también en el que se publicó la Ley de Transparencia, habiendo así un paralelismo evidente entre el surgimiento del PD español en medios de comunicación y la ley.

### **I.1. Ley de Transparencia y periodismo de datos en España**

Los primeros equipos de periodismo de datos en redacciones españolas -como el Lab de *Eldiario.es* y la Unidad de Datos de *Elconfidencial.com*- surgen prácticamente en paralelo con la publicación de la Ley de Transparencia el 10 de diciembre de 2013. La ley entró en vigor

de forma escalonada: a nivel estatal el 10 de diciembre de 2014 y en las entidades locales el 10 de diciembre de 2015. Esto quiere decir que hasta diciembre de 2014 no se pudo realizar peticiones de información pública a través del portal de transparencia, lo cual es un hecho relevante si tomamos en consideración que desde los primeros equipos en redacciones en 2013 y 2014, hubo una explosión en esta disciplina periodística a lo largo de 2015, justo cuando ya se podían realizar peticiones de información pública.

La apertura hacia una mayor transparencia en España de forma escalonada coincidió con la popularización de esta disciplina periodística en medios de comunicación también de forma escalonada, con la aparición de unidades de datos en 2013 -*Eldiario.es* y *Elconfidencial.com*-, el Media Lab de *Vocento* en diciembre de 2014, El Mundo Data de *El Mundo* en enero de 2015 y el equipo de periodismo de datos de *La Sexta* en marzo de 2015 (Gaibar, 2015). A simple vista podría parecer que la Ley de Transparencia ha impulsado el PD en España, aunque si tomamos en cuenta que desde su gestación esta ley ha recibido numerosas críticas como el no haber sido incluida como derecho fundamental, la exclusión al acceso de muchos tipos de información y el doble silencio administrativo a la hora de negar una petición de información pública, podríamos estar ante otro tipo de escenario si tomamos en cuenta que las críticas al día de hoy no sólo son las mismas, sino que más bien se incrementan con el incumplimiento de los plazos para responder una solicitud, el DNI electrónico para solicitar información en el portal de la transparencia o la no implementación de la ley en algunas comunidades autónomas y organismos locales.

Las críticas a la ley comenzaron antes de su publicación en diciembre de 2013, desde el periodismo y la academia (Ventura, 2013; Magallón, 2013), así como desde el activismo por la transparencia en diversos medios de comunicación (Anderica, 2013b; Anderica & Cabo, 2013). Ese año, Jesús Lizcano Alvarez, presidente de Transparencia Internacional España y catedrático de la Universidad Autónoma de Madrid (1991-actualidad), afirmaba que, a pesar

de ese importante papel de avance social de la ley, “no va a ser en absoluto la mejor ley posible, ya que la misma contiene una serie de deficiencias que no se han subsanado en su tramitación parlamentaria final” (Lizcano, 2013). Dos años después Transparencia Internacional España publicó su informe *Recomendaciones y consideraciones de Transparencia Internacional España al Reglamento de desarrollo de la Ley de Transparencia*, en donde además de resaltar las mismas deficiencias que recibió la ley desde sus inicios, se criticó el rol y dependencia del Consejo de Transparencia y Buen Gobierno, el funcionamiento de las unidades de transparencia y las trabas al derecho de acceso a la información pública, entre las cuales se destacó “la ausencia de un régimen de infracciones y sanciones por incumplimiento” y “el régimen del silencio administrativo negativo” (Transparency International España, 2015:4). Con esto quedó claro que dos años después de la aprobación de la ley esta no sólo continuaba con los mismos problemas que se criticaban desde antes de su publicación, sino que además existían otras condiciones que limitaban su correcto cumplimiento y que salieron a la luz luego de su entrada en vigor.

Tres ejemplos claros de esta situación fue proyectada en distintos medios de comunicación entre 2013 y 2018. El 11 de septiembre de 2013, Victoria Anderica aseguraba en un artículo titulado “Una ley de transparencia que no nos saca de la opacidad” que la ley seguía planteando los mismos problemas desde el comienzo de su borrador: “no reconoce el derecho de acceso a la información como un derecho fundamental, excluye muchos tipos de información (...) establece un doble silencio administrativo negativo (...) y el Consejo de Transparencia no es independiente” (Anderica, 2013a). El 6 de enero de 2016 en un artículo titulado “Una transparencia de muy difícil acceso”, Elena Sevillano publicó que el “Defensor del Pueblo critica el sistema ‘excesivamente complejo’ y ‘disuasorio’ para pedir información al Gobierno” (Sevillano, 2016), aludiendo al DNI electrónico y otros elementos que dificultaban la petición de información pública a través del portal de la transparencia.

Recientemente, el 5 de septiembre de 2018, José García Badía publicó un artículo titulado “El Defensor del Pueblo critica que la Ley de Transparencia omite a los ayuntamientos”, en donde se criticó la falta de capacidades del Consejo de Transparencia de Murcia para mediar ante administraciones locales: “el Defensor del Pueblo ha iniciado una actuación para que la Ley de Transparencia y Participación Ciudadana de la Región dote de competencias al Consejo de la Transparencia de Murcia frente a los 45 ayuntamientos” (García, 2018).

Todas esas críticas continuadas a través del tiempo se han ido dando mientras las piezas de PD y unidades de datos en redacciones han aumentado entre 2013 y 2018 de manera considerable, hasta el punto que en varios de los medios con unidades de datos es prácticamente imposible cuantificar el total de las piezas de PD: en *Elconfidencial.com* hay unas 196 piezas de PD entre el 22 de septiembre de 2015 y el 14 de septiembre de 2018; en *Eldiario.es* hay 195 piezas en las que ha trabajado la periodista de datos e infografista Belén Picazo entre septiembre de 2013 y septiembre de 2018; El Mundo Data cuenta con más de 1.700 tweets relacionados con sus piezas de PD entre enero de 2015 y comienzos de 2019 y CIVIO sigue trabajando en siete macroproyectos de PD desde hace varios años, con cientos de artículos relacionados con las áreas siguientes áreas: poder, justicia, contratación, lo público, sanidad, transparencia y medio ambiente,.

Es así como se hizo cada vez más evidente que la relación entre la Ley de Transparencia y el periodismo de datos debería haber sido estudiada desde una óptica que no implicara causalidad, sino correlación, en donde el nuevo PD y su vinculación con el activismo por la transparencia se diferenciara de formas anteriores de hacer periodismo con datos que trabajaban sin datos en abierto (*open data*) y leyes de transparencia como las actuales. Para esto se hizo necesario ahondar primero conceptualmente en el término periodismo de datos en relación con el PP y el CAR antes de estudiar la relación entre el PD español y la Ley de Transparencia.

## I.2. Periodismo de datos en el campo académico

A pesar del auge del periodismo de datos, en el campo académico se había dividido hasta hace poco entre distintos enfoques que lo posicionaban, por una parte, como una disciplina con ya varias décadas de existencia (Tejedor & Dader, 2011; Egawhary & O'Murchu, 2013) y, por otra, como algo nuevo (Ferrerías, 2013; Chaparro-Domínguez, 2013; Antón, 2013; López & Martínez, 2014). Esta diversidad conceptual -que en ocasiones ha sido contradictoria- se ha producido -en nuestra opinión- porque PD como término ya existía junto con *Data-Driven Journalism* dentro de lo que se ha conocido como PP y CAR desde hace ya varias décadas. En este sentido periodismo de datos era considerado como la deriva cuantitativa del periodismo que irrumpió en Estados Unidos en los setenta -PP- y que tuvo su origen en el uso de ordenadores por Philip Meyer en sus investigaciones como periodista del Miami Herald en 1959. Sin embargo y como ya se ha indicado, el contexto sociocultural y tecnológico en el que se ha desarrollado el periodismo de datos tal y como lo entendemos hoy día es muy diferente al de los otros modelos mencionados. En este aspecto incide nuestra investigación al esclarecer la definición y caracterización de este periodismo frente a otros similares que le preceden y conviven con él, para lo cual se llevó a cabo un trabajo de campo basado en entrevistas en profundidad con un enfoque internacional. Todo esto considerando que dada la crisis de credibilidad que atraviesan los medios y la profesión periodística, la presencia de periodistas en las redacciones con una mentalidad próxima a los fundamentos del *open data* -la ética hacker, el *software* libre y el trabajo colaborativo- podría contribuir a mejorar la calidad del periodismo.

Esta línea de pensamiento ya surgió con el periodismo de precisión cuando este empleó técnicas de las ciencias sociales, aunque ahora también está apoyada en las mitologías del *big data*. Además, el hecho de que la experiencia de trabajar en equipos multidisciplinares en el PD sea valorada de forma positiva es un buen indicador de que los periodistas podrían



trabajar estrechamente con otras profesiones más técnicas en las redacciones de los medios en un futuro. Por estas razones, los aspectos culturales reflejados en el ejercicio profesional de los periodistas de datos españoles en nuestra investigación serán analizados desde una perspectiva global, con la visión de profesionales y expertos de EEUU, Reino Unido, España y Finlandia, países en los que el movimiento *open data* -a través de organizaciones como Access Info Europe y la Open Knowledge Foundation- ha participado activamente en la apertura de datos públicos y en la formación de periodistas de datos.

Para esto nos basaremos en el hecho de que en el PP y el CAR los esfuerzos del periodista se centraron en buscar y recolectar información en un mundo donde la información era escasa, mientras que en el periodismo de datos los esfuerzos se focalizan en el procesamiento de datos más que en la búsqueda y recolección de información. Además, en el PD se puede palpar una cultura de la transparencia propia de los *hacktivistas* que en el periodismo de precisión y el periodismo asistido por ordenador no eran evidentes, en donde subyacen elementos de la filosofía de los movimientos de *software* libre y *open data*. En este sentido las publicaciones de datos por parte de los periodistas podrían considerarse también como un trabajo de transparencia, pero, además, estas publicaciones, en ocasiones filtraciones, implican posteriores “procesos de refinamiento entre periodistas” (Lesage & Hackett, 2014:41).

Todas estas implicaciones en torno al periodismo de datos como se entiende hoy parten de un estudio exhaustivo y sistemático de la bibliografía científica en torno al periodismo de precisión, el CAR y el PD, expuesta en el marco conceptual de nuestra investigación en más detalle (Capítulo III). Teniendo en cuenta que nuestras hipótesis y objetivos de investigación se dividen en dos partes, la primera, relacionada con la diferenciación del periodismo de datos frente a otros periodismos que trabajan con el análisis de bases de datos para contar historias periodísticas, y la segunda, que se centra en el surgimiento y posterior desarrollo del

periodismo de datos en España y su vinculación con la Ley de Transparencia, a continuación presentaremos dos marcos teóricos con sus respectivas hipótesis, objetivos y preguntas de investigación relacionadas.

### **I.3. Marco teórico en torno al *big data* como elemento diferenciador del periodismo de datos**

Los estudios de Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS) han desarrollado conceptos para explicar cómo comunidades diversas se juntan e intercambian conocimientos y recursos y se coordinan productivamente mientras mantienen sus distintivas identidades sociales y culturales (Galison's, 1997; Star and Griesemer, 1989). Según Stark (2009) en su obra *The Sense of Dissonance*, la innovación no surge de la cooperación homogénea, sino de ensamblajes de individuos e ideas heterogéneas e incluso díscolas. Los académicos estadounidenses Seth Lewis y Nikki Usher (2016) utilizan esta base conceptual para extrapolar al Periodismo Computacional lo que Galinson's (1997) denominó zonas de intercambio y objetos limítrofes en el estudio de cooperación entre distintas clases de físicos. Según ellos, las zonas limítrofes sirven perfectamente para describir las posibilidades productivas en la intersección e incluso desencuentros entre actores heterogéneos:

“Grupos con distintas identidades, experticias y antecedentes ocupacionales pueden juntarse alrededor de objetos particulares para comunicarse y colaborar, sin perder ningún alineamiento a su propio campo y su particular marco de referencia hacia esos objetos. De esa manera, los objetos limítrofes son lo suficientemente flexibles para facilitar una variedad de significados a lo largo del conocimiento” (Lewis & Usher, 2016:5).

Tomando las noticias como objeto limítrofe, estas pueden significar ciertas cosas para los programadores y desarrolladores, que tienen sus propias bases ideológicas y ocupacionales, mientras significan otra cosa para los periodistas y otras para diseñadores e infografistas. En

esta investigación proponemos estudiar al PD enfocando la noticia como objeto limítrofe entre programadores, diseñadores e infografistas, periodistas y otros actores que forman parte del proceso de producción noticiosa. Esta diferencia es fundamental a la hora de separarlo del periodismo de precisión y el periodismo asistido por ordenador: mientras en el PP hubo una zona de intercambio entre científicos sociales y periodistas que tenían a las noticias como objeto limítrofe, en el CAR se sumó el pensamiento computacional con la masificación de los ordenadores personales en las redacciones y universidades, sumando un nuevo actor - el programador - en la concepción de 'noticia' como objeto limítrofe entre estos tres actores culturales.

En el caso del PD tenemos que incorporar cómo el *big data* está vinculado con representaciones de periodismo digital como las infografías, las visualizaciones de datos interactivas y los modelos probabilísticos a medida (Howard 2014; Smit, Yael & Buijs, 2014), ya que estos productos “contienen asunciones epistemológicas sobre cómo las audiencias podrías adquirir conocimiento, ya que a los usuarios se les alienta a jugar con los datos para comprender una versión particular y personalizada de la narrativa noticiosa” (Lewis & Westlund, 2015:453).

Del mismo modo, tendremos en cuenta que en donde se ejerce el PD se ha tratado de hacer más accesibles, transparentes y exploratorios los sets de datos en consonancia con el ethos del *software* libre y el activismo de gobierno abierto y *open data* (Daniel, 2010; Bounegru, Chambers & Gray., 2012; Egawhary & O’Murchu, 2013; Rodríguez-Brito & García-Chico 2013; Parasie & Dagiral 2013; Lewis & Usher 2013; Lesage & Hackett 2014; Quesada & Ribas, 2016; La-Rosa & Sandoval-Martín, 2016a, 2016b y 2018; Martínez, 2016; Subires, 2016; Varona, Plaza, Pulido & Camarero, 2016). Por tanto, tenemos que incorporar el fortalecimiento de la cultura de transparencia como aspecto fundamental del periodismo de

datos y objeto diferenciador del PP y el CAR, en tanto que en la era del *big data* se dan las condiciones idóneas para que otros actores relacionados con la cultura hacker del trabajo (Himanen, 2001) -como los *hacktivistas* con diversos antecedentes profesionales-, se sumen como nuevos actores culturales.

Todo esto a pesar de que, en relación con la transparencia, el uso de las bases de datos en la producción de noticias ya ha sido relacionado con prácticas de recolección y estructuración de datos que los observatorios políticos pusieron en marcha a partir de la década de los 70 (Shudson, 2010). Teniendo en cuenta que Manovich (2001) ya aseguraba que las bases de datos son para la era digital lo que la narrativa fue para la edad moderna de la novela y el cine, Shudson relacionó el avance de monitores de gobierno con “la nueva disponibilidad de bases de datos para investigación de interés público: juntos, estos desarrollos representan sólo una de las características del futuro de las noticias” (Shudson, 2010:107). Este futuro de las noticias hace ya casi una década es una realidad hoy en día en diversas redacciones de todo el mundo, en donde las unidades de datos usan bases de datos publicadas por los gobiernos o creadas a partir de solicitudes de información pública, así como grandes conjuntos de datos filtrados por partes interesadas, activistas o ciudadanos preocupados.

En este sentido nos han inspirado trabajos como el realizado en Suecia sobre el PD en este país (Appelgren & Nygren, 2014), así como una investigación sobre el futuro de la profesión periodística debido a la gran influencia del *hacktivismo* en el periodismo de datos, en discursos y prácticas de distintos actores –periodistas, editores, informáticos y activistas- en la parte francófona de Bélgica (De Maeyer et. al, 2015). El abordaje desde esta perspectiva sociológica permite plantear nuevas preguntas en torno a la transformación de los valores y prácticas del periodismo, en donde la inclusión de estos actores -programadores, diseñadores y *hacktivistas*- y las recientes identidades surgidas de su trabajo colaborativo han supuesto una nueva concepción de lo que es el periodismo de datos, diferenciándolo de otras formas de

periodismo similares. De esta manera planteamos cubrir un vacío en las investigaciones realizadas hasta el momento entorno al periodismo de datos al incorporar el entorno sociocultural en el que se desarrolla.

### **I.3.1. Hipótesis, objetivos y preguntas de investigación subordinadas**

Nuestro primer objetivo es detectar –de forma empírica mediante entrevistas en profundidad a profesionales y expertos- la existencia de las interconexiones descritas en el marco teórico entre el periodismo de datos tal y como lo conocemos en la actualidad y el entorno en que se desarrolla. Este entorno comprende el auge de otros fenómenos asociados al *big data* y que van más allá del ingente volumen de datos disponibles con las tecnologías actuales y la facilidad de gestión de estos, como son el *open data* (y la cultura de la transparencia vinculada a la filosofía de los datos abiertos), el *software* libre y el trabajo colaborativo. Estos fenómenos tecnológicos, sociológicos y culturales propios de la era del *big data*, reflejados en prácticas del PD, pueden ser considerados como diferenciadores con respecto a otros periodismos anteriores en los que se trabajaba con bases de datos –PP y CAR-, contribuyendo de esta forma a la caracterización del PD.

El segundo objetivo lo centramos en describir el perfil de los profesionales que desarrollan su labor en el PD y detectar si trabajan en equipos multidisciplinares en la producción de relatos periodísticos. Partiendo de la premisa de que la noticia es un objeto limítrofe entre programadores, periodistas y diseñadores queremos detectar las posibles consecuencias del trabajo colectivo en una profesión que hasta hace poco era básicamente solitaria (Heinrich, 2011), sobre todo, en el terreno del periodismo de investigación. Entre estas repercusiones nos interesa descubrir si los periodistas que se integran en estos equipos han incorporado rutinas propias de la cultura que envuelve al *open data*, así como cuestiones éticas relacionadas con la transparencia, el trabajo colaborativo, la visualización de datos y la

posibilidad de reutilización de los datos por otros periodistas. Para alcanzar estos objetivos nos hemos planteado las siguientes preguntas de investigación:

- Pregunta de investigación 1: ¿es el *big data* desde un punto de vista tecnológico y sociocultural un elemento diferenciador del PD con respecto a los periodismos anteriores en los que se trabajaba con base de datos?
- Pregunta de investigación 2: ¿qué diferencias tecnológicas y socioculturales existen entre el PD, el PP y el CAR?
- Pregunta de investigación 3: ¿el PD contiene elementos de las mitologías que acompañan al contexto sociocultural del *big data*?
- Pregunta de investigación 4: ¿es la nueva filosofía de datos abiertos y *software* libre en el PD producto de la incorporación de otras profesiones propias de la era digital como los programadores, desarrolladores, infografistas y diseñadores en el proceso de producción noticiosa?

Estas preguntas están orientadas para comprobar la siguiente hipótesis principal, que denominaremos Hipótesis principal I (H1), y dos hipótesis subordinadas (H1A y H1B):

- H1: el *big data* es un elemento diferenciador del periodismo de datos frente a otros periodismos que tradicionalmente han trabajado con el análisis de datos y bases de datos para contar historias periodísticas - Periodismo de Precisión (PP) y Periodismo Asistido por Ordenador (CAR).
- H1A: en el ejercicio profesional de los periodistas de datos se refleja la cultura del *open data* y la transparencia propia de la era del *big data*.

- H1B: la presencia de periodistas con una mentalidad próxima a los fundamentos del *open data* -la ética hacker, el *software* libre y el trabajo colaborativo- ha generado que una de las mitologías propias de la era del *big data*, como la objetividad y veracidad de los datos, se imponga en el trabajo de los equipos de periodismo de datos.

#### **I.4. Marco teórico en torno a la influencia de la Ley de transparencia en el periodismo de datos español**

Tomando en cuenta que tras comparar la gestación y desarrollo de la *Ley 19/2013 de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno* (BOE, 2013) y el surgimiento y posterior desarrollo del periodismo de datos en España se ha observado una correlación temporal entre ambos procesos, nos hemos propuesto estudiar la relación entre la cultura de la transparencia y el PD español a partir de la integración de *big data* y *open data* como parte de una definición de PD que expondremos en mayor profundidad en el marco conceptual (Capítulo III) de nuestra investigación. Para esto proponemos investigar los vínculos entre el ejercicio del PD en España y la Ley de Transparencia a partir de lo que Anderson denominó “sociología del periodismo computacional: política y políticas públicas”, que estudia “las políticas de decisión política que permiten retardar o acrecentar el periodismo computacional” (Anderson 2012:1011).

Este enfoque político de la sociología de lo computacional en el periodismo, parte de la base de que las prácticas computacionales en él dependen de un número de instituciones sociales y artefactos tecnológicos que yacen fuera de su campo, por lo que insta a los investigadores a prestar especial atención a las formas en que las políticas públicas y las luchas por la transparencia de datos y gobiernos-abiertos afectan a la producción periodística. Según Anderson, este enfoque no debe hacerse a un nivel macro o estatal, sino más bien a un nivel

burocrático y de iniciativas políticas que puedan influenciar las formas de periodismo computacional y de datos. Por esta razón hemos escogido tres elementos muy concretos de políticas públicas relacionadas con la cultura de la transparencia y el ejercicio del PD en España: la Ley de Transparencia en vigor, el portal de la transparencia del gobierno y la línea que separa la transparencia de la privacidad de un cargo público.

Del mismo modo, hemos querido darle la vuelta al enfoque de Anderson de qué política y políticas públicas afectan el desarrollo del periodismo computacional, al querer averiguar, así mismo, de qué manera la cultura de la transparencia relacionada con el ejercicio del PD está influyendo o pretende influir en esa política y políticas públicas relacionadas con su desarrollo. Acercarnos al objeto de estudio de esta forma nos permitirá obtener una visión más completa sobre cómo el PD se ha visto influido por la Ley de Transparencia aprobada en España en 2013. Esto originará que se aplique una metodología de investigación combinada.

#### **I.4.1. Hipótesis, objetivos y preguntas de investigación subordinadas**

El primer objetivo principal de esta parte de nuestra investigación consiste en determinar cómo han afectado la Ley de Transparencia y el portal de transparencia del gobierno español al periodismo de datos. Para esto nos hemos planteado como primer objetivo subordinado comprobar la correlación entre la creación de equipos de PD en España y la creación y entrada en vigor de la Ley de Transparencia. Un segundo objetivo subordinado será establecer el estado del PD en España y su relación con el correcto ejercicio de la Ley de Transparencia, en donde la línea que separa la transparencia de la privacidad de un cargo público será parte importante del análisis. Un último objetivo será analizar cómo ha respondido este sector periodístico, en su discurso de cara a la opinión pública, ante la forma en que la Ley de Transparencia, el portal de la transparencia del gobierno y la línea que separa la transparencia



de la privacidad de un cargo público ayudan o coartan el desarrollo del PD. Para alcanzar estos objetivos hemos desarrollado las siguientes preguntas de investigación:

- Pregunta de investigación 1: ¿La Ley de Transparencia y el portal de transparencia han mejorado el ejercicio del PD en España?
- Pregunta de investigación 2: ¿Son suficientes la ley y el portal de transparencia para acrecentar la producción periodística en el PD?
- Pregunta de investigación 3: ¿Hay incongruencias entre la Ley de Transparencia y la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD)<sup>3</sup> que afecten al ejercicio del PD?

A partir de los resultados en torno a estas tres preguntas de investigación se pudo establecer la siguiente; en tanto que depende de las respuestas obtenidas en las tres que le preceden:

- ¿De qué manera son utilizados estos tres elementos que afectan al ejercicio del PD en el discurso de los periodistas de datos de cara a la opinión pública?

Estas preguntas están orientadas para comprobar las siguientes dos hipótesis principales, que denominaremos Hipótesis principal II (H2) e Hipótesis principal III (H3), y tres hipótesis subordinadas a H3 (H3a, H3b y H3c):

- H2: la Ley de Transparencia ha impulsado la creación de equipos de periodismo de datos en España.
- H3: la Ley de Transparencia y su portal son insuficientes, lo cual, junto al incumplimiento de la ley impiden el correcto ejercicio del periodismo de datos.

Hipótesis subordinadas:

---

<sup>3</sup> Las entrevistas fueron realizadas entre 2015 y 2017, razón por la cual los resultados en esta hipótesis son en relación con *Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal* (LOPD) que estuvo en vigor hasta el diciembre de 2018, cuando se promulgó la nueva *Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales*.

- H3a: la cultura burocrática de la administración pública impide el correcto funcionamiento de la publicación de datos públicos tanto de forma proactiva como reactiva, generando opacidad en el *Open Data Governing* que yace en el espíritu de la ley.
- H3b: la LOPD es un obstáculo para el correcto funcionamiento de la Ley de Transparencia y su portal.
- H3c: el rango jurídico de la Ley de Transparencia impide la publicación de datos que entren en conflicto con la LOPD.

## CAPÍTULO II

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para poder alcanzar los objetivos de nuestro estudio hemos aplicado una metodología de investigación mixta, que combina el uso de entrevistas en profundidad con el análisis de contenido. En este capítulo explicaremos ambas metodologías y su aplicación en nuestro estudio, razón por la cual estará dividido en dos partes. La primera parte estará dedicada al proceso metodológico por el cual nos hemos guiado para realizar, codificar y analizar nuestras entrevistas en profundidad, mientras que la segunda ahondará en la base teórica, componentes y metodología de nuestro análisis de contenido.

#### **II.1. Metodología de las entrevistas en profundidad**

La entrevista en profundidad es una metodología que se utiliza cuando queremos investigar sentimientos profundos, motivaciones de los comportamientos y sus vivencias. Aprovecha el contacto con protagonistas, estudiosos y expertos del objeto de estudio para acceder a estos sentimientos, motivaciones y vivencias, desde donde extraeremos datos relevantes para nuestra investigación. El enfoque de este tipo de entrevista utilizado en nuestra investigación se basa en el enfoque interactivo-relacional, el cual ha logrado superar la lucha entre conducir una entrevista enfocada empíricamente y la entrevista relacional, zanjando las diferencias entre el criterio empirista imperante en las ciencias sociales del siglo XX con la hermenéutica y la construcción postmoderna del sentido en las ciencias sociales que irrumpió con fuerza en la segunda mitad de ese siglo. Su desarrollo implicó superar los sesgos metodológicos observados en el criterio empirista:

“Enfoques formales y tradicionales de entrevistas a menudo posicionan una distancia entre el entrevistador y sus entrevistados, predisponiendo al entrevistador a evaluar al entrevistado: a generalizar, embellecer, exagerar, estereotipar y simplificar. Como resultado, estos enfoques no proveen un cuadro completo y conciso de la contribución del participante, sus motivos, desenvolvimientos, fuerzas y debilidades” (Chirban, 1996:xii).

Tomando en cuenta estos posibles sesgos, algunos expertos en métodos de investigación cualitativa han enfatizado en las últimas décadas que no hay necesidad de sacrificar la entrevista profesional cuando el investigador se relaciona con el entrevistado, ya que, en vez de restarle a la investigación le suma desde el punto de vista epistemológico:

“Tecnologías de alto refinamiento en entrevistas racionalizan, estandarizan y sanean el proceso, pero, a pesar de su sofisticación metodológica, persistentemente ignoran la más fundamental de las preguntas epistemológicas: ¿De dónde viene este conocimiento y como es derivado?” (Holstein & Gubrium, 1995)

Por esta razón el enfoque interactivo-relacional o enfoque I:R “provee un plan para atajar las metas así como una forma de mantener una dinámica relacional constructiva” (Chirban,1996:xiii). Esto se logra siempre y cuando el entrevistador mantenga los siguientes componentes: “(a) autoconciencia, (b) autenticidad, (c) sintonía, (d) posicionamiento en la interacción, (e) participación en dinámicas relacionales e (f) interacción de su persona en el proceso de la entrevista” (Chirban, 1996:xv).

Todos estos componentes nos hablan de una preparación de la entrevista para fijar un posicionamiento claro que no perjudique los objetivos de la investigación cuando comencemos a interactuar con el entrevistado. En este sentido la preparación de un cuestionario de preguntas relacionadas con nuestro objeto de estudio es la mejor manera de mantener los componentes mencionados por Chirban (1996), junto con cierta flexibilidad en la formulación de preguntas del cuestionario una vez comience la interacción con el

entrevistado. Esta flexibilidad nos la proporciona la entrevista estándar no programada, la cual forma parte de una clasificación del tipo de entrevista “generalmente admitida en el ámbito académico” (Valles,2001:24): (1) Entrevista estándar programada, (2) Entrevista estándar no programada y (3) Entrevista no estándar (Richardson, Snell & Klein, 1965).

La entrevista estándar no programada según el enfoque I:R aprovecha el entendimiento entre entrevistado y entrevistador para superar tabúes que podrían obstaculizar la recolección de datos mediante la entrevista en profundidad: “Si existe entendimiento entre entrevistado y entrevistador, es más fácil abordar ciertas cuestiones que podrían ser un tema tabú al ser tratados con otras metodologías” (Wimmer & Dominick, 2010:139). Nuestro estudio se basará en los estadios de una investigación por entrevista propuesta por el catedrático de psicología de la educación, director del Centro de Investigación Cualitativa de la Universidad de Aarhus en Dinamarca y profesor del Instituto Saybrook en San Francisco, Steinar Klale:

“(1) Tematización: formulación del propósito de una investigación y descripción del concepto del tópico a investigar antes de comenzar la entrevista. El *por qué* y *qué* de la investigación debe estar claro antes de la pregunta *cómo* -método;

(2) Diseño: planear el diseño del estudio tomando en consideración los siete estadios antes de comenzar la entrevista: llevar a cabo el estudio con miras a obtener el conocimiento intencionado y tomando en cuenta las implicaciones morales del estudio;

(3) Entrevista: basada en una guía con un acercamiento reflexivo al conocimiento visto y la relación interpersonal de la situación de la entrevista;

(4) Transcribir: prepara el material para el análisis;

(5) Análisis: a partir del propósito y tema de la investigación, así como del material de la entrevista, cuales métodos de análisis son apropiados;

(6) Verificación: que tan consistentes son los resultados y si la entrevista investiga lo que tenía previsto investigar;

(7) Reportar: comunicar los hallazgos del estudio y los métodos aplicados de una forma que perviva en el criterio científico, considere los aspectos éticos de la investigación y que resulte en un producto legible” (Kvale, 1996:88)

Aunque el propósito de nuestro estudio ya fue explicado capítulo anterior, para cumplir con el primer estadio de la investigación por entrevista propuesto por Kvale (1996) en este capítulo, enumeraremos a continuación los objetivos de investigación que pretendemos alcanzar con esta herramienta metodológica:

1- Detectar la existencia de interconexiones entre los distintos actores que hacen parte de los equipos de periodismo de datos y el entorno en el que se desarrolla.

2- Describir el perfil de los profesionales que desarrollan su labor en el PD y detectar si trabajan en equipos multidisciplinares en la producción de relatos periodísticos.

3- Detectar fenómenos tecnológicos, sociológicos y culturales propios de la era del *big data* reflejados en prácticas del PD.

4- Determinar cómo han afectado la Ley 19/2013, el portal de transparencia del gobierno español y la separación de la privacidad de un cargo público con la transparencia relacionada con su cargo el ejercicio del PD.

### **II.1.1. Diseño de la entrevista estándar no programada**

Luego de quedar clara la tematización explicaremos en que consiste el diseño de nuestro instrumento de medición. Esto se hará de forma clara y concisa para facilitar a otros investigadores la reproducción paso a paso del método de investigación por entrevistas aplicado, lo cual permitirá replicar resultados en estudios similares. Además, este diseño que tiene como objetivo obtener un conocimiento intencionado tal y como se ha presentado en la tematización de la entrevista, ha respetado a todos los entrevistados teniendo siempre en cuenta su avenencia a responder nuestras preguntas sabiendo en todo momento los objetivos de nuestro estudio. Con todo esto, las implicaciones morales de nuestro estudio han quedado expuestas tanto al lector como a los entrevistados que hacen parte de la muestra.

Teniendo en cuenta los siete estadios planteados por Kvale (1996), desarrollaremos a continuación el cuestionario de las entrevistas, en cuya justificación se podrá dar cuenta del tercer estadio, la entrevista: “basada en una guía con un acercamiento reflexivo al conocimiento visto y la relación interpersonal de la situación de la entrevista” (Kvale, 1996:88). En este sentido a partir de un cuestionario general se verá cómo se fueron introduciendo pequeños matices según quién es el sujeto de la entrevista, matices que tomaban en cuenta los antecedentes, nacionalidad, profesión y experticia de cada entrevistado en cuestión.

Luego de los cuestionarios englobaremos en un mismo punto el cuatro y el cinco de los estadios propuestos por Kvale, llamando Transcripción y análisis a ese apartado. El sexto estadio estará completado en los resultados de las entrevistas (Capítulo V) y conclusiones de la presente investigación, ya que es allí donde se revelará la consistencia de los resultados en relación con la investigación planteada. Por último, el estadio seis, Reportar, se cumplirá en el momento en que se publique la presente tesis doctoral, ya que es una manera de comunicar los hallazgos del estudio y los métodos aplicados de una forma que perviva en el criterio científico, considere los aspectos éticos de la investigación y que resulte en un producto legible.

### **II.1.2. Cuestionario de las entrevistas**

Según el sociólogo y académico español Manuel Galán Amador (2008), un cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para lograr los objetivos propuestos en un proyecto de investigación, por lo que tendremos en cuenta tanto los objetivos del primer estadio de una investigación por entrevista como las personas que hacen parte de la muestra. Para sustentar correctamente la batería de preguntas elegidas incluiremos a continuación una breve descripción de las personas entrevistadas y sus antecedentes.

### II.1.2.1. Justificación y selección de la muestra de las entrevistas

Como ya adelantábamos en páginas anteriores, luego de una primera organización de grupos activistas por la transparencia que trajo consigo los primeros equipos de periodismo de datos en España, la incorporación de forma escalonada de la Ley de Transparencia parecía traer como consecuencia la incorporación de equipos de periodismo de datos también de forma escalonada en los medios de comunicación a partir de 2013. Dos años después, uno de los primeros trabajos académicos en explorar este fenómeno aseguraba que la falta de equipos de PD estaba relacionada con la falta de formación de periodistas en esta nueva disciplina, mapeando así un primer origen en medios de comunicación en la cual basamos la selección de dos de los medios con equipos de PD a estudiar tanto en nuestro análisis de contenido como en las entrevistas en profundidad realizadas:

“Que haya pocos periodistas formados en el periodismo de datos se traduce, como es lógico, en la escasa presencia de la disciplina en las redacciones de los medios. *El Confidencial* fue el primer medio español en tener su propia unidad de datos, el Laboratorio @ECLaboratorio(2013); recientemente se han sumado a esta iniciativa las redacciones de Vocento con su Media Lab @VocentoLab (diciembre de 2014), El Mundo (enero de 2015) y La Sexta (marzo de 2015)”. (Gaibar, 2015)

De esta forma, la incorporación de periodistas de datos de *Elconfidencial.com* y *El Mundo* nos pareció imprescindible para nuestra investigación. Además, el estudio de un nativo digital muy sonado en el mundo académico desde 2013, *Eldiario.es*, que contaba con un equipo de periodismo de datos desde el primer taller de periodismo de datos hecho en el Medialab-Prado (2013), se nos hizo también necesario para poder escoger periodistas de datos con experiencia en España. De esta manera fueron escogidos los periodistas de datos españoles de cada uno de estos medios, en cuya ficha técnica se evidenciará las razones de su inclusión en la muestra. Muchos de los entrevistados siguen trabajando en estos medios como periodistas de datos,



mientras que algunos ya no lo hacen. En estos últimos casos, se especificarán las fechas en la cuales han trabajado como periodistas de datos en estos medios, con lo cual se podrá comparar con la fecha en que se han realizado las entrevistas (Tabla 1).

En total fueron 14 las entrevistas realizadas entre 2015 y 2017 para este estudio, de entre la cuales destacan varias hechas a periodistas de datos españoles de medios de referencia: Paula Guisado y Hugo Garrido *-El Mundo-*, Belén Picazo y David Ruiz *-Eldiario.es-*, Jesús Escudero y Adrián Blanco *-Elconfidencial.com-*. Además, entre 2015 y 2017 estaba en funcionamiento el Centro Español de Periodismo de Investigación y Datos (CEPID), *start up* que ofrecía servicios de periodismo de datos. Dos de los periodistas de datos de esta organización, Frank Belyeu y Javier Galán, han hecho parte de la muestra. Además, hizo parte de la muestra el académico español y experto en periodismo de precisión, José Luis Dader, sumando así un total de nueve entrevistados españoles para este estudio.

Como nuestra investigación ha querido tener un claro enfoque internacional, se ha realizado una estancia internacional en Finlandia que nos permitió completar la muestra con dos expertos internacionales en periodismo de datos y transparencia de la Universidad de Jyväskylä, Turo Uskali y Heikki Kuutti, así como con un periodista de datos finlandés que trabaja para la Empresa de Radiodifusión Pública de Finlandia (YLE): Teemo Tebest. Estos tres entrevistados de perfil internacional se sumaron a otros dos de perfiles similares entrevistados en España: el periodista de datos estadounidense ganador del Pulitzer y profesor de periodismo de la Universidad de Arizona, Steve Doig, y la británica radicada en Madrid Helen Darbshire, directora de la ONG Access Info Europe y referente internacional en el ámbito de la transparencia y el *open government*.

### **Periodistas de datos de *Eldiario.es***



## Belén Picazo

Periodista especializada en periodismo de datos y visualización. Autodidacta, sigue en su empeño por transformar tablas y bases de datos ininteligibles en formas más sencillas.

Imagen 1. Belén Picazo. Fuente: [https://www.eldiario.es/autores/belen\\_picazo/](https://www.eldiario.es/autores/belen_picazo/)

Diseñadora y periodista de datos del medio por casi dos años antes de ser responsable de diseño y visualización de datos por tres años. Terminó siendo la jefa de diseño de *Eldiario.es* (Linkedin.com, 2019a) antes de cambiar de empleo a mediados de 2018. Se dedicó a la visualización y el periodismo de datos como parte del primer *Lab* del medio y figura como autora en su página (Eldiario.es, 2018). Graduada en periodismo bilingüe por la Universidad Carlos III de Madrid en 2014, fue becaria de *Eldiario.es* desde noviembre de 2012 hasta julio de 2014, luego de lo cual pasó a ser parte de la plantilla del medio hasta 2018. De entre los diversos especiales de *Eldiario.es* en la que formó parte de la autoría destacan *Las Muertes de Ceuta* (Eldiario.es, 2014) y *Energía Oscura* (Energía Oscura, 2015).



## David Ruiz López

Desarrollador web.

Imagen 2. David Ruiz López. Fuente: [https://www.eldiario.es/autores/david\\_ruiz\\_lopez/](https://www.eldiario.es/autores/david_ruiz_lopez/)

Responsable de desarrollo tecnológico de *Eldiario.es* entre 2014 y 2017, conformó el primer *Lab* del medio junto con Belén Picazo desde diciembre de 2014. Con conocimientos en HTML5 interactivo y proyectos multimedia, trabajó como desarrollador líder en el *lab* de *rteve.es* desde junio de 2013 hasta septiembre de 2014. Aunque desde 2017 no trabaja para

*Eldiario.es*, sigue figurando como autor en el medio (Eldiario.es, 2019). Graduado de arquitecto en 2008 por la Universidad Politécnica de Madrid, ha ejercido como arquitecto al menos hasta 2011, cuando comenzó a trabajar más propiamente como desarrollador web. Fue profesor del Máster en Periodismo de Datos del Centro Universitario Villanueva -adscrito a la Universidad Complutense de Madrid- y de la UNIR, siendo ahora consultor web (Linkedin.com, 2019b).

### **Periodistas de datos de *El Mundo***

## **Hugo Garrido**

Periodista en El Mundo Data, la unidad de datos del diario El Mundo, y ex becario de Civio.

Perpetra: *España en llamas*


 @hgrosado

Imagen 3. Hugo Garrido. Fuente: <https://civio.es/equipo/hugo-garrido/>

Ingeniero de sistemas por la Universidad de Alicante, se graduó en periodismo por la Universidad Carlos III de Madrid en 2015. Antes de ser responsable del equipo de periodismo de datos de *El Mundo* -El Mundo Data- en enero de ese año, fue becario de *CIVIO*, desde donde se inició en el periodismo de datos y el activismo por la transparencia a través de uno de los proyectos abanderados del periodismo de datos español: España en llamas. Es profesor en el Máster de Investigación y Datos de *El Mundo* y sigue siendo el coordinador de El Mundo Data en la actualidad (Linkedin.com, 2019c).



Paula Guisado • 1st

Data and investigative journalism at El Mundo

Imagen 4. Paula Guisado. Fuente: <https://www.linkedin.com/in/paulaguisado/?originalSubdomain=es>

Periodista de investigación y datos de *El Mundo* desde abril de 2015 hasta la actualidad. Forma parte de la unidad de datos de el medio El Mundo Data, desde donde produce historias periodísticas y visualizaciones desde cualquier tipo de datos. Además, coordina la colaboración de *El Mundo* con la *European Investigative Collaborations* (EIC), red de colaboración de investigación europea entre distintos medios de toda Europa para realizar piezas de periodismo de investigación a mediano y largo plazo (LinkedIn.com, 2019d). De entre sus investigaciones más destacadas se encuentran los *FootballLeaks*, pieza de periodismo de investigación y datos que reveló como varias estrellas de fútbol eludían el pago de los impuestos correspondientes a través de sociedades pantalla.

### Periodistas de datos de *Elconfidencial.com*



Adrián Blanco • 1st

M.S. Data Journalism '19 @ Columbia University

 Columbia University in the City of New York


 See contact info

Imagen 5. Adrián Blanco. Fuente: <https://www.linkedin.com/in/adrianblanco/>

Becario en el equipo de periodismo de datos en el *RTVE Lab* en 2014, trabajó como periodista de datos en *The Slow Journalism Company* y *The Times* en 2015 antes ser parte del equipo de periodismo de datos de *Elconfidencial.com* en agosto de ese mismo año. En febrero de 2018 dejó el quipo para estudiar un Máster de periodismo de datos en la Universidad de Columbia (Linkedin.com, 2019e), el cual sigue cursando.



Jesús Escudero • 2nd  
Investigative Data Reporter at El Confidencial

Imagen 6. Jesús Escudero. Fuente: <https://www.linkedin.com/in/jesus-escudero/>

Periodista de investigación y datos de *Elconfidencial.com* desde finales de 2013 hasta la actualidad, es miembro del ICIJ, desde donde participó en la investigación ganadora del Pulitzer *Panamá Papers* o Los Papeles de Panamá. Es profesor de transparencia y acceso a la información en la Universidad Rey Juan Carlos desde 2015 (Linkedin.com, 2019f). Su activismo por la transparencia es notorio, con colaboraciones constantes con la ONG Access Info Europe.

### **Periodistas de datos del Centro Español de Periodismo de Investigación y Datos (CEPID)**

El Instituto para la Innovación Periodística o Fundación 2IP como se le conoce, da cuenta de los orígenes del CEPID a partir de una convocatoria de UNIR Emprende 2014 para proyectos informativos, que desde febrero de 2014 atrajo a 81 proyectos de entre los cuales seis tuvieron

que presentar y defender sus iniciativas en exposiciones de 15 minutos: “ante un Foro de Expertos e Inversores, con representantes de UNIR y Vocento, que se celebró el 27 de mayo... fueron seleccionados solo dos proyectos, Acuerdo y CEPID” (Muro, 2014). A partir de aquí, expertos de ZIP asesoraron y dieron apoyo técnico a ambos proyectos desde el primero de julio de lo cual derivaron una metas y trabajos que habían concluido a finales de noviembre. Estas metas a finales de noviembre coincidieron temporalmente con uno de los proyectos seleccionados en el *II Taller de producción de Periodismo de Datos. Sigue el rastro del dinero público* (Medialab Prado, 2014), desarrollado por el CEPID bajo el nombre “Bienvenido Mr. Feder”. Los resultados de este proyecto fueron publicados al final del taller en forma de video (Medialabprado.es, 2015) y culminó con la publicación de un especial de periodismo de datos en *Elconfidencial.com* titulado “Más de 90 empresas fueron a la quiebra tras recibir 4,5 millones de fondos FEDER” (Belyeu, Galán & Pejenaute, 2015). El CEPID estuvo en funcionamiento hasta mediados de 2016, cuando ya todos sus miembros formaban parte ya de otros proyectos y medios de comunicación.



Frank Belyeu • 1st

Researcher, content and field producer for 'Clandestino' and other documentaries at Discovery Channel.

Imagen 7. Frank Belyeu. Fuente: <https://www.linkedin.com/in/frank-belyeu-859382b1/>

Co-fundador del *CEPID*, Belyeu fue su editor, dirigiendo las investigaciones y coordinando al equipo. Antes del *CEPID* fue periodista de investigación en el diario argentino *La Nación*, así

como periodista de datos y diseñador gráfico freelancer del Inter Press Service. Redactó dos manuales de periodismo de investigación y datos para la Universidad Internacional de La Rioja entre 2014 y 2015. Desde 2017 ejerce como investigador de Discovery Channel (Linkedin.com, 2019g).



Javier Galán Caballero • 1st  
Redactor en El País

Imagen 8. Javier Galán. Fuente: <https://www.linkedin.com/in/javier-g-692781a6/>

Cofundador del *CEPID*, fue responsable de acceso a la información por más de dos años hasta la finalización de este proyecto de periodismo de datos. Licenciado en Derecho y Periodismo por la Universidad Carlos III de Madrid, cursó un Máster de la Escuela de Periodismo Universidad Autónoma / *El País*. Trabajó para la Hacienda española en visualización de datos macroeconómicos entre 2015 y 2016, al tiempo que fue profesor de infografía y periodismo de datos en el Máster en Periodismo y Comunicación Digital de la EAE Business School y Grupo AtresMedia entre 2015 y 2018. Desde 2016 ejerce como redactor de *El País* (Linkedin.com, 2019h).

## Periodista de datos de la Empresa de Radiodifusión Pública de Finlandia (YLE)



Teemo Tebest • 1st  
Data Journalist at Yleisradio

Imagen 9. Teemo Tebest. Fuente: <https://www.linkedin.com/in/teelmo/>

Periodista de datos de *YLE*, Teemo Tebest es un desarrollador web y de redes sociales que maneja distintos lenguajes de programación y que ha ejercido como periodista de datos por más de siete años en uno de los dos grandes equipos de periodismo de datos que hay en redacciones finlandesas (Linkedin.com, 2019i).

## Periodista de datos de EEUU



## STEVE DOIG

SCHOOL OF JOURNALISM ARIZONA STATE  
UNIVERSITY

Imagen 10. Steve Doig. Fuente: <https://www.journalismfestival.com/speaker/steve-doig>

Presidente y fundador de la Escuela de periodismo Walter Cronkite de la Universidad de Arizona, este profesor de periodismo de datos ejerció como periodista de investigación en *The Miami Herald* por muchos años, desde donde fue editor investigador de numerosos proyectos que trabajaron con datos. Ganó el Pulitzer al servicio público en 1993 por su pieza *What went*



wrong, la cual cubrió y ayudó a los lectores a inspeccionar la devastación del huracán Andrew, mostrándoles además como las laxas zonificaciones, inspecciones y códigos de construcción contribuyeron a la destrucción en el estado de Florida (Arizona State University, S.F.).

## Expertos



**José Luis Dader García**

Imagen 11. José Luis Dader. Fuente: [http://joseluisdader.com/wp-content/uploads/2015/09/CVN.Dader\\_.Septiembre2015.pdf](http://joseluisdader.com/wp-content/uploads/2015/09/CVN.Dader_.Septiembre2015.pdf)

Doctor en Ciencias de la Información desde 1980 es Catedrático del Área de Periodismo, dedicado a Comunicación Política, Profesionalismo Periodístico y Periodismo de Precisión y de Datos en el Departamento de Periodismo I de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (Joseluisdader.com, S.F.). Fue el primer traductor al castellano de la obra de referencia del periodismo de precisión de Philip “Meyer Periodismo de precisión - una introducción a los métodos de las ciencias sociales a periodistas” (Meyer, 1973) y autor de uno de los libros más influyentes sobre periodismo de precisión en castellano: “Periodismo De Precision: Via Socioinformatica De Descubrir Noticias” (Dader, 1997).



Helen Darbishire • 2nd  
Executive Director at Access Info Europe

 Access Info Europe  
 Durham University

Imagen 12. Helen Darbshire. Fuente: <https://www.linkedin.com/in/helendarbshire/>

Activista de derechos humanos y especialista en el derecho de acceso a la información, libertad de información y en el desarrollo de las sociedades democráticas y abiertas con gobiernos participativos que rinden cuentas por sus acciones, Helen Darbshire es fundadora y Directora Ejecutiva de la ONG *Access Info Europe*, creada en 2006 y con sede en Madrid (Access Info Europe, S.F.). *Access Info Europe* lleva numerosas campañas de transparencia en España y la Unión Europea, entre las que destacan transparencia en: el registro mercantil, el lobby, la toma de decisiones, derechos humanos, medios de comunicación y gobierno abierto. Es una de las ONG más potentes en temas de transparencia a nivel nacional y europeo.



Coordinador de investigación en el departamento de comunicación de la Universidad de Jyväskylä en Finlandia, Kuutti es experto en periodismo de investigación y acceso a la información pública (Linkedin.com, 2019j). Como profesor de periodismo de datos en esta universidad se encarga de asesorar a estudiantes y periodistas de datos en las formas en que deben solicitar información pública y como deben recurrir negaciones a las solicitudes. Aboga por el uso de los juzgados para pelear por cada información que niegue la administración pública. Tiene numerosos artículos académicos sobre periodismo de datos y transparencia.



Imagen 14. Turo Uskali. Fuente: <https://jyu.academia.edu/TuroUskali>

Catedrático y director del programa de comunicación en la Universidad de Jyväskylä en Finlandia, Turo Uskali encabeza los talleres prácticos de periodismo de datos en esta universidad desde 2013 (Academia.edu, 2019). Ha publicado numerosos artículos académicos en torno al periodismo de datos e innovación en periodismo, siendo director de un proyecto de periodismo de datos con un trabajo de campo en EEUU, Reino Unido y varios países de la Unión Europea. Es experto en periodismo de datos, transparencia e innovación en periodismo.

### Fechas de las entrevistas

TIPO DE ENTREVISTADO	NOMBRE Y APELLIDO	MEDIO / ORGANIZACIÓN	FECHA DE LA ENTREVISTA
Periodista de datos	Belén Picazo	<i>Eldiario.es</i>	24 de febrero de 2015
	David Ruiz		16 de abril de 2015
Periodista de datos	Javier Galán	<i>CEPID</i>	25 de mayo de 2015
	Frank Belyeu		23 de febrero de 2015
Periodista de datos	Jesús Escudero	Elconfidencial.com	03 de diciembre de 2015
	Adrián Blanco		14 de enero de 2016
Periodista de datos	Paula Guisado	El Mundo Data	30 de septiembre de 2016
Periodista de datos	Hugo Garrido		20 de octubre de 2016
Periodista de datos	Steve Doig	Universidad de Arizona	16 de agosto de 2016
Periodista de datos	Teemo Tebest	<i>YLE</i>	25 de abril de 2017
Experto	José Luis Dader	Universidad Complutense de Madrid	20 de octubre de 2016
Experto	Heikki Kuutti	Universidad de Jyväskylä	20 de abril de 2017
Experto	Turo Uskali	Universidad de Jyväskylä	21 de abril de 2017
Experto	Helen Darbshire	<i>Access Info Europe</i>	30 de octubre de 2017

Tabla 1. Entrevistados y fechas de las entrevistas. Elaboración propia.

La tabla de la página anterior (Tabla 1) identifica de manera resumida a cada uno de los entrevistados, su pertenencia a algún medio u organización y la fecha en que fueron realizadas

las entrevistas en profundidad. De esta forma podremos presentar a continuación la batería de preguntas elegidas.

### **II.1.2.2. Cuestionarios y su relación con las preguntas de investigación**

Debido a que en la entrevista semiestructurada hay un conjunto de preguntas y temas a explorar sin una redacción exacta ni orden de exposición, la batería de preguntas a cada uno de nuestros entrevistados se basará en un cuestionario general, aunque en cada entrevistado algunas de estas preguntas cambiarán ligeramente en función del contexto en el que se desenvuelven y lo que pueden aportar a nuestro estudio. Por esta razón, aparte de la justificación de cada pregunta en el cuestionario general, se incluirán las variaciones en función de cada entrevistado.

Además, al ser una entrevista estándar no programada, se intenta ofrecer el mismo estímulo a todos, pero haciendo preguntas distintas a los entrevistados. En este sentido las baterías de preguntas de los periodistas de datos españoles son similares, pero algunas preguntas cambiarían en función del medio u organización para la cual trabajan. Algo similar ocurriría con las baterías de preguntas de los periodistas de datos de EEUU y Finlandia, las cuales también tendrán diferencias entre sí. Del mismo modo, la batería de preguntas para un experto académico en periodismo de datos y transparencia finlandés no puede ser exactamente igual a la de un experto español, así como tampoco puede serlo a la de una experta en transparencia que trabaja en una organización de la sociedad civil como Access Info Europe.

Por todas estas razones el cuestionario general contendrá tan sólo las trece preguntas comunes a todos los entrevistados que hacen parte de la muestra. Los demás cuestionarios específicos a seguir son: cuestionario a periodistas de datos, cuestionario de expertos internacionales, cuestionario a experto académico español y cuestionario a experta en transparencia. Cada uno

de estos cuestionarios comenzará su diferenciación en la batería de preguntas a partir de la pregunta catorce.

### **Cuestionario general**

#### 1. ¿Qué es Periodismo de Datos (PD)?

La pregunta más básica de todas. Se realiza para obtener posibles similitudes y diferencias que cada entrevistado pudiera tener en torno a esta especialidad periodística. Las respuestas podrían arrojar luces en torno a cualquiera de los tres primeros objetivos de investigación expuestos en este capítulo.

En los casos de los entrevistados españoles -periodistas de datos y experto académico-, así como en el de la experta radicada en Madrid -Helen Darbishire-, esta pregunta podría incluso darnos datos en torno al objetivo cuatro: determinar cómo ha afectado la Ley 19/2013, el portal de transparencia del gobierno español y la separación de la privacidad de un cargo público con la transparencia relacionada con su cargo el ejercicio del PD. Esto último se debe a que la percepción del entrevistado en torno a cómo estos elementos de la política y políticas públicas de transparencia han afectado a esta disciplina periodística podría verse afectada según lo que entiendan como PD.

#### 2. ¿Cuál es el perfil del periodista de datos? ¿Qué lo diferencia de un periodista tradicional?

Esta pregunta busca información en torno a los tres primeros objetivos de investigación planteados en este capítulo, aunque se centre más en un aspecto del segundo objetivo: describir el perfil de los profesionales que desarrollan su labor en el periodismo de datos.

#### 3. ¿Se considera un Periodista de Datos? ¿A quién considera periodista de datos en su medio/organización?

Al igual que la pregunta anterior, esta pregunta busca información en torno a los tres primeros objetivos de investigación planteados en este capítulo. Sin embargo, se centra más en el primer objetivo: detectar la existencia de interconexiones entre los distintos actores que hacen parte de los equipos de periodismo de datos y el entorno en el que se desarrolla. Esto se debe a que en un equipo de periodismo de datos suelen haber profesionales que no provienen del periodismo, por lo que esta pregunta podría ayudar a identificar interconexiones entre distintos actores culturales que hacen parte del proceso de producción noticiosa en esta disciplina periodística.

En el caso de los expertos no deja de ser una pregunta relevante, aunque pueda darse el caso de suscitar una respuesta negativa. En ese caso, se planteó seguidamente la siguiente pregunta: ¿Conoce a algún periodista de datos? ¿por qué considera a esa persona un periodista de datos?

4. ¿Qué opinión le merece el estado actual del periodismo de datos en su país y qué expectativas tiene de él en un futuro próximo?

Esta pregunta tiene interés por la información que podría surgir en torno a las tres primeras preguntas de investigación planteadas en este capítulo. Sin embargo, en el caso de los periodistas de datos y experto de España, así como de la experta radicada en Madrid, también podría arrojar luces en torno a la cuarta pregunta de investigación. En el caso de Helen Darbshire, al ser oriunda de Reino Unido, esta pregunta será formulada de la siguiente manera: ¿qué opinión le merece el estado actual del periodismo de datos en España y qué expectativas tiene de él en un futuro próximo?

En el caso del periodista de datos norteamericano, Steve Doig, esta pregunta se formulará seguida de la siguiente: ¿hay alguna diferencia en cómo se está desarrollando el periodismo de datos a nivel nacional y en el estado donde está actualmente afincado (Arizona)? Esto se

debe a la naturaleza federal de los Estados Unidos de América, en donde cada estado tiene su propia constitución y leyes de acceso a la información pública.

5. Según su experiencia, ¿percibe alguna diferencia notable entre su país y otras partes del mundo donde se esté desarrollando el periodismo de datos?

Al igual que la pregunta anterior, esta tiene interés por la información que podría surgir en torno a las tres primeras preguntas de investigación planteadas en este capítulo y, en el caso de españoles y radicados en España, también podría darnos datos en torno a la cuarta pregunta de investigación.

6. ¿Qué valores que ya hacían parte del ejercicio periodístico cree que el periodismo de datos ha afianzado y/o debilitado en general? ¿El periodismo de datos ha incorporado nuevos valores al ejercicio periodístico?

Aunque de alguna manera esta pregunta podría arrojar luces en torno a los tres primeros objetivos de investigación, en realidad fue diseñada para obtener datos en torno a una parte del objetivo número tres: detectar fenómenos socioculturales propios de la era del *big data* en las prácticas del periodismo de datos.

7. En el incremento actual del periodismo de datos, ¿han pesado más las filtraciones o la investigación periodística?

Esta pregunta está orientada a recoger información en torno a cualquiera de las tres primeras preguntas de investigación. También nos ayudará a confirmar la definición de periodismo de datos elaborada en nuestro marco conceptual (Capítulo III).

8. ¿Qué opinión le merece la Ley de Transparencia/Ley de acceso a información pública en vigencia? ¿El portal de transparencia del gobierno es suficiente o insuficiente?

En el caso de los entrevistados españoles y Helen Darbshire, esta pregunta está orientada a responder la pregunta de investigación cuatro. Sin embargo, al preguntar a los extranjeros por leyes de acceso a la información pública en sus países, buscamos datos de comparación con el caso español que nos ayude a confirmar los posibles hallazgos en este objetivo de investigación. Por esta razón se les preguntará por la Ley de transparencia española a los entrevistados españoles y a Helen Darbshire, mientras que al resto se le preguntará por la ley de acceso a información pública en su país.

Aprovechando la nacionalidad británica de nuestra experta en transparencia y su experiencia en otras partes del mundo, también se le preguntará por las leyes de transparencia en la Unión Europea, Reino Unido y otras partes del mundo en donde tenga experiencia de la siguiente manera: ¿qué opinión le merece las leyes de transparencia o leyes de acceso a información pública en la Unión Europea y Reino Unido respecto a la ley española?

9. En el caso de cargos electos y funcionarios públicos, ¿Qué pesa más, la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD) o la Ley de Transparencia?

Esta pregunta está orientada a recoger datos en torno a la pregunta de investigación cuatro y no será formulada a los entrevistados extranjeros -con excepción de Helen Darbshire. En estos casos, se replanteará esta pregunta por la siguiente: ¿que pesa más en su país, las leyes de acceso a la información pública o las leyes de protección de datos? Este replanteamiento pretende darnos información con la cual comparar hallazgos en torno a la pregunta de investigación cuatro.

10. ¿Qué opina del Periodismo Ciudadano respecto al Periodismo de Datos? ¿Hay fiabilidad en las nuevas fuentes?



Esta pregunta pretende ahondar en las relaciones del periodismo de datos con otras propuestas periodísticas recientes y su posible uso en los casos en donde la opacidad institucional no permita acceso a posibles fuentes. En este sentido está orientada a recabar datos en torno a la tercera pregunta de investigación, aunque podría arrojar datos sobre cualquiera de los cuatro objetivos de investigación presentados en este capítulo.

11. ¿Qué opinión le merece las nuevas aplicaciones en red de micromecenazgo o *crowdfunding* respecto a la investigación en el periodismo de datos?

En un principio esta pregunta se diseñó pensando en los miembros del CEPID, una organización pequeña que pensábamos más propensa a este tipo de financiación. Sin embargo, debido a la diversidad de antecedentes de los entrevistados de nuestra muestra, fue cobrando más relevancia en la medida que nos dimos cuenta que muchos periodistas de datos de los medios entrevistados han participado de alguna manera en proyectos de periodismo de datos no financiados por sus respectivos medios. En este sentido, es una pregunta que busca datos en torno los tres primeros objetivos de investigación presentados en este estudio, ya que es una financiación que suele estar vinculada con la elaboración de proyectos con participación de diversos perfiles profesionales (objetivos uno y dos), cuyas formas de trabajo podrían enmarcarse en fenómenos tecnológicos, sociológicos y culturales propios de la era del *big data* (objetivo tres).

12. ¿Qué pieza diría usted que es un buen ejemplo de periodismo de datos en su organización periodística? ¿Qué elementos contiene que la convierte en un buen ejemplo?

A través de la descripción de una pieza de periodismo de datos bien conocida por los entrevistados, se podrían recoger datos que reafirmen la definición propuesta en el marco conceptual (Capítulo III).

13. ¿Qué opinión le merece las siguientes afirmaciones?: a) el periodismo de datos solo es posible en una sociedad donde se pueda manejar grandes conjuntos de datos; b) sin los datos abiertos, la publicación de los datos utilizados y las visualizaciones no hay periodismo de datos.

Esta pregunta, común a todos los entrevistados, será la última. Por esta razón no le seguirá a la pregunta doce, aunque la hayamos incluido aquí en el cuestionario general. En el caso de los periodistas de datos sería la pregunta veintidós, en la de los expertos finlandeses sería la veinte, en la del experto académico español sería la veintiuna y en el caso de la experta en transparencia, la veinte.

Es una pregunta orientada provocar reflexiones en el entrevistado que pudieran reafirmar o contradecir informaciones que hayan dado en otras preguntas anteriores. Sólo así podemos diferenciar las impresiones implícitas de las explícitas que sobre el periodismo de datos tenga el entrevistado. Podría arrojar información en torno a cualquiera de las tres primeras preguntas de investigación expuestas en este capítulo.

### **Cuestionario a periodistas de datos**

14. ¿Cómo se trabaja el periodismo de datos en su organización periodística? ¿Qué tipo de profesionales conforman su equipo de periodismo de datos?

Esta pregunta está claramente enfocada a detectar información en torno a los tres primeros objetivos de investigación presentados en este capítulo.

15. ¿Quién es el jefe directo del equipo y quienes determinan que proyectos se realizan?

Al igual que la pregunta anterior, en esta se busca recabar datos relacionados con los tres primeros objetivos de investigación. También busca describir distintas modalidades de trabajo

en función de la característica de cada organización, que puede incluir tamaño, verticalidad u horizontalidad y relación con otras secciones del medio.

16. ¿Existe un laboratorio de innovación en su organización periodística?

Esta pregunta busca describir las distintas modalidades de trabajo en las organizaciones en las que trabajan los periodistas de datos de la muestra. En caso de generar una respuesta afirmativa, le seguirían las siguientes preguntas: ¿qué tipo de actividades de desarrollan allí? ¿Los proyectos de periodismo de datos están supeditados a este *Lab*? ¿Cuáles son sus funciones en ese equipo? Todas estas preguntas buscan datos en torno a las tres primeras preguntas de investigación, aunque se centre más en las dos primeras.

17. ¿Tiene otras funciones fuera de lo que es el equipo de periodismo de datos?

Una pregunta orientada a describir el entorno en que se desarrolla en periodismo de datos y que podría arrojar luces en torno a aspectos relacionados con las tres primeras preguntas de investigación. Podría generar caracterizaciones en formas de trabajo en función de tamaño del medio en la que trabaja el periodista de datos.

18. ¿Cuáles son las principales dificultades para el ejercicio del periodismo de datos en su organización periodística?

Al igual que la pregunta anterior, podría generar caracterizaciones en formas de trabajo en función de tamaño del medio en la que trabaja el periodista de datos, por lo que podría generar información en torno a cualquiera de los tres primeros objetivos de investigación. También es una pregunta que podría aportar datos relacionados con el estado del periodismo de datos en España, incluso formulada a los periodistas de datos extranjeros con respecto a sus países, ya que en estos casos puede generar datos susceptibles de comparación.

19. ¿Cómo se eligen los temas a tratar en su departamento? ¿Usted busca los temas o le llegan por filtraciones? De ser posible de un par de ejemplos.

Esta pregunta puede generar datos en cualquiera de los tres primeros objetivos de investigación, aunque esté más orientada a detectar fenómenos tecnológicos, sociológicos y culturales propios de la era del *big data* (objetivo 3).

20. ¿Por qué se dedica al periodismo de datos? ¿Prima más la satisfacción personal que las posibilidades económicas?

Una pregunta muy orientada al tercer objetivo de investigación, ya que busca indagar en los valores de las prácticas periodísticas de los entrevistados y su contexto.

21. ¿Podría dar una breve descripción del funcionamiento de su organización periodística? ¿en dónde encajaría su equipo dentro de un organigrama?

Esta pregunta está más orientada a recabar datos en torno a la primera pregunta de investigación, aunque podría arrojar información en torno a cualquiera de las tres primeras.

### **Cuestionario a expertos finlandeses**

14. ¿Es la cultura de la transparencia algo nuevo en Finlandia? Durante años se ha considerado a Finlandia como uno de los países más transparentes del mundo.

Esta pregunta está orientada a recabar datos en torno al tercer objetivo de investigación. Al ser los entrevistados expertos en periodismo de datos y transparencia, hemos diseñado esta pregunta para ver si hay diferencias entre una cultura de la transparencia previa a la existencia del periodismo de datos y aquella que se relaciona con esta práctica periodística. Dependiendo de cómo se responda esta pregunta, también podría arrojar luces en torno a otros objetivos de investigación.

15. ¿Cuál es el peso de los grupos activistas por la transparencia y *hacktivistas* en el desarrollo del periodismo de datos en Finlandia?

Al igual que la pregunta anterior, está muy orientada hacia al objetivo de investigación cuatro. También podría darnos datos en torno a los otros objetivos de investigación.

16. ¿Podría comentar los siguientes datos recabados en torno al periodismo de datos en Finlandia?: a) Johanna Vehkoo y Antti Poikola son actores claves en el periodismo de datos finlandés; b) tan sólo hay dos medios con equipos de periodismo de datos en Finlandia.

Esta pregunta busca indagar en torno a los orígenes del periodismo de datos finlandés y confirmar informaciones contradictorias recabadas en la investigación previa de nuestro estudio. La respuesta podría darnos datos en torno a los dos primeros objetivos de investigación.

17. Según su experiencia como profesor, investigador y periodista, ¿cómo se estructura el periodismo de datos en las redacciones? ¿Que clase de profesionales forman parte de un equipo de periodismo de datos?

Con esta pregunta buscamos datos relacionadas con los dos primeros objetivos de investigación. Debido a la experiencia investigadora de los entrevistados, su respuesta ahondará en muchos aspectos relacionados con estos dos objetivos y podría incluso darnos datos en torno al tercero.

18. ¿Qué está más relacionado con aquellos periodistas que adoptan prácticas del periodismo de datos, la satisfacción personal o los ingresos económicos?

Esta pregunta busca datos en torno al tercer objetivo de investigación, ya que busca si en el periodismo de datos prácticas culturales ya ejercidas por periodistas tradicionales y posibles diferencias.

19. ¿Cuáles cree que son los mayores obstáculos para el ejercicio del periodismo de datos en Finlandia?

Con esta pregunta buscamos indagar en torno al periodismo de datos finlandés y generar datos susceptibles de comparación con la situación en España. Podría generar datos relacionados con cualquiera de los cuatro objetivos de investigación.

### **Cuestionario a experto académico español**

14. ¿Ve diferencias entre lo que ahora se está denominando periodismo de datos y en lo que su momento se denominó periodismo de precisión?

Esta pregunta está enfocada a comprobar la definición de periodismo de datos que hemos desarrollado en el marco conceptual. Hemos hecho esto tomando en consideración que el profesor Dader considera al periodismo de datos y el periodismo de precisión la misma cosa. A partir de esta pregunta podríamos extraer datos relevantes relacionados con los tres primeros objetivos de investigación expuestos en este capítulo.

15. En el caso español, ¿Cómo calificaría el ejercicio del periodismo de precisión en las últimas tres décadas?

Esta pregunta se centra en obtener información relacionada con el tercer objetivo de investigación y contrastar datos obtenidos en nuestro marco conceptual y estado de la cuestión (capítulos III y IV).

16. Según su experiencia investigadora, ¿en que se apoyaba más el periodismo de precisión hace tres décadas? En la actualidad, hay muchas piezas de PD que se basan en filtraciones: ¿Ocurría lo mismo en el periodismo de precisión?

Al igual que la pregunta anterior, está enfocada en obtener datos que podrían ayudarnos a alcanzar el objetivo de investigación tres y a contrastar datos de los capítulos III y IV.

17. Tomando en cuenta que España contaba desde 1992 con una regulación del derecho de acceso a la información pública con la Ley de Procedimiento Administrativo, pregunto: ¿este hecho jurídico no marcó un hito en la cantidad de historias derivadas del periodismo de precisión?

En esta pregunta intentamos detectar posibles analogías entre el desarrollo del periodismo de datos a partir de la Ley de Transparencia y posibles consecuencias para el periodismo de precisión en la España de 1992 a partir de la Ley de Procedimiento Administrativo. La respuesta podría darnos información en torno a la pregunta de investigación cuatro.

18. Según su experiencia como profesor y periodista: ¿cómo cree que se estructura el periodismo de datos y el periodismo de precisión en las redacciones, que tipo de profesionales hacen parte de los equipos?

Pregunta relacionada con los objetivos de investigación uno y dos, también indaga en posibles analogías con equipos multidisciplinarios en las redacciones que ejercían el periodismo de precisión o CAR en la década de los noventa del siglo XX.

19. ¿Cuáles han sido los principales obstáculos en el ejercicio del periodismo de precisión y de datos en España y otras regiones en las que haya investigado?

Pregunta relacionada con el objetivo de investigación tres que también indaga en posibles analogías que enriquezcan la definición de periodismo de datos expuesta en el marco conceptual (Capítulo III).

20. ¿Qué proyecto considera como un buen ejemplo de periodismo de datos en España?

Pregunta relacionada con los tres primeros objetivos de investigación. Teniendo en cuenta que Dader considera al periodismo de precisión y el periodismo de datos la misma cosa, con esta pregunta también buscamos posibles analogías en las prácticas periodísticas de ambas disciplinas en distintas épocas.

### **Cuestionario a experta en transparencia**

14. ¿Es rutinario en su organización ir a los juzgados para reclamar por una información denegada en el portal de la transparencia? Deme algún ejemplo.

Esta pregunta está orientada a obtener datos sobre el objetivo de investigación dos, al ver si hay practicas culturales en el periodismo de datos similares a las de los activistas por la transparencia. Esto también podría arrojar luces en torno al objetivo de investigación tres.

15. ¿De dónde viene la nueva forma de entender la transparencia por parte de los periodistas de datos, hay alguna diferencia con lo que se entiende por transparencia en la administración pública?

Pregunta que busca información en torno al objetivo de investigación tres y posibles relaciones entre este y el objetivo cuatro.

16. ¿Qué relación ve entre el movimiento *open data* y el actual estado y evolución del derecho al acceso a la información pública?

Con esta pregunta buscamos recabar datos en torno al objetivo de investigación tres. Una vez desarrollada la respuesta, se hará la siguiente pregunta relacionada: ¿Ve relación con el PD? La respuesta también podría guardar relación con el primer objetivo de investigación.



17. ¿Cuáles son las principales dificultades para el ejercicio de la transparencia en España y Europa en general?

Esta pregunta busca establecer similitudes y diferencias entre España y Europa que ayuden a esclarecer al objetivo de investigación cuatro.

18. ¿Qué opinión le merece el Consejo de la transparencia?

Una pregunta relacionada con el objetivo de investigación cuatro. Se formula esta pregunta sabiendo dos cosas: a) que el Consejo de Transparencia y la Agencia Española de Protección de Datos firmaron un documento conjunto en donde dan constancia de que la privacidad de un cargo público está supeditada a la petición de información pública, b) que ha habido instituciones públicas que han recurrido resoluciones de este consejo.

19. ¿Ha visto alguna diferencia relevante entre el portal de transparencia del gobierno con portales autonómicos y locales?

Esta pregunta, relacionada con el objetivo de investigación cuatro, busca comprobar insuficiencias e incumplimientos de la ley de transparencia que hayan querido superar leyes autonómicas y normativas locales.

### **II.1.3. Transcripción y análisis de las entrevistas**

Aunque en los siete estadios de una investigación por entrevista propuestos por Kvale (1996) la transcripción y el análisis son presentados por separado como los estadios cuatro y cinco respectivamente, según este autor son seis los pasos que conforman el análisis de la entrevista, distinguiendo el análisis del estadio cinco como el paso 4.3:

“(1) El sujeto describe su mundo vivido; (2) El sujeto descubre por sí mismo nuevas relaciones y ve nuevos significados de lo que hace y experimenta; (3) El entrevistador

condensa e interpreta el significado de lo que el sujeto describe y manda de vuelta el significado; (4) la entrevista transcrita es interpretada por el entrevistador: (4.1) estructurando el largo y complejo material para el análisis, (4.2) haciendo el material ameno para el análisis al eliminar material superfluo como repeticiones y disgregaciones, además de distinguir entre lo esencial y no esencial de acuerdo al propósito del estudio, (4.3) el propio análisis desarrollando el significado de las entrevistas llevando a la luz el entendimiento del propio sujeto; (5) La re-entrevista, que consiste en dar las interpretaciones a los sujetos para que comenten y hagan autocorrecciones, permitiendo que realicen sus propias afirmaciones; y (6) un posible sexto paso: incluir acciones desde las nuevas introspectivas del entrevistado” (Kvale, 1996:189-190).

Según Kvale los primeros tres pasos suelen hacerse durante la entrevista y en nuestro caso nos ha llevado incluso a cambiar durante la entrevista algunas de las preguntas diseñadas, aprovechando el enfoque I:R para ahondar en relaciones y significados no previstos y expuestos por los entrevistados durante la entrevista. Desde un principio sabíamos que esto podría pasar, razón por la cual se eligió la entrevista estándar no programada. El cuarto paso de análisis y sus subpuntos son los que forman parte de este subapartado, mientras que los pasos cinco y seis propuestos por Kvale no harán parte de esta investigación debido a que hemos incorporado otros enfoques teóricos en la transcripción y análisis que los harían innecesarios.

### **II.1.3.1. Transcripción de las entrevistas**

El debate en torno a la interpretación introducida por la tradición hermenéutica en las ciencias sociales trajo consigo debates en torno a los usos de los métodos cualitativos de entre los cuales la transcripción de las entrevistas ha sido parte importante. Destacando que las distintas formas retóricas de lenguaje oral y escrito son frecuentemente pasadas por alto durante la transcripción de entrevistas en las ciencias sociales, Kvale (1996) asegura que “la sociolingüística y etnometodología han traído al centro del debate las diferencias entre

lenguajes orales y escritos” (Kvale, 1996:166). En este sentido, según uno de los estudios históricos sociolingüísticos más reconocidos, *Oralidad y escritura: tecnologías de la palabra*, el pensamiento y expresión de una cultura oral primaria es cercano al mundo de la vida humana, situacional, empático y participativo, aditivo, agregativo, agonal y redundante; mientras que una cultura escrita se caracteriza por ser analítica, abstracta con formas de pensamiento y expresión objetivamente distanciadas (Ong, 1982). En su obra, Walter Ong (1982) se refiere a la cultura homérica de la Grecia prealfabética como cultura oral primaria, mientras que con cultura escrita se refiere a la Grecia Antigua o clásica de Platón, ya plenamente alfabetizada.

Siguiendo este orden de ideas, el autor considerado como uno de los padres fundacionales de la Escuela de Toronto en comunicación, Eric Havelock, afirmó que la introducción generalizada del alfabeto en la antigua Grecia, la conservación del conocimiento y la identidad griega mediante la escritura, hacían innecesaria la educación homérica a través de la mimesis, ya que Platón introducía en escena al pensador crítico, racional, al filósofo (Havelock, 1963). Son diferencias entre la cultura oral y escrita que también se dan entre el lenguaje oral y escrito desde la perspectiva de la transcripción de entrevistas:

“Una transcripción es una transgresión, una transformación de una forma de narrativa – discurso oral – a otra –discurso escrito. Transcribir significa transformar, cambiar de una forma a otra. Intentar una transcripción literal produce híbridos, construcciones artificiosas que no son adecuadas ni a la conversación oral viva ni al estilo formal de textos escritos. Las transcripciones son traducciones de un lenguaje a otro; lo que se dice en la tradición hermenéutica de los traductores también atañe a los transcriptores: traduire treaittori – traductores traidores” (Kvale, 1996:166).

Aunque a partir de esta afirmación pareciera evidente que la transcripción literal de una entrevista no es aconsejable, Kvale acota que tal cosa podría modificarse en función de la

investigación: “si las transcripciones son hechas para servir de material de análisis psicológico o sociolingüístico, debería ser lo más detallada posible, a saber, literal” (Kvale, 1996:171). Sin embargo, esto conllevaría unas técnicas específicas que no vienen al caso en esta investigación, ya que nuestro estudio no es de naturaleza psicológica ni sociolingüística. Para este caso, nos recomienda lo siguiente:

“Si están hechas para dar una impresión general del punto de vista de los sujetos, parafrasear y condensar las declaraciones puede estar a la orden del día. Además, si el análisis es preparado de una manera que categorice o condense el significado general de lo que se ha dicho, cierta cantidad de edición en la transcripción es deseable” (Kvale, 1996:170-171).

Aparte de esto, existen implicaciones éticas que conlleva la transcripción de las entrevistas. Más allá de los asuntos en torno a la confidencialidad de los sujetos y la correcta estructuración del estudio, la obligación ética de presentar la transcripción de las entrevistas a los entrevistados podría implicar el caso de negativas al uso de lo dicho por los sujetos en la entrevista, además de problemas de estigmatización que podrían ser perjudiciales para la veracidad de la investigación:

“Algunos sujetos pueden experimentar un shock como consecuencia de leer sus propias entrevistas. La transcripción literal del lenguaje oral puede parecer un discurso tan incoherente y confuso como si indicara un bajo nivel de funcionamiento mental. Los sujetos pueden resultar ofendidos y rehusarse a cualquier cooperación futura y al uso de lo que hayan dicho... Ten en cuenta que la publicación de transcripciones literales de entrevistas incoherentes y repetitivas puede conllevar a la estigmatización de personas específicas o grupos de personas” (Kvale, 1996:172-173)

Por todas estas razones, las transcripciones de las entrevistas en nuestro estudio no serán literales: implicarán un grado de condensación y edición que permitan: (1) exponer fácilmente

el punto de vista de los entrevistados, (2) la futura categorización de las entrevistas, y (3) que evite futuras negativas de cara a las investigaciones futuras.

### **II.1.3.2. Análisis de las entrevistas: condensación del significado**

La entrevista interpretada por el entrevistador mediante la estructuración del material para hacerlo ameno al análisis dará como resultado en nuestro estudio una transcripción de acuerdo con lo que el representante de la Escuela de Duquesne y ortodoxo en la aplicación del método de investigación fenomenológica, Amedeo Giorgi, denominó unidad natural de significado (Giorgi, 1985). En nuestro análisis compaginaremos la unidad natural de significado de Giorgi con la condensación de significado explicada por Steinar Kvale:

“La forma de los resultados en palabras será principalmente en condensación de significado, interpretación y análisis narrativo, posiblemente con algunas figuras de estructuración narrativa... Condensación del significado implica un compendio de significados expresados por el entrevistado en formulaciones más cortas. Declaraciones largas son comprimidas en otras más cortas en donde el sentido principal de lo que se ha dicho se parafrasea en pocas palabras. Por ende, condensación del significado implica una reducción de un largo texto de entrevista en uno más corto y formulaciones sucintas” (Kvale, 1996:192).

La manera en que Giorgi logra esta condensación del significado a partir de la unidad natural de significado se ejemplifica perfectamente en su artículo “An application of phenomenological method in Psychology” (Giorgi, 1975), en donde este autor expone en un cuadro de que forma se realiza este proceso:

UNIDAD NATURAL	TEMA CENTRAL
1. Lo primero que me viene a la mente es lo que aprendí sobre decoración interior de Myrtis. Ella me estaba hablando sobre la forma en que ves las cosas. Su manera de ver distintas habitaciones ha sido alterada. Me dijo que cuando entras a una habitación por lo general no notas cuantas líneas horizontales y verticales hay, al menos conscientemente no lo notas. Y aun así, si tomaras a alguien que sepa lo que ocurre en el campo de decoración de interiores, sentirá intuitivamente que hay el número correcto de líneas horizontales y verticales.	1. El rol de las líneas verticales y horizontales en decoración de interiores.

Tabla 2. Condensación del significado. Fuente: (Giorgi, 1975)

En esta tabla se ve sólo la primera extracción de un tema central a partir de una primera unidad natural de significado, razón por la cual ambas están precedidas de la numeración 1. En la ejemplificación hecha por Giorgi la numeración continúa hasta finalizar las unidades naturales de una entrevista. Según Kvale, en la elaboración de este cuadro estuvieron implicados tres procesos de análisis de un total de cinco:

“Las unidades naturales de significado de las respuestas del sujeto son mostradas en una columna izquierda y sus temas centrales son presentados en la columna derecha. Cinco pasos están envueltos en este análisis empírico fenomenológico: primero, toda la entrevista es leída para obtener un sentido de la totalidad de la misma. Luego, las unidades naturales de significado expresadas por los sujetos son determinadas por el investigador. Tercero, el tema central que domina la unidad natural de significado se plasma de la forma más simple posible... el cuarto paso consiste en interrogar a las unidades de significado de acuerdo al propósito específico del estudio... en el quinto paso, el esencial, temas no redundantes de toda la entrevista fueron enlazados en un mismo párrafo descriptivo” (Kvale, 1996:194).

Siguiendo este proceso, todas nuestras transcripciones son unidades centrales de significado que han generado algún tema central relacionado con los objetivos de investigación expuestos en este capítulo. Por esta razón, los resultados de nuestras entrevistas en profundidad son una agrupación de los mismos temas centrales expuestos por distintos entrevistados en un orden

concreto que nos permita hacer generalizaciones. Del mismo modo, cada cita textual que haga referencia a la transcripción de una entrevista vendría a ser una unidad natural de significado.

## **II.2. Metodología del Análisis de Contenido**

Luego de haber elegido las entrevistas en profundidad para la recolección de datos en torno las políticas de decisión política que permiten retardar o acrecentar el periodismo datos desde la sociología del periodismo computacional, la información recolectada se complementará con una metodología que logre identificar como el periodismo datos español ha tratado de influir en estas políticas. En este sentido, como a través de las entrevistas identificaremos como han influido las políticas de decisión política el ejercicio del PD en España a través de la Ley 19/2013, el portal de transparencia del gobierno español y la separación de la privacidad de un cargo público con la transparencia relacionada con su cargo, -metodología que también nos permitirá identificar elementos de una cultura de la transparencia propia del PD-, para averiguar de qué manera esta cultura de la transparencia está influyendo o pretende influir en esa política y políticas públicas relacionadas con su desarrollo realizaremos un análisis de contenido.

Esta herramienta metodológica nos permitirá averiguar si los medios con unidades de datos han intentado ejercer esa influencia en la opinión pública respecto a la política y políticas públicas de transparencia relacionadas con la Ley 19/2013 y el portal de transparencia del gobierno español, ya que para su aplicación nos basaremos en los enfoques teóricos de la *agenda-setting*, el efecto *priming* y el efecto *framing* o encuadre.

### **II.2.1. Marco teórico del análisis de contenido**

De la *agenda-setting* se ha tomado la influencia que tienen los medios para establecer que sucesos, temas y personas son importantes, para identificar a través de nuestro análisis de

contenido hasta qué punto los medios con unidades de datos han intentado posicionar la transparencia como un tema relevante. Además, tomamos del efecto *priming* el análisis de la forma en que la transparencia es tratada en relación con algunos aspectos de la política a expensas de otros, mientras que del efecto *framing* hemos incorporado la forma en que el periodista enfoca esta temática. A continuación, presentaremos una breve explicación de los elementos teóricos en los que se basan nuestro análisis de contenido antes de detallar la aplicación de esta herramienta metodológica en nuestro estudio.

### **II.2.1.1. Agenda-setting**

La idea de que la audiencia se conforma con la información que recibe, fue apuntada por William James (1890) en su obra *Los principios de la psicología* y desarrollada en 1922 por Walter Lippman en *Public Opinion*, donde compiló varios temas acerca de cómo las características objetivas del mundo tienen a menudo poca relación con las creencias que la gente abriga sobre él (Lippman, 1997). Lippman planteó por primera vez la idea de que los medios de comunicación representan formas de percepción del público con imágenes y representaciones mentales, fundamentada en el concepto de opinión pública que surgiría como reflexión para otros autores como Bernard Cohen (1963:13), quien aseguró que “la prensa no puede tener éxito la mayor parte del tiempo en decirle a la gente qué pensar, pero es asombrosamente exitosa en decirle a sus lectores sobre qué pensar”. Es así como la preocupación por entender la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad es relevante, puesto que estos generan un sinfín de connotaciones positivas y negativas a la vez, en donde los consumidores no sólo aprenden de un problema, sino también de la importancia que se adjunta al contenido informativo en una noticia y su posición (Cohen, 1963:13-14).



Las bases teóricas actuales sobre el establecimiento de la agenda mediática en gran número de artículos científicos hoy pueden encontrarse en autores como Rogers y Dearing (1988) y McCombs y Shaw (1972). En concreto, la teoría de la *agenda-setting* en contraposición a la teoría de los efectos mínimos de los medios, fue producto de una investigación de McCombs y Shaw (1972), quienes observaron que los medios de comunicación de masas intentaban establecer la relación entre los temas de una comunidad -que los votantes consideraban como importantes-, y el contenido de los mensajes aparecidos en los medios de comunicación -a propósito de la campaña electoral a las presidenciales de Estados Unidos en 1968.

Los autores concluyeron que los medios ejercen una influencia considerable sobre aquellos temas que los votantes consideran más importantes, y que existe una fuerte relación entre agenda mediática y agenda pública con respecto a los principales medios -televisión, prensa y radio (McCombs & Shaw, 1972). Para Rogers y Dearing (1988), la relación entre los tres componentes de *proceso de agenda mediática* -agenda pública, agenda política y agenda mediática- se relacionan de la siguiente manera (Gráfico 1):

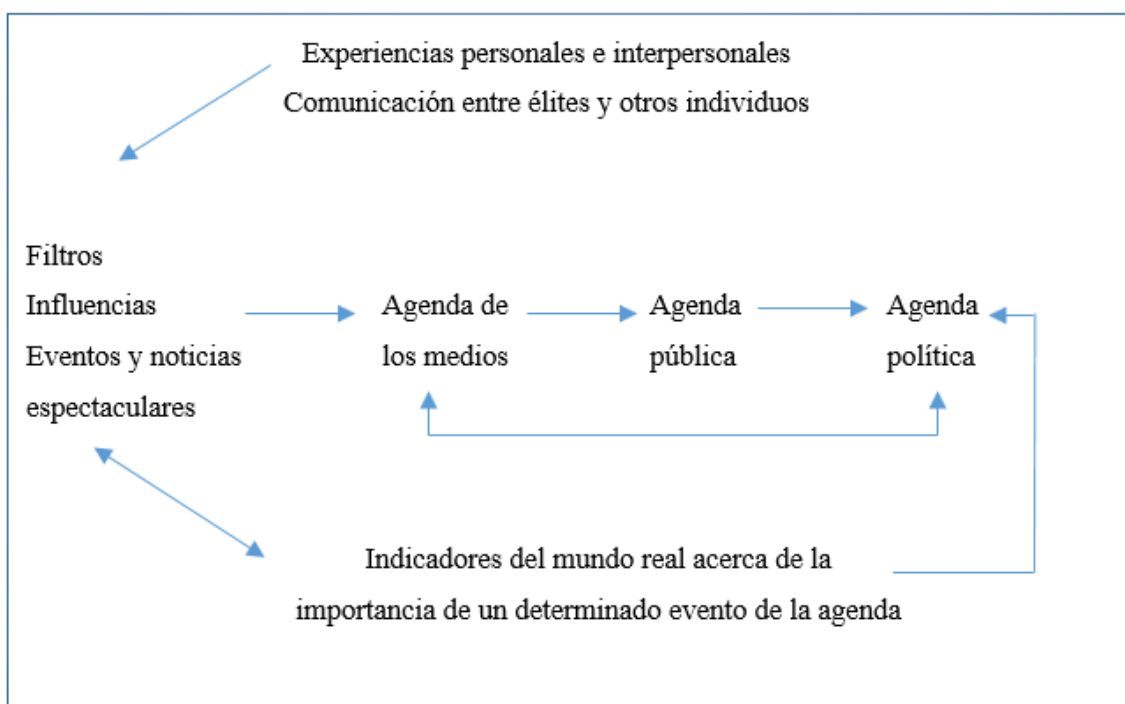


Gráfico 1. Tres componentes principales del proceso de agenda-setting: agenda mediática, agenda pública y agenda política. Fuente: Rogers & Dearing (1988:557).

Según se puede apreciar en la relación entre las distintas agendas que exponen Rogers y Dearing (1988:557), la agenda de los medios influye en la agenda pública produciendo cambios que pueden afectar la agenda política. En este sentido, las creencias y juicios de valor son el resultado de la agenda de los medios, la cual incluso puede incidir en comportamientos públicos de la sociedad que generen un clima de acción política. Esta tradición investigadora se basó en planteamientos hechos anticipadamente por el informe de la comisión *Hutchings Commission* (1947) en torno a la homogenización de las noticias en un conjunto de temas abordados por todos los miembros de los medios de comunicación, así como en los primeros estudios en torno al establecimiento de la agenda mediática de Lazarsfeld y Merton (1948). En la relación agenda pública y agenda política, la pública tiene el poder influyente sobre la política en las decisiones del gobierno y en las opiniones del ciudadano, mientras que cuando la agenda política se relaciona con la pública deja entrever intenciones que la población traduce como desconfianza, combinada con tintes de ineficacia política. Es así como el poder influyente por sobre la agenda política por parte de la agenda pública puede leerse como la influencia de la agenda de los medios en la política.

Según una evolución de la teoría de la *agenda-setting* hecha por McCombs y Shaw (1993), hay cuatro fases de la investigación en este campo: 1- la que confirmaría que, al contrario de la teoría de los efectos mínimos, los medios sí influyen en las audiencias; 2- la que estudia las condiciones que limitan o acrecientan el planteamiento de la agenda mediática; 3- la que estudia los efectos más allá de la sola transferencia de temas e investiga si los medios logran influir en la opinión pública (a dos niveles); 4- la que estudia cómo se configura la propia agenda de los medios. López-Escobar y Llamas (1996) nos dicen que la tercera fase descrita por McCombs y Shaw (1993) se divide en dos: “la transferencia de la ‘agenda’ de los temas se denomina entonces ‘primera dimensión’ o ‘primer nivel’ del efecto, y la transferencia de

los aspectos ‘segunda dimensión’ o ‘segundo nivel’” (López-Escobar, Llamas & Rey, 1996:10).

Nuestro análisis de contenido parte de la corroboración de la primera fase: los medios sin influyen en las audiencias y, por ende, en la opinión pública. Desde allí, tomamos en consideración que los medios perciben la información en un primer nivel, que dice sobre qué pensar (transferencia de temas) y sugieren lo que el público debe pensar en función de la cobertura que quieran darle a cada noticia (López-Escobar, Llamas y Rey, 1996). El segundo nivel, que intenta ir más allá de las cogniciones temáticas (transferencia de aspectos) y estudia cómo los medios de comunicación sugieren a las audiencias como deben pensar sobre los temas planteados en el primer nivel (Escobar, Llamas y Rey, 1996:), también es tomado en consideración, aunque no pretendemos medir los efectos del mensaje en la audiencia española, sino ver como se ha posicionado el tema de la transparencia en medios con unidades de datos. Para esto nos basamos en el efecto *priming* y *framing* de la *agenda-setting*.

#### **II.2.1.2. Efecto *priming***

*Priming* o primado es un concepto técnico de la psicología que fue trasladado a la comunicación política como parte de la *agenda-setting* por Iyengar, Peters & Kinder (1982), siendo conocido hoy como el efecto *priming*. En esencia, es un proceso cognitivo en el que los medios preparan a la audiencia sobre aquellos aspectos que ellos han seleccionado. Desde la perspectiva social, se vincula con el proceso en que las personas perciben el mundo a través de los medios de difusión masiva y suele llamarse primacía política de medios. Según Alger (1989), al atraer la atención hacia algunos aspectos de la política a expensas de otros, los medios pueden servir para establecer los términos en los que se construyen los juicios políticos. Sin embargo, hay que tener en cuenta que este tipo de efecto no influye en todos los individuos por igual, ya que los temas seleccionados son aquellos en los cuales participan

muchos elementos subjetivos que determinan la percepción final de la audiencia sobre ese contexto.

Como nuestro análisis de contenido no pretende medir los efectos en las audiencias sino de qué manera los medios con unidades de datos posicionan la transparencia en la agenda pública, el efecto *priming* en nuestro análisis de contenido se ve reflejado en el establecimiento de temas y subtemas en torno a la transparencia, en donde la relación de temas y subtemas en cada medio darán resultados relevantes en torno a cuales aspectos de la política española relacionada con las políticas públicas de transparencia son más posicionadas en comparación con otros. Esto nos dará material susceptible de comparación entre medios muy relevante para nuestra investigación.

### **II.2.1.3. Efecto *framing***

La teoría del encuadre o *framing* aparece en el campo de la psicología a través de Erving Goffman (1986), quien incluye matices sociológicos en su obra que hasta hoy siguen utilizándose en los estudios de comunicación. Según Belén Amadeo, la mayoría de las aportaciones de estos estudios en castellano se han denominado por su nombre en inglés, *framing*, debido una postura ecléctica que intenta conciliar las distintas traducciones posibles, como *enfoque*, *encuadre*, *marco* e incluso *formato* (Amadeo, 1999). Adaptada a la construcción del mensaje mediático y heredada de la tradición de la sociología interpretativa y la psicología, la teoría del *framing* vino a romper con las pretensiones objetivistas al introducir el elemento subjetivo como parte fundamental en el proceso comunicativo, es decir, que las noticias no son un reflejo de la realidad sino una representación de esta. En este sentido “los marcos vinculados a culturas políticas o identidades aportan significados propios a la realidad social, en la que se mueve constantemente el periodista” (Sábada, 2001:161), lo

cual significa que cuando el periodista cuenta lo que sucede, encuadra la realidad y aporta su punto de vista.

En nuestro análisis de contenido, cuando un periodista de datos cuenta lo que sucede en torno a la transparencia, lo hace encuadrado en una realidad distinta a la del periodista tradicional: dentro de una unidad de datos. Es un enfoque muy acorde con la visión de Gaye Tuchman, quién utilizó la teoría del encuadre para adentrarse en los medios como organizaciones para descubrir modos de trabajo, y para quién los elementos que determinan los *frames* de los medios de comunicación son su organización y las actitudes profesionales de los periodistas que trabajan en ellos (Tuchman, 1978). Sin embargo, el efecto *framing* en nuestro análisis de contenido no busca descubrir la organización y actitudes profesionales de los periodistas de datos de los medios analizados, sino detectar si en los medios con unidades de datos ha habido un tratamiento informativo que refleje actitudes profesionales en torno a la transparencia distintas a la de los medios sin unidades de datos. Esto se vería reflejado en los intentos -y en la forma en que se realizan estos- por influir en la política y políticas públicas de transparencia a través de la creación de una agenda mediática que influya en la opinión pública.

#### **II.2.1.4. Perspectivas cuantitativas y cualitativas en el análisis de contenido**

El análisis de contenido como herramienta de investigación ha sido tan utilizada que conlleva diversos matices definitorios según el campo de conocimiento en el cual se aplica, el investigador que lo utilice y, sobre todo, el paradigma científico al cual pertenece el autor. En nuestro caso, presentaremos algunas de las definiciones más aceptadas por la comunidad científica en el campo de la comunicación que además contengan elementos conceptuales que puedan ajustarse a nuestra investigación, comenzando por definiciones adscritas al paradigma científico racionalista hasta llegar a alguna de las autodenominadas metodologías cualitativas.

De entre las primeras, en donde prima el método cuantitativo en la investigación social (Berelson, 1952; Kerlinger, 1986), destacaremos la de Kerlinger, que define el análisis de contenido como “un método de estudio y análisis de comunicación de forma sistemática, objetiva y cuantitativa, con la finalidad de medir determinadas variables” (Kerlinger, 1986:447). Esta definición, basada en una anterior formulada por Berelson (1952:18), forma parte de una visión adscrita al paradigma científico racionalista ampliamente criticado a lo largo de la segunda mitad del siglo XX debido a lo restrictivo del término “cuantitativa”. De esta manera comenzaron a primar definiciones similares que excluían el término cuantitativo, tales como la de Hostil (1969), que definió el análisis de contenido como “una técnica de investigación para formular inferencias identificando de manera sistemática y objetiva ciertas características específicas dentro de un texto” (Hostil, 1969:5).

De entre las definiciones más aceptadas en la actualidad está la de Klaus Krippendorff, quien aseguró que esta herramienta metodológica es “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y validas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1990:28). Según este autor, las raíces intelectuales del análisis de contenido se encuentran en el uso consciente de símbolos y voces, especialmente desde que existe la escritura, cuando los seres humanos comenzamos a remplazar el uso mágico del lenguaje por las disciplinas antiguas de la filosofía, la retórica y criptografía. Sin embargo, hoy en día tiene tres características distintivas en la investigación científica:

“Primero, el análisis de contenido es un ‘método fundamentado empíricamente’, exploratorio de procesos y predictivo o inferencial en su propósito... segundo, el análisis de contenido contemporáneo ‘trasciende las nociones de símbolos, contenidos y propósitos’... tercero, el análisis de contenido contemporáneo ‘ha sido forzado a crear una metodología propia’, una que le permita a los investigadores planear, ejecutar, comunicar, reproducir y evaluar críticamente sus análisis sean cuales sean los resultados particulares” (Krippendorff, 2004:xvii-xx).

Estas características distintivas del análisis de contenido contemporáneo son planteadas por Krippendorff luego de que esta técnica pasara por diversos momentos de transformación conceptual, en donde diversos autores intentaron superar las insuficiencias del análisis cuantitativo para captar los significados profundos por medio de una metodología cualitativa que hiciera énfasis en la captación de significados (Kracauer, 1952; Ritsert, 1972; Mostyn, 1985; Wittkowski, 1984; Altheide, 1996). Sin embargo, acotamos que al igual que Krippendorff, consideramos que ya no podríamos hablar de una distinción entre un análisis de contenido cuantitativo y otro cualitativo, ya que “toda lectura de texto es cualitativa, incluso cuando algunas características del texto son convertidas luego a números” (Krippendorff, 2004:16).

Otro punto para tomar en consideración es que tal como nos dice Jaime Abela (2002), el análisis de contenido “se encuentra en la frontera de otras técnicas como el análisis lingüístico, el análisis documental, textual, de discurso y semiótico” (Abela, 2002:9), y en la actualidad todas estas técnicas se combinan según el tipo de investigación que se haga. En este sentido, los enfoques de las autodenominadas metodologías cualitativas en el análisis de contenido han ofrecido alternativas de protocolos para explorar los textos de forma sistemática, en donde el análisis del discurso ha sido uno de los enfoques más utilizados en los estudios del mensaje en el campo de las ciencias de la información. En este sentido, Van Dijk (1991) estudió como aparecen representadas las minorías raciales en la prensa y como los conflictos raciales son descritos, mientras que Wonsek (1992) indagó en como los programas noticiosos de televisión manifestaban una visión ideológica particular de la economía.

Al centrarse en como un fenómeno particular es representado, el análisis de discurso -o análisis de contenido del discurso según Abela- tiene un peso importante en nuestra investigación, ya que estudiamos cómo los medios con unidades de datos representan la

transparencia en su intento por influenciar en la opinión pública. Es una perspectiva que usa al análisis de contenido para acercarse al estudio de los mensajes y “comprender su génesis o proceso de formación, obtener descripciones precisas de su estructura y componentes, analizar su flujo o patrones de intercambio, trazar su evolución e inferir su impacto” (Igartua, 2006:180).

## **II.2.2. Componentes del análisis de contenido**

Muchos teóricos e investigadores han señalado los diversos pasos a seguir para realizar un análisis de contenido, aunque en la actualidad la mayoría se cuidan de darnos recetas restrictivas. Por esta razón, los autores más utilizados para basar las investigaciones con esta metodología hablan de componentes, que según Krippendorff (2004:83) es “meramente una forma conveniente de dividir, conceptualizar, hablar acerca de y evaluar el diseño del análisis de contenido paso a paso”. Según Jaime Abela (2002) estos componentes serían los siguientes: “1- determinar el objeto o tema de análisis; 2- determinar las reglas de codificación; 3- determinar el sistema de categorías; 4- comprobar la fiabilidad del sistema de codificación-categorización; 5- inferencias” (Abela, 2002:11). Para Krippendorff (2004) los componentes de un análisis de contenido se dividen en: unificación, muestreo, codificación, inferencia abductiva del contexto del fenómeno y narración de las respuestas a las preguntas de investigación (Krippendorff, 2004:83). Ambas particiones tienen similitudes que señalaremos a continuación, ya que a partir de allí hemos diseñado el análisis de contenido de nuestra investigación.

Según Abela, determinar cuál es el objeto o tema de análisis significa preguntarse las siguientes preguntas: “¿Qué se quiere investigar?, ¿Qué bibliografía o conocimientos previos existen?, ¿en que teoría o marco teórico encaja?, ¿Qué texto o textos se van a utilizar?, y ¿Cuál es la unidad de análisis que se va a utilizar?” (Abela, 2002:11). Con excepción a la



segunda pregunta, en la metodología de nuestro análisis de contenido se han respondido las tres primeras preguntas en capítulos y apartados anteriores. La bibliografía y conocimientos previos serán expuestos en mayor profundidad en el marco conceptual (Capítulo III) y el estado de la cuestión (Capítulo IV). En este sentido, solo faltaría por esclarecer al detalle en este capítulo cuales son los textos y la unidad de análisis. Para Krippendorff, la unificación es la diferenciación sistemática de segmentos del texto que son de interés para el análisis, a saber, la unidad de análisis. En el análisis de contenido “se debe justificar el método de unificación, y para tal cosa, se debe mostrar que la información necesaria para el análisis está representada en la colección de unidades” (Krippendorff, 2004:83).

Si comparamos ambas versiones de los componentes, podemos señalar que el punto dos señalado por Abela: *determinar las reglas de codificación*, coincide con el punto tres de Krippendorff: *codificación*, por lo que podemos asegurar que el muestreo es considerado por Abela como parte del primer componente. En este sentido, Abela (2002) nos habla de universo observado, unidades de muestreo, unidades de registro y unidades de contexto como parte del primer componente. El universo observado se esclarece cuando se explican los textos a utilizar en el análisis, mientras que las otras tres unidades son tipos de unidades de análisis. Es así como podemos establecer que el muestreo de Krippendorff (2004) coincide con la unidad de muestreo de Abela (2002). Según este último “la unidad de muestreo son aquellas porciones del universo observado que serán analizadas” (Abela, 2002:13), las cuales permiten al analista, según Krippendorff, “economizar los esfuerzos de la investigación al limitar las observaciones en un subconjunto de unidades manejables” (Krippendorff, 2004:84). Este autor ahonda más en este punto y asegura lo siguiente:

“En la investigación cualitativa, las muestras no se diseñan de acuerdo con guías estadísticas, sino que las citas y ejemplos que los investigadores cualitativos presentan a sus lectores tienen la misma función que el uso de muestras. Citar ejemplos típicos en apoyo de un punto general implica que representan similitudes cuando no son casos aislados” (Krippendorff, 2004:84)

Al ser una investigación cualitativa, nuestro análisis de contenido se adscribe a esta forma de presentar la selección de la muestra. Por esta razón, el primer componente de nuestro análisis de contenido se titula *Unificación y selección de la muestra*, el cual abarcará el primer componente señalado por Abela (2002) y los dos primeros componentes señalados por Krippendorff (2004), con el matiz señalado por este último autor en torno a los análisis de contenido adscritos a la tradición cualitativa.

### **II.2.2.1. Unificación y selección de la muestra**

Tomando en cuenta que “los medios ejercen una influencia cognitiva poderosa” (Igartua & Humanes, 2004:243-245), nuestro análisis de contenido estudiará de qué manera los medios de comunicación españoles con unidades de datos han intentado hacer creer a la audiencia española que la transparencia es un tema relevante. De esta manera, basados en los enfoques teóricos de la *agenda-setting*, el efecto *priming* y el efecto *framing*, la cuantificación de artículos en torno a este tema estará sustentada bajo la siguiente premisa:

“La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los medios incluyen o excluyen de su propio contenido. El público tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los *mass media* a los acontecimientos, a los problemas, a las personas” (Shaw, 1979:96-105).

Por esta razón y debido a que en nuestro estudio se analizará la política y políticas públicas que afectan al periodismo computacional en España desde la Ley de Transparencia y el portal de transparencia, la cuantificación se realizará a través de una búsqueda sistemática

hemerográfica en medios españoles que traten la transparencia y buen gobierno. Todo esto teniendo en cuenta que en nuestro análisis de contenido queremos detectar como los medios con unidades de datos han pretendido influir en la política y políticas públicas de transparencia a través de la implantación de una agenda mediática sobre estas políticas en la opinión pública. En este sentido y teniendo en cuenta que la unidad de análisis “es cada uno de los elementos que de hecho se cuantifican” (Wimmer & Dominick, 1996:179), siendo cada una de las unidades de análisis “un todo que el analista distingue y trata como elementos independientes” (Krippendorff, 2004:97), en nuestro análisis de contenido nos interesa encontrar todas las piezas periodísticas publicadas en los medios españoles que contengan la palabra “transparencia” y “buen gobierno”.

Para esto se utilizó la hemeroteca digital *MyNews*, la cual recopila publicaciones de toda la prensa moderna española desde 1996 y funciona a través de búsquedas especializadas de palabras claves en el cuerpo informativo del texto y los titulares. Las palabras clave utilizadas han sido “transparencia” y “buen gobierno”, en tanto que con estas encontraremos todas las publicaciones que estén relacionadas de alguna manera con la Ley 19/2013 y el portal de transparencia del gobierno. Como la *agenda-setting* es un “proceso que puede afectar tanto a los temas en que pensamos como a la forma en que pensamos sobre ellos” (McCombs y Evatt, 1995:379), la forma en que el periodista enfoca la realidad proporcionando al público la manera de interpretar los hechos, es fundamental para nuestro análisis. Por esta razón, tendrá un corte más cualitativo que cuantitativo si tomamos en cuenta que también buscamos la captación de significados, definición de las situaciones y, sobretodo, el punto de vista del emisor: en este caso el periodista de datos o el medio con unidad de datos.

Un aspecto fundamental para nuestro estudio es obtener una muestra toda vez que los periodistas de datos supieran con seguridad, desde la práctica, como el portal de transparencia funcionaba en relación con las peticiones de información pública. Por esta razón la

periodización de la muestra tendría que limitarse a fechas posteriores al 10 de diciembre de 2014, momento en que la Ley de Transparencia del 09 de diciembre de 2013 entró en vigor. Teniendo en cuenta que la transparencia ha formado parte de la campaña de las elecciones generales de España del 20 de diciembre de 2015 y que el 10 de diciembre de 2015 se cumplía un año de la entrada en vigor de la Ley de Transparencia, hemos limitado la muestra de artículos hasta el 19 de diciembre de 2015, última fecha en la que se publicaron artículos relacionados con las elecciones generales de ese año. Esto último se debe a que en las elecciones españolas existe la jornada de reflexión, que entre otras cosas establece que la campaña electoral finaliza a las cero horas del día anterior a la jornada electoral y los medios de comunicación no pueden publicar informaciones relacionadas con esta.

Otro aspecto que hemos tomado en cuenta en la periodización y selección de la muestra han sido las elecciones autonómicas y municipales del año 2015. El 24 de mayo de ese año se celebraron elecciones autonómicas en trece de las diecisiete comunidades autónomas españolas y en la mayoría de los municipios, cuyos resultados trajo a la vida política nacional confluencias de partidos de izquierdas como Podemos -aunque no participó con sus siglas-, Izquierda Unida, Equo y plataformas ciudadanas vinculadas al movimiento 15M integradas en algunas candidaturas de estas confluencias. Aprovechando las 1700 causas de corrupción y más de 500 imputados o investigados (EP, 2014) -de entre los cuales la gran mayoría estaban de alguna manera relacionados con alguna formación política del bipartidismo: PP y PSOE-, así como la abrupta caída de España en el Índice de Percepción de la Corrupción desde el puesto 37 al 58 de entre 180 países (Transparencia Internacional, 2015), estas confluencias hicieron de la transparencia su bandera de campaña electoral de cara a las elecciones generales celebradas en diciembre de ese año, por lo que decidimos comenzar la muestra el 20 de junio de 2015.

La selección de esta fecha se debe, entre otras cosas, al hecho de que para entonces ya habrían tomado posesión la mayoría de los cargos elegidos en municipales y autonómicas, haciendo más fácil encontrar publicaciones relacionadas con la transparencia de cara a las generales del 20 de diciembre por parte de las nuevas personalidades políticas. El uso de la transparencia por parte de personalidades e instituciones entre el 20 de junio y 19 de diciembre de 2015 facilitaría la captación de unidades de muestreo válidas y extrapolables en nuestro estudio. La elección del 20 de diciembre como fecha final de la muestra también vino dada por la facilidad que nos da el dividir la muestra en períodos de seis meses, que van desde el 20 de un mes hasta el 19 del siguiente.

Sin embargo, la razón principal de elección de estas fechas se debe a que fue un año idóneo para que los medios de comunicación establecieran una agenda que lograra influir la agenda política a través de la opinión pública. La irrupción de nuevas fuerzas políticas como punto de partida y las elecciones del 20 de diciembre como objetivo de las distintas fuerzas políticas, pasando por las elecciones autonómicas catalanas de septiembre -cuyas fuerzas del independentismo han abonado el discurso de algunas fuerzas políticas a nivel nacional-, así como la coincidencia de que el 10 de diciembre se cumpliera una año de la entrada en vigor de la ley, son las principales razones que han acompañado al hecho más importante de todos: es un período que cumple con el requisito de que los periodistas de datos supieran con seguridad, desde la práctica, como el portal de transparencia funcionaba en relación con las peticiones de información pública. Hay que tener en cuenta que, entre otras cosas, esto arrojaría luces en torno a la relación entre la cultura de la transparencia propia del PD y el ejercicio de esta disciplina en España.

En este sentido, si tenemos en cuenta que el objetivo de investigación relacionado con esta parte de nuestro estudio es analizar cómo ha respondido el sector del periodismo de datos en su discurso de cara a la opinión pública ante la forma que la Ley 19/2013 y el portal de

transparencia del gobierno español han ayudado o coartado su desarrollo, en nuestro análisis de contenido interesa el punto de vista del emisor, a saber, el medio con un equipo de periodismo de datos. Por esta razón el universo de medios de la muestra debería conformarse con medios que contaran con un equipo de periodismo de datos entre las fechas seleccionadas: el 20 de junio y el 19 de diciembre de 2015.

Aunque en la actualidad existen numerosos equipos de periodismo de datos en distintos medios de comunicación, los de mayor recorrido en esta disciplina son dos de los nativos digitales referentes en España: *Eldiario.es* y *Elconfidencial.com*. Como ya hemos mencionado anteriormente, estos dos medios cuentan con equipos de periodismo de datos desde al menos el último trimestre de 2013, fechas en las que comienzan a incorporarse con fuerza en el foro anual de periodismo de datos más importante de Madrid:

“Queremos abrir un espacio colaborativo para trabajar con datos con más calma y convertirlos en historias atractivas... Los ocho grupos se reunirán físicamente en el Medialab-Prado durante los talleres de producción, que tendrán lugar del 25 al 27 de octubre y del 13 al 15 de diciembre de 2013... Eldiario.es participará en la selección de proyectos y escogerá al menos uno de ellos para trabajar activamente con el equipo y ayudarle en el desarrollo del trabajo, que se acabará publicando en su web” (Medialab Prado, 2013).

Si *Eldiario.es* tuvo el mayor protagonismo en el primer taller de periodismo de datos organizado por el Medialab Prado en 2013, al año siguiente fue el turno de *Elconfidencial.com* en el II Taller de producción de periodismo de datos. En este, los coordinadores Mar Cabra y Adolfo Antón Bravo realizaron la “selección de proyectos junto con el equipo de periodismo de datos (@ECLaboratorio) de El Confidencial” (Medialab Prado, 2014). Otro medio con equipo de periodismo de datos durante las fechas seleccionadas

de la muestra ha sido *El Mundo*, del cual es posible constatar su existencia a través cuenta de *Twitter* desde al menos enero de 2015:



Imagen 15. El Mundo Data en Twitter. Fuente: <https://twitter.com/elmundodata?lang=es>

La inclusión de *El Mundo* en la selección del universo de medios de la muestra también responde a nuestro interés de incluir un medio de referencia tradicional, con publicaciones en papel y que haya sabido adaptarse al nuevo ecosistema mediático digital. De esta manera podremos ver las similitudes y diferencias entre la manera en que se posiciona la transparencia como tema importante en medios tradicionales y nativos digitales con equipos de periodismo de datos, logrando así ahondar un poco más en el objetivo de investigación relacionado con esta parte de nuestro estudio. La selección del último medio como parte del universo de medios de la muestra tiene que ver con el hecho de que este análisis de contenido pretende averiguar de qué forma los medios con periodistas de datos están posicionando el tema de la transparencia, y que una de las mejores maneras de hacer esto sería a través de una comparativa con un medio de gran calibre sin equipo de periodismo de datos en su estructura redaccional. Por esta razón se ha elegido a *El País* como parte del universo de medios de la muestra, ya que para las fechas seleccionadas no contaba con ningún equipo de periodismo de datos.

## Buscador avanzado

### Términos de búsqueda

con **todas** las palabras:

Separadas por comas

con **algunas** de las palabras:

Separadas por comas

la **frase exacta**:

**sin** las palabras:

### Fecha

Hoy

desde  /  /  hasta  /  /

el día  /  /

### Fuentes de información

Posición:

Sección:

Edición:

Ej. Local, Regional...

Autor:

Ej. Juan Pérez...

Medio/Periódico:

Relevancia:  % (A mayor porcentaje mayor exigencia en la coincidencia de los resultados)

Imagen 16. Búsqueda avanzada en *Mynews*. Fuente: [http://uc3m.mynews.es/hu/advanced\\_search\\_engine/](http://uc3m.mynews.es/hu/advanced_search_engine/)

La búsqueda avanzada en la hemeroteca *Mynews* a través de la palabra clave “transparencia” y la frase exacta “buen gobierno” (Imagen 16) arrojó un total de 293 unidades de análisis entre el 20 de junio y el 19 de diciembre de 2015, a las que se les agregó un total de 11 publicaciones que no recogía la hemeroteca digital a través de una búsqueda avanzada de noticias en Google en las mismas fechas con las mismas palabras clave. Las 304 publicaciones que dio como resultado nuestra búsqueda hemerográfica, fueron revisadas una por una para depurar de errores la muestra. Fue así como la muestra quedó conformada por 231 publicaciones de *El País*, *El Mundo*, *Eldiario.es* y *Elconfidencial.com* entre el 20 de junio y el 19 de diciembre de 2015. Lo errores depurados fueron los siguientes:

1. Repeticiones de artículos: la base de datos de la hemeroteca *MyNews* almacenó varios artículos repetidos de entre los cuales la mayoría pertenecían a los medios tradicionales de la muestra, *El País* y *El Mundo*, que suelen tener versiones digitales de publicaciones de sus periódicos físicos. En estos casos hemos elegido como parte de la muestra las publicaciones digitales, ya que contienen actualizaciones hechas a lo



largo del día luego de la publicación del artículo en físico. Sin embargo, aquellas publicaciones físicas que no se encontraron en la página digital del medio fueron incluidas en la muestra a partir de los artículos físicos recopilados por *MyNews*.

2. Artículos en suplementos de los grandes periódicos: la base de datos de *MyNews* recoge todos los suplementos de los periódicos físicos de *El País* y *El Mundo*, incluidos aquellos de sus versiones regionales y de deportes. Sin embargo, no hace lo mismo con las revistas especiales en físico de *Eldiario.es*, por lo que hemos tenido que quitar toda información de suplementos físicos para obtener una muestra más homogénea y susceptible de comparación entre los distintos medios.
3. Artículos de transparencia corporativa de la sección de negocios: casi todos estos artículos se han apartado de la muestra, con la excepción de las pocas publicaciones que guarden alguna relación directa o indirecta con la Ley de transparencia, su portal o alguna característica de la política o políticas públicas de transparencia y buen gobierno.
4. Reseñas de libro: en realidad sólo hubo una reseña de libro publicada por el *Eldiario.es*, pero se tuvo que remover de la muestra al no cumplir con las características de las categorías de género periodístico escogidas para este estudio y que explicaremos más adelante.

#### **II.2.2.2. Codificación y categorización de la muestra**

En este apartado hemos decidido englobar los componentes dos y tres del análisis de contenido descrito por Abela (2002), a saber, determinar las reglas de codificación y determinar el sistema de categorías. Ambos pasos hacen parte del componente tres descrito por Krippendorff (2004), codificación, ya que, como parte de esta, en el capítulo siete de su obra “sugiere diseños para la creación de registros de textos en un medio adaptado para el

subsecuente análisis” (Krippendorff, 2004:125), mientras que en el capítulo ocho nos habla del lenguaje de los datos en este proceso de codificación para su posterior análisis:

“Categorías y mediciones son el punto de entrada para la investigación empírica. Tratamos su organización particular como lenguaje de datos, el cual es concebido para tener una sintaxis y una semántica. La semántica un lenguaje de datos ancla los datos al fenómeno del mundo observado, a la lectura de textos del codificador, mientras que la sintaxis del lenguaje de los datos vincula a los datos con el proceso computacional del análisis” (Krippendorff, 2004:150)

En este sentido, como diseño para la creación de registros de textos hemos elegido una ficha de análisis elaborada con el programa Microsoft Excel (Imagen 17).

Número	Fecha	Día	Título	Medio	Autoría	Tipo de Autoría	Fuente	Vocería	Género	Tema	Subtema	Resumen	Link
1	20/06/2015	1	La regulación	El Mundo	El Mundo	Propio Medio	No aplica	No aplica	Opinión	Insuficiencia r	Regulación c	LA INICIATIVA	<a href="http://www">http://www</a>
2	21/06/2015	2	La UIMP deba	Elconfidencial	EFE	Agencias	Universidad Ir	Institución pú	Noticia	Cumplimiento	Portal de tran	Santander, 21	<a href="http://uc3r">http://uc3r</a>
3	22/06/2015	3	Ayllón dice qu	Eldiario.es	EFE	Agencias	José Luis Aylló	PP	Noticia	Suficiencia de	Lucha contra	El secretario c	<a href="http://www">http://www</a>
4	22/06/2015	3	La transparen	El País	Rafael Entren	Nominal	No aplica	No aplica	Opinión	Incumplimiento	de la ley	Tanto en las r	<a href="https://elpe">https://elpe</a>
5	23/06/2015	4	Victoria Camp	El País	El País	Propio Medio	PSOE	PSOE	Noticia	Elecciones 20	Insuficiencia c	Las catedrático	<a href="https://poli">https://poli</a>
6	23/06/2015	4	Entidades loci	Eldiario.es	EFE	Agencias	Portal de Adm	Institución pú	Noticia	Insuficiencia c	Portal de tran	La Dirección c	<a href="http://www">http://www</a>
7	24/06/2015	5	Los ediles del	El Mundo	EFE	Agencias	Joan Llodrà G	Institución pú	Noticia	Insuficiencia de	la ley	Los regidores	<a href="http://www">http://www</a>
8	25/06/2015	6	Montoro dice	Eldiario.es	EP	Agencias	José Alberto M	PP	Noticia	Cumplimiento	Ley de Proce	Montoro ha d	<a href="http://www">http://www</a>
9	25/06/2015	6	Puig pide deci	Eldiario.es	Toni Cuquerel	Nominal	Ximo Puig (PSI	PSOE	Noticia	Insuficiencia c	Ley de transp	El candidato c	<a href="http://www">http://www</a>
10	26/06/2015	7	Victoria Ande	Eldiario.es	Eldiario.es	Propio Medio	Victoria Ande	Podemos	Noticia	Insuficiencia c	Ley de transp	El Ayuntamier	<a href="http://www">http://www</a>
11	30/06/2015	11	El nuevo Gobi	Eldiario.es	Alicia Avilés P	Nominal	Emiliano Garc	PSOE	Noticia	Insuficiencia c	Ley de transp	Emiliano Garc	<a href="http://www">http://www</a>
12	01/07/2015	12	Andalucía cue	Eldiario.es	Lucrecia Hevi	Nominal	Miguel Ángel Y	PSOE	Noticia	Cumplimiento	Portal de tran	La Junta de A	<a href="http://www">http://www</a>
13	01/07/2015	12	Díaz sigue gua	Elconfidencial	Isabel Morillo	Nominal	Portal de tran	No aplica	Reportaje	Incumplimien	Portal de tran	El Gobierno a	<a href="https://wv">https://wv</a>
14	02/07/2015	13	Mas declara 4	El País	Ivanna Valles	Nominal	Múltiple	No aplica	Noticia	Cumplimiento	Portal de tran	El presidente	<a href="https://elpe">https://elpe</a>
15	02/07/2015	13	El candidato c	Eldiario.es	EP	Agencias	Javier Lambár	PSOE	Noticia	Cumplimiento	Lucha contra	El candidato s	<a href="http://www">http://www</a>
16	07/07/2015	18	Antifraude avi	Eldiario.es	EFE	Agencias	Daniel de Alfo	Institución pú	Noticia	Insuficiencia c	Financiación	El director de	<a href="http://uc3r">http://uc3r</a>
17	07/07/2015	18	PSOE y Podem	Eldiario.es	Ángel Falcón	Nominal	Múltiple	No aplica	Noticia	Insuficiencia c	Carencia de le	La negociació	<a href="http://uc3r">http://uc3r</a>
18	08/07/2015	19	Alertan de ent	El Mundo	Germán Gonz	Nominal	Daniel de Alfo	Institución pú	Noticia	Insuficiencia c	Financiación	El director de	<a href="http://uc3r">http://uc3r</a>
19	12/07/2015	23	La persecució	Eldiario.es	Jorge Morales	Nominal	No aplica	No aplica	Opinión	Insuficiencia c	Facturas eléct	El Ejecutivo d	<a href="https://www">https://www</a>

Imagen 17. Ficha de análisis. Elaboración propia.

En esta plantilla de codificación recogimos todas las unidades de análisis de la muestra, lo cual nos va a permitir sistematizar la información para su fácil manejo, haciendo también las funciones de una base de datos para cruzar los datos recogidos, crear las categorías y facilitar su análisis. Tomando en cuenta que las variables de las unidades de análisis son características de estas mientras que las categorías son cada una de las posibles variaciones que puede tomar la variable, las variables, sus valores numéricos y categorías en nuestra muestra serán explicadas en el siguiente apartado, que incluye todas las utilizadas en nuestro análisis de contenido. De esta manera estableceremos el lenguaje de los datos. Además, a

través de la presentación de ejemplos explicativos según la tradición cualitativa del análisis de contenido, pretendemos incluir el componente cuatro que Abela (2002) asigna a esta herramienta: comprobar la fiabilidad del sistema de codificación-categorización.

#### II.2.2.2.1. Lenguaje de los datos (Protocolo de análisis)

El lenguaje de los datos (Krippendorff, 2004:150) en nuestro análisis de contenido quedará esclarecido por medio del presente protocolo de análisis, en el cual explicaremos todas las variables que hemos registrado en nuestra ficha de análisis, sus valores numéricos, categorías y proceso de codificación. Las variables fecha, título, medio, autoría, fuente, género, resumen y enlace (*Link*) saltan a la vista en la siguiente imagen de una de nuestras unidades de muestreo, a diferencia de número, día, tipo de autoría, fuente, adscripción de la fuente o portavocía, tema y subtema.



Imagen 18. Captura de unidad de análisis 4. (Entrena, 2015a)

### Número

Esta variable le asigna un número a cada unidad de análisis de la muestra. En este sentido, cada una tendrá un número específico, por lo que se analiza como unidad el texto independiente con sentido en sí mismo, es decir, toda información que tenga entidad propia.

## **Fecha**

Sirve para indicar la fecha en la que se publicó la unidad de análisis en el formato DD/MM/AA (día, mes y año). Es una variable importante para la cuantificación y análisis de la muestra debido al valor que posee para el análisis inferencial, según el contexto temporal en que fue publicada la pieza periodística. En este sentido, podemos observar que según el ejemplo de la Imagen 17, la fecha de publicación podría explicar el tratamiento informativo que su autor le da a la transparencia cuando habla de recientes “campanas electorales” o “resaca electoral”, en clara referencia a las elecciones autonómicas y municipales de mayo.

## **Día**

El día es el valor numérico asignado a cada unidad de análisis en función de la fecha en la que fue publicada la pieza periodística. Esto quiere decir que el día 1 sería el 20 de junio de 2015, mientras que el día 183 sería el 19 de diciembre de ese año. Por esta razón las variables Número y Día coinciden con el valor numérico 1 en la primera unidad de análisis, pero en la última el valor numérico asignado a Número es 231, mientras que el asignado a Día es 183. Esto se debe a que muchas unidades de análisis comparten el mismo valor numérico en la variable Día. Esta variable también permitirá cuantificar mejor la cantidad de piezas periodísticas por día en caso de que en algunas de las fechas que hacen parte de la muestra no hubiera ninguna publicación.

## **Título**

En esta columna incluimos el título o titular de la publicación, una pieza importante de información que ayuda a identificar a cada una de las unidades de la muestra. En nuestro análisis se presta gran atención al título debido al uso generalizado de la técnica de la

pirámide invertida, según la cual se debe comenzar el cuerpo informativo con el hecho más importante, el cual debería estar recogido a su vez en el titular.

### **Medio**

En esta columna se incluye a que medio de comunicación del universo de medios de la muestra pertenece la unidad de análisis. En el ejemplo de la Imagen 22, el medio sería *El País*. Como ya hemos explicado anteriormente, las categorías adoptadas por esta variable serían *Eldiario.es*, *Elconfidencial.com*, *El Mundo* y *El País*.

### **Autoría**

Esta variable identifica quién elaboró la pieza periodística. Su importancia en nuestro análisis deriva de la diferenciación del tratamiento informativo de cada autor, así como del hecho de si la pieza periodística fue firmada por un periodista particular o si la autoría fue asumida por el mismo medio.

### **Tipo de autoría**

Esta variable adopta las categorías Nominal, Propio medio o Agencias. Nominal se refiere a un autor o varios autores que hayan firmado con nombre y apellidos la pieza periodística. Si la pieza fue elaborada por una o varias agencias, la categoría asignada sería Agencias. Tanto en los casos en que el mismo medio haya asumido la autoría de la nota (redacción) como en aquellas en donde no hay ningún tipo de autoría, la categoría asignada sería Propio medio.

### **Fuente**

Con esta variable nos referimos a la fuente periodística u origen de la información utilizada por el profesional de los medios para elaborar su producto noticioso, muy importante a la hora de analizar cada unidad de análisis por sí sola y en relación con otras o un conjunto de estas.

En este sentido su importancia se relaciona con el hecho de que en el análisis de contenido se busca efectuar deducciones lógicas y justificables concernientes al emisor de la información y su contexto (López, 2002:175). Muchas de las fuentes periodísticas de este análisis son personalidades políticas o funcionarios de alguna institución. En estos casos se registrará el nombre y apellido del funcionario o de la personalidad política, ya que su adscripción a alguna organización o institución se verá reflejada en las categorías de la siguiente variable: Portavocía o tipo de fuente. En la unidad de análisis 3 (Imagen 18) José Luis Ayllón es registrado como fuente, mientras que la Portavocía o tipo de fuente registrada sería el Partido Popular.



Imagen 19. Captura de unidad de análisis 3.

Por otro lado, a las piezas periodísticas con más de una fuente se les asignará la categoría Múltiple.

Hay que tener en cuenta que la variable fuente se diferencia claramente de la variable autoría. Así, si la pieza periodística procede de agencia, como es el caso de la noticia de la agencia EFE incluida en la imagen anterior, esto se reflejará en la variable Tipo de autoría en la categoría Agencias.

Si hay ausencia de fuente nominal y el origen de la información es una institución (pública o privada) u organización (política o ciudadana), se colocará como fuente el nombre de la institución u organización. En el caso de que la información se base en la publicación de un informe, el nombre de la institución u organización que publicó el informe será señalada como la fuente de la pieza periodística, mientras que en el tipo de fuente se registrará si la institución es pública o privada y, en el caso de organizaciones políticas y ciudadanas, el nombre de estas (como por ejemplo PP o PSOE).

### **Portavocía o tipo de fuente**

Para esta investigación se ha considerado la portavocía o tipo de fuente como una variable que en algunos casos genera como categoría a algún partido político cuando la fuente nominal hace de portavoz o vocero<sup>4</sup> de esta organización política. En ocasiones el tipo de fuente es un comunicado de prensa o un acuerdo entre dos partidos políticos sin ninguna fuente nominal, en cuyo caso se registra a ambos como fuente y tipo de fuente. En este sentido, en el caso de la unidad de análisis 6 la pieza periodística se basó en un comunicado oficial del PSOE, razón por la cual esta formación política es registrada en las variables Fuente y Portavocía o tipo de fuente (Imagen 20).

---

<sup>4</sup> La figura del portavoz en América Latina suele ser descrito en medios de comunicación como vocero, una “persona que habla en nombre de otra, o de un grupo, institución, entidad, etc., llevando su voz y representación” (Real Academia Española, 2014). En este contexto la acepción Vocería hace referencia al “cargo de vocero” (Larousse, 2016), y es muy usado en comunicación corporativa y política en todo el continente en relación con los profesionales que suelen tratar con crisis mediáticas. Teniendo en cuenta el origen venezolano del autor de la presente tesis, se hace necesario aclarar que a lo largo del texto se podrán encontrar las acepciones como vocero, vocera y vocería en referencia a esta variable.

## Victoria Camps y Silvina Bacigalupo se suman al equipo asesor de Sánchez

Elaborará "propuestas de gobierno y transformadoras para España"



EL PAÍS

Madrid · 23 JUN 2015 · 18:53 CEST

Imagen 20. Captura de unidad de análisis 6.

Las categorías Institución pública e Institución privada también forman parte de esta variable. En este sentido, la unidad de análisis 3 (Imagen 18) registró en la variable Fuente a la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, lo cual hace que en la variable Portavocía o tipo de fuente se le asigne la categoría Institución Pública. De forma similar, la unidad de análisis 23 tiene como fuente a Transparencia Internacional, por lo que su Portavocía o tipo de fuente vendría a ser Institución privada. Por último, las fuentes no adscritas a ninguna institución u organización política fueron registradas con la categoría No aplica, registro compartido por la gran mayoría de los autores de artículos de opinión y todas las informaciones basadas en fuentes múltiples.

### Género

Esta variable se fundamenta a nivel teórico en la separación de las unidades de análisis por géneros periodísticos, los cuales se dividieron a partir de dos macro géneros: el informativo y el de opinión. La subdivisión de tales macro-géneros conforma nuestra variable Género, en referencia al género periodístico de cada unidad de análisis. Los autores en los que nos hemos basado para la separación de estos géneros se muestran a continuación (Tabla 3).



MACRO-GÉNERO INFORMATIVO	MACRO-GÉNERO DE OPINIÓN
<p>Noticia: “unidades informativas que respondan a una realidad tangible” (Bastenier, 2009:82) sin interpretación del periodista.</p> <p>Reportaje: obra del reportero, quien no solo identifica, sino que describe, clasifica e incluso llega a interpretar (Bastenier, 2009).</p> <p>Crónica: “imprescindible la presencia del periodista en el lugar de los hechos” (Moreno, 2010:141), ya que permite elementos de interpretación y valoración sobre datos informativos.</p> <p>Entrevista: subgénero del reportaje al que Bastenier (2009: 198-199) denomina “reportaje a una sola persona”.</p> <p>Reseña: su característica es difundir o dar noticia de un acontecimiento público, que involucra además una valoración de su importancia (Guanipa, 2013).</p>	<p>Editorial / artículo de opinión: el discurso en lugar de ser informativo es evaluativo, ya que el autor analiza las causas y consecuencias de un suceso determinado (Clauso, 2010).</p>

Tabla 3. Macro-géneros periodísticos. Elaboración propia.

La búsqueda hemerográfica por palabras clave que realizamos con *Mynews* no arrojó ninguna crónica, por lo que hemos prescindido de este género informativo en nuestra muestra. Además, la única reseña que devolvió esta búsqueda fue la de un libro, que hemos decidido apartar de la muestra por no ajustarse a las características descritas en la tabla teórica en torno a los géneros informativos. De esta manera tres de las categorías adscritas a la variable Género son: Noticia, Reportaje y Entrevista. Por su parte, el macro género de opinión involucra editoriales y artículos de opinión por igual, razón por la cual hemos decidido aglutinarlos en la categoría Opinión.

## Resumen

Esta variable pretendía incluir todo el cuerpo informativo de la pieza periodística. Sin embargo, por razones de formato, según la versión de Microsoft Excel que se utilice, hay unidades donde no era posible incluir la totalidad del cuerpo informativo en la ficha de

análisis. Por esta razón el nombre asignado de esta variable es Resumen. Esta deficiencia ha sido superada con la inclusión del hipervínculo de la pieza o *Link* como parte de las variables de las unidades de análisis, ya que el análisis de aquellas piezas periodísticas con el cuerpo informativo incompleto se hizo a través de la lectura de la publicación en la página web del medio o de la hemeroteca *Mynews*.

### **Link**

Tal como hemos mencionado recientemente, esta variable existe para superar las posibles deficiencias de formato que puede tener la ficha de análisis para almacenar todo el cuerpo informativo de la unidad de análisis en la variable Resumen. En este sentido, algunos hipervínculos de Link se refirieron a las páginas web del medio que ha publicado la pieza, mientras que otros a los resultados de la búsqueda especializada hecha en *Mynews*. Este último caso se da en casi todas las piezas de *El Mundo* publicadas en papel y no en su web, razón por la cual el acceso a estas se da a través de la hemeroteca digital.

### **Tema y subtema**

Estas son las variables más importantes de la muestra y están muy relacionadas entre sí, siendo Subtema una variable subordinada a Tema. En la categorización de estas variables se puede observar más fácilmente como el enfoque *Framing* está relacionado con nuestro estudio. Las implicaciones que este encuadre tiene en la colocación del hecho noticioso tienen que ver con “enfocar un tema de cierta forma y fijar una agenda de atributos, elegir ciertas palabras para confeccionar un discurso, manipular la saliencia de ciertos rasgos y elaborar una idea organizadora central para construir la historia informativa” (Iguartua, 2006:218). En este sentido es en el tema donde mejor se ve si el autor de la pieza periodística proyecta la transparencia como un tema relevante de cara a la opinión pública.

Para la selección de las categorías de la variable Tema hizo falta leer todas las unidades de análisis de la muestra para encontrar temas recurrentes en el universo de medios seleccionado. Esto se logró leyendo cada unidad de análisis tomando en consideración el punto de vista del consumidor de la información, quién suele fijarse primero en el titular y, si este le genera interés, continúa leyendo el resto del texto. De esta manera hemos dividido cada unidad de análisis en cuatro partes que van de mayor a menor importancia para el lector: título, primer párrafo, segundo párrafo y tercer párrafo. En función de esta jerarquía se le pregunta al texto las siguientes preguntas relacionadas con nuestro objeto de estudio, comenzando por el titular:

1- ¿La Ley de Transparencia se cumple o incumple?

2- ¿Son suficientes o insuficientes la ley y el portal de transparencia?

3- ¿Hay incongruencias entre la Ley de Transparencia y la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD)?

4- ¿De qué manera son utilizados la transparencia y buen gobierno, el portal de transparencia, la Ley de Transparencia y sus presuntas incongruencias con la LOPD por parte del emisor?

Tomando como ejemplo a la unidad de análisis 1 en la siguiente tabla *Jerarquización de la unidad de análisis 1* (Tabla 4), se harían estas cuatro preguntas al titular, seguido por el primer párrafo, luego el segundo y así consecutivamente hasta responder a alguna de las preguntas. La primera pregunta en responderse será la que esté relacionada con el tema de la unidad de análisis:

<b>EXTRACTOS DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS NÚMERO 1</b>	
<b>Título</b>	La regulación del 'lobby' es una saludable iniciativa de transparencia institucional
<b>Primer párrafo</b>	LA INICIATIVA de regular el 'lobby' recogida en el pacto de investidura para la Comunidad de Madrid entre el PP y Ciudadanos es una buena muestra de los saludables efectos para la regeneración democrática...
<b>Segundo párrafo</b>	El Gobierno perdió la oportunidad de recoger esa idea para el Congreso de los Diputados y para el conjunto de las cámaras territoriales del país cuando elaboró la Ley de Transparencia...
<b>Tercer párrafo</b>	El imprescindible correlato de la regulación del 'lobby' debería ser la imposición de un régimen estricto de incompatibilidades a los parlamentarios...

Tabla 4. Jerarquización de la unidad de análisis 1. Elaboración propia.

En el ejemplo anterior ninguna de las tres primeras preguntas queda respondida si se las hacemos al titular y al primer párrafo. Sin embargo, si se la hacemos al segundo párrafo queda claro que la unidad de análisis considera a la Ley de Transparencia insuficiente, razón por la cual la categoría de la variable Tema en esta unidad de análisis es Insuficiencia de la ley. Una vez establecido el tema, se establece como subtema la idea más importante de la unidad de análisis, que en este caso es la regulación de lobbies, mencionada en el titular, primer párrafo, tercer párrafo y cuarto párrafo. Por esta razón, la categoría adscrita a la variable Subtema de esta unidad de análisis es Regulación de lobbies.

Desde la perspectiva cualitativa del análisis de contenido como herramienta metodológica, a todas las unidades de análisis de la muestra se le aplicó este protocolo para la asignación de un tema y un subtema susceptibles de cuantificación y análisis inferencial. Esto generó los siguientes temas en toda la muestra: 1- Insuficiencia de la ley, 2- Cumplimiento de la ley, 3- Incumplimiento de la ley, 4- Elecciones 20D, 5-Suficiencia de la ley, 6- Cuentas de Eldiario.es, 7-Felipe VI.

Los temas Cuentas de Eldiario.es y Felipe VI fueron producto de publicaciones que no respondieron las tres primeras preguntas establecidas en nuestro protocolo, pero que posicionan la transparencia y buen gobierno como tema importante y lo reflejan en supuestas buenas prácticas de transparencia corporativa (unidad de análisis 73) y buenas prácticas de transparencia por parte del nuevo monarca en contra posición a la institución monárquica antes de su llegada (unidad de análisis 156). En este sentido nos da mucha información relevante que responde parte de la pregunta cuatro de nuestro protocolo.

Por su parte, el tema Elecciones 20D hace referencia a las elecciones del 20 de diciembre de ese año, siendo una categoría establecida de manera excepcional debido a que las unidades de análisis en las que fue asignada son piezas periodísticas que forman parte de la campaña electoral de las elecciones generales de 2015. En este sentido, las unidades de análisis que responden alguna de las preguntas formuladas en nuestro protocolo generarán categorías en la variable Subtema homónimas a otras que hacen parte de la variable Tema.

### **II.2.2.3. Planteamiento de los resultados del análisis de contenido**

La inferencia abductiva del contexto del fenómeno y la narración de las respuestas a las preguntas de investigación como último componente del análisis de contenido (Krippendorff, 2004), descrito por Abela (2002) simplemente como inferencia, se expondrán en los resultados del análisis de contenido (Capítulo VI). Este se dividirá en dos partes: la primera, presentará resultados según inferencia abductiva del contexto del fenómeno, es decir, clasificará los géneros empleados, tomará en cuenta la autoría de los textos, las fuentes y vocerías citadas y la relación de todas las variables con los temas y subtemas para extraer “inferencias reproducibles y validas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1990:28). La segunda parte, llamada Resumen analítico de resultados, relaciona directamente las inferencias más importantes con las preguntas de investigación.



## CAPÍTULO III

### MARCO CONCEPTUAL

#### III.1. Evolución y estado actual del concepto Periodismo de Datos

La convergencia en las redacciones y la nueva cultura periodística como consecuencia del uso y tratamiento de grandes cantidades de datos en la red ha llevado en los últimos años al estudio del periodismo de datos como un fenómeno en auge (Barbosa & Torres, 2013; La-Rosa, Sandoval-Martín, 2016). Hasta hace poco, su estudio desde el campo académico se había dividido entre diversos enfoques que lo posicionaban de manera distinta. Algunos autores lo estudiaban como una disciplina con ya varias décadas de existencia (Tejedor & Dader, 2011; Egawhary & O’Murchu, 2013), mientras otros abordaron su estudio desde una perspectiva que lo situó como un fenómeno periodístico novedoso, aunque con antecesores en el periodismo de precisión y el periodismo asistido por ordenador (Ferrerías, 2013; Chaparro-Domínguez, 2013; Antón, 2013; López & Martínez, 2014).

A lo largo de nuestro estudio en torno a los orígenes del término PD, hemos notado como esta diferenciación conceptual en el campo académico ha estado acompañada de una despreocupación por definir a esta disciplina en el campo profesional desde sus inicios, un hecho muy bien ejemplificado en la entrada del blog del periodista de datos Adrian Holovaty bajo el título “La respuesta definitiva en dos partes a la pregunta: ¿Son los datos periodismo?”, cuya respuesta fue: “1. ¿A quién le importa? 2. Espero que mis competidores pierdan su tiempo argumentando sobre esto el mayor tiempo posible” (Holovaty, 2009). Este posicionamiento pragmático por parte de los profesionales del periodismo de datos en torno a la profundización del concepto PD se dio en el año que precedió a su primer gran impulso con

las filtraciones de *Wikileaks* en 2010 sobre la guerra en Afganistán, que a su vez promovió el estudio de este fenómeno en el campo académico en los años posteriores.

En este sentido, entre estos primeros estudios hubo autores que ubicaron al periodismo de datos como la evolución del periodismo de precisión sin mencionar el periodismo asistido por ordenador o CAR (Chaparro-Domínguez, 2013), autores que consideraron al PP y el CAR como el mismo antecedente del periodismo de datos (López & Martínez, 2014), y manuales con extractos de diversos autores y profesionales con opiniones distintas, que por un lado consideraban al CAR y el PP la misma cosa que el periodismo de datos y por el otro separaron cada una de estas disciplinas como algo distinto (Gray, Bounegru & Chambers, 2012). Otros autores sí que diferenciaron al periodismo de datos del PP y el CAR, aunque sin ahondar mucho en cada uno de estos términos y sus posibles discrepancias definitorias (Ferreras, 2013; Coddington, 2015; Ferreras, 2016).

Esta diversidad de definiciones -o falta de profundización en estas- no proviene de la falta de conocimientos en torno a los orígenes del PD, sino más bien al conocimiento compartido en torno a estos orígenes y un nombre en concreto: Philip Meyer. Considerado el mayor difusor del periodismo de precisión desde sus inicios, Meyer fue de los primeros periodistas en apoyar sus investigaciones con el uso de ordenadores. Aunque sus inicios en este campo innovador comenzaron en 1959, fue a lo largo de las décadas de los sesenta y setenta cuando más repercusión mediática tuvo sus investigaciones, momento en que empezó a ser mencionado en el campo académico bajo el término periodismo de precisión. Este primer uso de ordenadores en investigaciones periodísticas por parte de Meyer significó que en años posteriores se tendiera a etiquetar cualquier uso de computadoras en el periodismo como PP, lo que llevó a uno de los autores más citados en este campo en castellano, el catedrático español José Luis Dader, a asegurar que el PP es la vía socio-informática para descubrir noticias (Dader, 1997).



Desde el punto de vista académico, luego de haber estudiado el uso de Periodismo de Datos como término, es nuestra opinión que la confusión terminológica actual se ha producido porque desde hace ya varias décadas el término PD también ha existido junto con el de periodismo basado en datos (DDJ por las siglas en inglés de *data-driven journalism*), dentro de lo que se ha conocido como PP y CAR. Estas dos disciplinas tradicionalmente se habían entendido como la deriva cuantitativa del periodismo que irrumpió en Estados Unidos en los setenta y que tuvo su origen en el uso de ordenadores por Philip Meyer en sus investigaciones como periodista del Miami Herald en 1959.

Los artículos científicos más antiguos en dos de las bases de datos más utilizadas en los estudios de comunicación -*Web of Science* y *Scopus*- que relacionaron el ejercicio periodístico con la búsqueda y tratamiento de grandes cantidades de datos son “Precision Journalism and the 1988 US elections” (Meyer, 1989) y “Database organization for qualitative-analysis - the nudist(tm) system” (Richards; Richards, 1992). Por un lado, en el artículo de Meyer se describe como el uso de metodologías de encuestas en piezas periodísticas generan grandes cantidades de datos que ayudarían a mejorar al sistema democrático de los EEUU. Por otro lado, los dos investigadores de La Trobe University de Australia, Tom y Lyn Richards, puntualizaron que la manera en que los *softwares* de análisis de datos utilizados por científicos sociales y humanistas solían organizar sus bases de datos en las investigaciones cualitativas eran insuficientes, y en algunos casos incluso distorsionaron la información. Ambos artículos contienen los términos PD y DDJ en sus textos, pero ninguno de ellos se refiere a lo que entendemos hoy en día por periodismo de datos, ya que no incluye aspectos definitorios como las consecuencias de la masificación de los ordenadores personales, el crecimiento exponencial de estas computadoras en su capacidad de procesamiento, la invención del protocolo World Wide Web, el exponencial crecimiento de internautas y el consecuente flujo de información que entre ellos supone la cada vez mayor utilización de

dispositivos móviles. Todas estas son características de un fenómeno sociocultural y tecnológico que no formó parte del periodismo de precisión ni del CAR: el *big data*.

### III.1.1. Definiendo Periodismo de Datos

Además de los vertiginosos avances tecnológicos y de la irrupción de numerosas tecnologías disruptivas, en el periodismo de datos ha habido un punto de inflexión derivado de la influencia del movimiento *open data* y de las filtraciones de Wikileaks en 2010. De hecho, aunque hubo varios proyectos de PD en años anteriores -como los llevado a cabo por *Propublica* en 2008 y el Data Blog de *The Guardian* en 2009-, el término se popularizó a partir de la ingente cantidad de archivos comprometedores revelados en la web de Julian Assange. Ese año *The Guardian* multiplicó la producción de piezas de PD y comenzó a llamarlas como tal: Simon Rogers aseguró que entonces había “un infierno de hoja de cálculo: 92.201 filas de datos... Este fue el Wikileaks war logs” (Rogers, 2011). De ahí que Alberto Cairo usara el término en 2011 en su obra “El arte funcional” (Cairo, 2011) y Bradshaw publicara ese mismo año la pirámide invertida del periodismo de datos en [OnlineJournalismBlog.com](http://OnlineJournalismBlog.com) (Bradshaw, 2011).

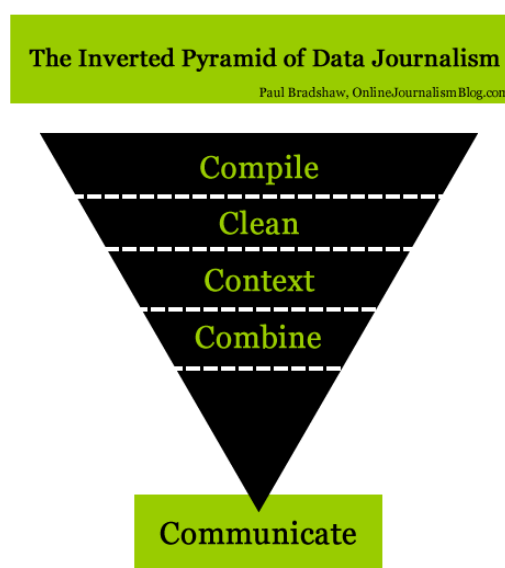


Imagen 21. La pirámide invertida del PD. Fuente: Bradshaw (2011)

Esta popularización del término en redacciones y nuevos medios digitales impulsó tanto su estudio académico en universidades como la generación de equipos de periodismo de datos independientes y unidades de datos en redacciones, siendo acompañada por una tendencia creciente a la transparencia que trajo consigo la liberación de otras bases de datos a través de portales de transparencia gubernamental, lo cual a su vez generó más equipos de PD y estudios académicos, formándose un círculo vicioso que siguió alimentando la popularización del término, la mayor exigencia de transparencia, la formación de aún más equipos y su investigación en el campo de los estudios en comunicación y periodismo.

Desde los inicios del estudio de lo que hoy conocemos como periodismo de datos -alrededor de 2008-, el uso de ordenadores en el periodismo ha sido estudiado por muchos expertos como periodismo computacional y ha evolucionado según el término PD fue cobrando fuerza, incorporando el pensamiento computacional y la cultura de la transparencia entre otros aspectos como parte fundamental de su definición. A continuación, nos aproximaremos a la evolución de este concepto y lo vincularemos con sus antecesores más conocidos, el periodismo de precisión y el CAR, para así arrojar luces en la confusión conceptual que ha caracterizado al PD en los estudios de comunicación de los últimos años. Con esto pretendemos dilucidar las diferencias existentes entre lo que se entiende hoy por PD y lo que se ha entendido como PP y CAR.

### **III.1.1.2. Del Periodismo Computacional al Periodismo de Datos**

En 2009 dos académicos de las universidades de Duke y Stanford, Hamilton y Turner (2009), definían el Periodismo Computacional (PC) como la combinación de algoritmos, datos y conocimiento de las ciencias sociales para apoyar las funciones de rendición de cuentas (*accountability*) propias del periodismo, al tiempo que aseguraban que fuentes de datos

públicos y privados se estaban re-expandiendo exponencialmente y los activistas por la transparencia solicitaban una mayor apertura:

“Científicos de datos están creando rápidamente algoritmos para dar sentido a grandes cantidades de datos. Los científicos sociales también están trabajando con datos en tiempo real (...) persiguiendo problemas sociales junto con los periodistas” (Hamilton & Turner, 2009:2).

Que los científicos de datos estuvieran creando algoritmos para darle sentido a grandes conjuntos de datos nos habla de un cambio en la naturaleza de los datos, cuya gran cantidad no permitía que se les diera sentido alguno de la forma en que tradicionalmente se habían tratado en algunas ciencias sociales. Es un incremento en las grandes cantidades de datos que estaba relacionado con la velocidad de transmisión de estos en la red. También destaca que para 2009, el tratamiento de estos grandes conjuntos de datos acercara a los científicos sociales a la manera de trabajar de algunos periodistas, y no al contrario. Este hecho resulta llamativo en cuanto que, como veremos más adelante, el PP nació cuando el periodismo adoptó técnicas de las ciencias sociales en sus investigaciones.

Todos estos hechos son indicadores no sólo de que la tecnología nuevamente cambió la manera de investigar en periodismo, sino de un cambio sociocultural que fue identificado con el término *big data*, el cual fue ganando cada vez más notoriedad entre los años 2010 y 2011 debido a su implicación en todos los campos del conocimiento. En este sentido, ya para 2012 el profesor de la Universidad Metodista de Sao Paulo, Walter Lima, aseguró lo siguiente al relacionar *big data* con periodismo:

“La configuración de internet está siendo trazada desde el incremento de la velocidad de la transmisión de datos... la necesidad de un entendimiento de la lógica computacional habilitará a los periodistas de datos el uso de nuevas posibilidades en el tratamiento de la

información y los datos, encontrando nuevos enfoques a la información de relevancia social, nuevos hechos y fuentes alternativas de información” (Lima, 2012:207-208).

Como puede observarse, ya no se trataba sólo de trabajar con grandes conjuntos de datos como se hizo en el CAR, sino de la velocidad de transmisión de estos. Estamos hablando de una de las Vs del *big data*: la velocidad. Hasta el día de hoy se habla de hasta 7 Vs del *big data* dependiendo del campo del conocimiento. Sin embargo, cuatro son una constante en todas las definiciones: Volumen, Velocidad, Variedad y Veracidad (Marr, 2015). Todas estas Vs - junto con una quinta: el Valor que se pueda extraer de los datos - forman parte de lo que se entiende por periodismo de datos hoy en día, siendo la veracidad una de las Vs más tratadas en los últimos años con el auge de las denominadas *fake news* y bulos de desinformación por redes sociales.

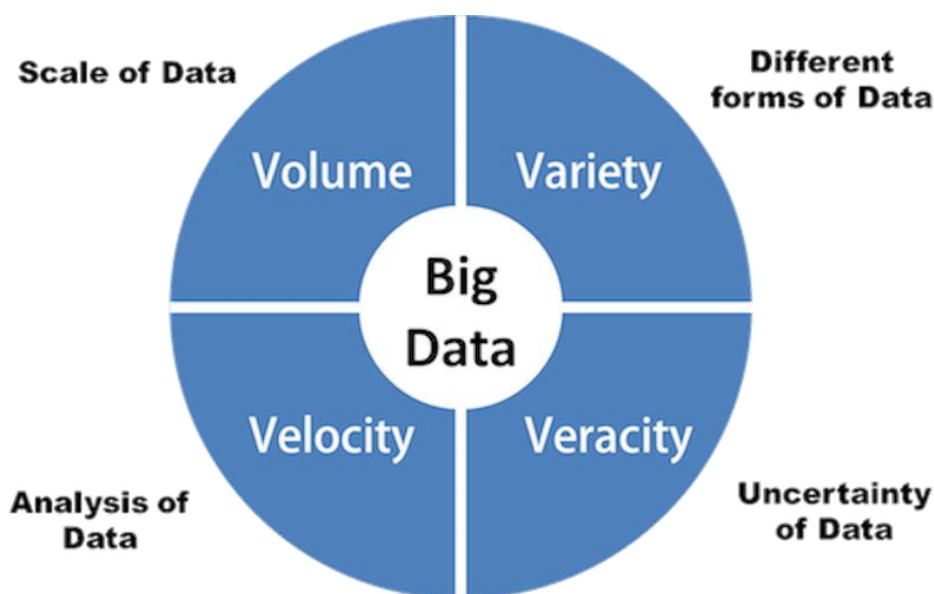


Imagen 22. Las 4 Vs del *big data*. Fuente: Shahat, Elragal & Bergvall-Kåreborn (2017:2).

### III.1.1.3. El *big data* como fenómeno sociocultural y sus implicaciones en el periodismo

Las académicas de Cambridge e investigadores de Social Media en Microsoft, Danah Boyd y Kate Crawford (2012), advertían en 2012 que algo importante estaba cambiando en la naturaleza de los datos: en el volumen y en la variedad de su representación digital, en su

recolección y análisis en una escala masiva y en su potencial último para generar valor social, cultural y monetario, aun cuando estos desarrollos levantan simultáneamente preguntas preocupantes sobre privacidad, rendición de cuentas y ética (Boyd & Crawford, 2012). Parte de este cambio en la naturaleza de los datos en el periodismo, tal y como explica el propio Phillip Meyer en una cita del manual *Data Journalism Handbook*, lo vemos en los cambios en las rutinas de trabajo de los primeros días del periodismo de precisión con respecto a las de la actualidad debido a la enorme cantidad de datos disponibles: “Cuando la información era escasa, la mayoría de nuestros esfuerzos se dedicaban a buscar y recolectar. Ahora que la información es abundante, el procesamiento es más importante” (Bounegru, Chambers & Gray, 2012:21).

Este cambio desde la perspectiva del periodismo ha venido aunado con otros retos en el plano técnico, tal como advirtió el académico de Ciencias informáticas de la Universidad de Carolina del Norte, Shan Suthaharan: cuando el volumen, la variedad y la velocidad de los datos se incrementan, “las técnicas y las tecnologías podrían no ser capaces de almacenar y procesar los datos si no se adaptan a esa nueva realidad” (Suthaharan, 2014:70). Esto quiere decir que el *big data* como fenómeno ha implicado un cambio en la forma en que vemos a los datos y un cambio en la manera en que la tecnología los almacena y trata. También nos dice que, tanto desde el punto de vista cultural como del técnico, si entendemos el *big data* únicamente asociado a la idea de la abundancia de datos, no estaríamos abarcando todas las implicaciones que conlleva. Tal y como Boyd & Crawford (2012:670) aseguraron: “fuera de contexto, pierde su significado”.

De hecho, en este momento, *big data* no se considera meramente como una transición tecnológica hacia un diluvio de datos (Lewis & Westlund 2015:448) y no existe un fenómeno *big data* unitario (Boellstorff, 2013). Boyd y Crawford lo definen como un fenómeno cultural, tecnológico y académico que yace en la interacción de los siguientes aspectos:

“(1) Tecnología: maximizando el poder computacional y la rendición de cuentas algorítmica para recolectar, analizar, vincular y comparar grandes cantidades de datos. (2) Análisis: llevado a grandes sets de datos para identificar patrones con el fin de hacer reclamos económicos, sociales, técnicos y legales. (3) Mitología: la generalización de la creencia de que grandes sets de datos ofrecerán formas de conocimiento e inteligencia más elevadas que puedan generar percepciones precisas previamente imposibles, con el aura de verdad, objetividad y rendición de cuentas” (Boyd & Crawford, 2012:663).

Es un punto de vista compartido por dos estudiosos del *big data* y periodismo, Seth Lewis y Oscar Westlund (2015), quienes tal y como ya hemos mencionado en el apartado “*Big data* y periodismo” de la introducción, han asegurado que *big data* se trata de “una compleja amalgama de abundancia digital, técnicas de análisis emergentes, mitología sobre las percepciones basadas en datos y una creciente crítica sobre la totalidad de las consecuencias de las prácticas del *big data* para la democracia y la sociedad” (Lewis & Westlund, 2015:1).

En el ámbito periodístico *big data* necesita estar en abierto (Elías, 2015) y el término *open data* está asociado a transparencia, rendición de cuentas, accesibilidad, uso público, gratuito y reutilizable. En la base de esta filosofía subyacen el movimiento del *software* libre y el activismo hacker *hacktivismo*. La publicación de datos está íntimamente ligada a una cultura de la transparencia propia de la sociedad red, y que Himanen (2001) relaciona con la ética hacker del trabajo cuando afirma que el dinero deja de ser un incentivo y el beneficio se cifra en metas como el valor social que genera la labor emprendida, su transparencia y el libre acceso a la obra creada. Como resultado del movimiento *open data* en el mundo tenemos las leyes de transparencia de los gobiernos. Las publicaciones de datos por parte de los periodistas podrían considerarse también como un trabajo de transparencia y aunque en ocasiones son el resultado de filtraciones, implican posteriores “procesos de refinamiento entre periodistas” (Lesage & Hackett, 2014:41).

A pesar de las aparentes ventajas que ofrece el *big data* al Periodismo, escribir una historia periodística a partir de una ingente cantidad de datos se ha convertido en un nuevo reto, no exento de dificultades y cuestiones éticas a tener en cuenta. Carlos Elías (2015:94) alerta de la dificultad de “construir una teoría o una narrativa cuando solo existen muchos datos numéricos sin ninguna explicación” y para estos casos considera que la teoría fundamentada podría ser una solución: “es útil para generar una hipótesis a partir de los datos obtenidos en una investigación”. El autor de *big data y periodismo en la sociedad red* desmitifica una de las mitologías del *big data*, la de la veracidad que aportan los datos, porque pueden producirse corrupciones deontológicas que distorsionen deliberadamente la realidad. A veces se confunde cantidad con calidad, cuando los llamados *small data* -entrevistas u opiniones de expertos- explican mejor la realidad que un conjunto de datos. Además, insiste en la importancia de explicar los datos en su contexto, fuera del cual el *big data* pierde su significado (Elías, 2014), como también ha señalado Philip Meyer (2011): “Hoy tenemos una corriente sin fin de datos, más de la que nunca podríamos entender, por lo tanto, la necesidad de una explicación se hace fundamental”.

### **III.1.2. Antecedentes del Periodismo de Datos**

Tal como ya hemos adelantado, antecesores del PD como el periodismo de precisión y el CAR, han sido tratados como la misma cosa por diversos autores durante algunas décadas debido a que, entre otras cosas, Philip Meyer publicó sus primeras piezas de periodismo de precisión con la ayuda de ordenadores y que el Investigative Repoters & Editors (IRE) -una de las organizaciones que más ayudado a difundir las bondades del periodismo de precisión para mejorar la calidad del periodismo de investigación-, fundara en 1989 el programa National Institute for Computer-Assisted Reporting (NICAR), cuya misión es “fomentar la excelencia en periodismo, particularmente en lo que se refiere a periodismo de datos” (IRE, S.F.). Es así como durante mucho tiempo no se llegó a cuestionar la equiparación de ambos



términos ni en las prácticas del periodismo de investigación ni en el campo académico que lo estudiaba.

El término Periodismo de Datos estaba asociado al PP y al CAR, que no solían diferenciarse entre sí en muchos círculos a pesar de que, en la época de los primeros reportajes realizados con ordenadores por parte de Meyer, estos eran muy costosos e inexistentes en las redacciones. No fue sino hasta que el uso de ordenadores comenzó a masificarse entre los cada vez más usuarios de los ordenadores personales que se puede hablar de un CAR inserto en un contexto socio cultural distinto al del PP, lo cual coincide precisamente con la fundación del NICAR por parte del IRE en 1989.

### **III.1.2.1. Periodismo de precisión**

Como término, PP fue mencionado por vez primera en el ámbito académico por Everette Dennis en 1971 en contraposición al enfoque literario del Nuevo Periodismo (Galindo Arranz 2004:98), en un monográfico titulado “The Magic Writing Machine, Student Probes of the New Journalism” (Dennis, 1971), donde relacionó al periodismo de precisión con algunos reportajes de rigor cuasi científico hechos por la revista *Fortune* en décadas anteriores. Esta revista de negocios fue de las primeras organizaciones noticiosas en familiarizarse con las técnicas de mercadotecnia tan popularizadas durante la segunda guerra mundial (Blanchard, 1999), por lo que es vista como una de las precursoras del periodismo de precisión. Sin embargo, no fue hasta que Meyer (1973) publicara su obra “Precision Journalism: A Reporter’s Introduction to Social Science Methods” que el término se internacionalizó, vinculándose a los reportajes ayudados por ordenadores hechos por este periodista desde 1959 en el Miami Herald y, sobre todo, al reportaje sobre los disturbios de Detroit de 1967 que le valió el Pulitzer. Al año siguiente de la publicación de la obra de referencia de Meyer, Everette Dennis (1974) publicó “Other Voices, the New Journalism in America”, en donde se

definió periodismo de precisión como la nueva forma periodística donde las herramientas de recolección de información o *newsgathering* -tales como investigación por encuestas y análisis computacional- eran menos importantes que el esfuerzo estilístico para producir reportajes que tomaban lo mejor del método científico y la escritura humanística (Dennis, 1974). Es así como el PP empezó a ser diferenciado de otras formas de hacer periodismo especializado como el de la revista *Fortune*.

Como disciplina periodística, el periodismo de precisión parte de una autocrítica sobre el método periodístico de detectar, clasificar y jerarquizar cualquier aspecto de la actualidad, y nace de su acercamiento a la investigación sociológica (Dader, 1997). Meyer lo define como “la aplicación de métodos científicos de investigación social y comportamental a la práctica del periodismo” (Meyer, 1989:96), es decir, que el dominio de la metodología científica propia de las ciencias sociales y su posible aplicación informativa constituye su columna vertebral (Galindo, 2004). Dader nos provee de una definición más completa que asegura que “se basa en desarrollar e interpretar datos empíricos recolectados, relacionados y verificados mediante métodos científicos de investigación socio estadística e informática” (1997:156).

Desde esta última perspectiva, no pareciera haber ninguna diferencia significativa entre el periodismo de precisión y el CAR al incorporar la investigación informática como parte de la definición del PP. Sin embargo, entre esta definición y aquel primer libro de Meyer transcurrieron más 20 años, por lo que el contexto donde se desarrolló el PP de Meyer no es el mismo al que se refiere Dader en los noventa, ya que uno de los cambios tecnológicos más importantes acaecidos entre las décadas de los setenta y la de los noventa del siglo pasado fue el comienzo de la informatización de las redacciones de los medios (se pasó de la máquina de escribir a los ordenadores, entre otros avances). Aquí subyace un cambio cultural importante con el primer periodismo de precisión ejercido por Meyer, el cual requería del uso de ordenadores situados únicamente en Universidades y otras grandes instituciones: la

masificación de los ordenadores personales conllevó una cultura periodística distinta a la ejercitada por selectos periodistas con acceso a las últimas tecnologías entre las décadas de los sesenta y setenta del siglo XX.

### **III.1.2.2. Periodismo asistido por ordenador (CAR)**

Para entender el cambio cultural en el ejercicio del periodismo cuando hablamos de periodismo asistido por ordenador, tenemos que remontarnos a 1975, año que vio nacer al IRE. Esta organización sin fines de lucro nació con el objetivo de constituir una comunidad transversal de profesionales (Aucoin, 1995), rompiendo el sentido individualista y particularista de hacer periodismo de investigación (Dader, 1997). Desde sus inicios centró su actividad en mejorar la calidad del periodismo de investigación, por lo que siempre estuvo muy vinculada con la divulgación del PP y la formación de periodistas de investigación entre las dos décadas en que el ordenador personal fue adquiriendo cada vez más usuarios (los ochenta y noventa). Para cuando el IRE fundó el NICAR en 1989, la mayoría de las redacciones en EEUU ya contaban con ordenadores y el contexto sociocultural en que se desarrollaban los periodistas de investigación vinculados a este instituto se distanciaba considerablemente de aquel en el que se desarrolló el primer periodismo de precisión. Como ejemplo de tal diferencia podemos mencionar la formación de una unidad multidisciplinar en *The New York Times* en 1989, de cuya presentación a otros redactores del medio fue testigo el ahora catedrático de periodismo José Luis Dader gracias a una beca Fulbright ese año:

“La idea de colaboración ya existía, la cual se puede dar en dos niveles: colaboración entre especialistas y colaboración entre metodologías. Las dos cosas estaban ya presentes en *The New York Times* en 1989 cuando se creó una nueva unidad conformada por un sociólogo, un informático, un estadístico y un periodista”. (J.L. Dader, comunicación personal, 20 de octubre de 2010)

Otra característica sociocultural que fue cambiando las prácticas periodísticas entre los primeros años del periodismo de precisión y el año de nacimiento del NICAR fue la diseminación del uso de bases de datos en la producción de noticias con prácticas de recolección y estructuración de datos por parte de instituciones que Michael Schudson (2010) denominó observatorios políticos. Este académico relacionó estos observatorios políticos con “la nueva disponibilidad de bases de datos para investigación de interés público: juntos, estos desarrollos representan sólo una de las características del futuro de las noticias” (2010:107). Esta característica técnico-cultural, una de las principales de lo que hoy conocemos como periodismo de datos, tuvo su germen en una década en donde los periodistas comenzaron a organizarse en la producción de conocimiento colectivo y cuyo posterior desarrollo vino acompañado y potenciado por la masificación de ordenadores personales entre periodistas. Este es el comienzo de una cultura de la transparencia que hoy entendemos clave para el desarrollo del PD.

### **III.1.2.3. De la sociedad red al *big data***

El año que vio nacer al NICAR fue el mismo año que comenzó el uso comercial público de internet. Un año después Tim Berners-Lee creó la World Wide Web. Para finales de 1990 se implantó el protocolo HTTP y el lenguaje HTML, y se lanzó el primer servidor web, así como casi todas las características bajo las cuales internet logró tener el impacto cultural y comercial que ya conocemos. Las influencias directas e indirectas de las tecnologías digitales en el periodismo generaron enfoques de análisis como el de la sociedad red (Castell, 2006) y la convergencia cultural (Jenkins, 2008) entre otros que también han sido clave en los estudios de comunicación.

En este periodo el modelo de negocio cambió radicalmente cuando los clasificados, la publicidad y las suscripciones se hicieron menos sostenibles en la red (Meyer, 2004) y

muchas fuentes periodísticas se convirtieron en medios de comunicación en sí mismas, haciendo que se fueran perdiendo puestos de trabajo para periodistas en los medios de comunicación tradicionales al tiempo que los gabinetes de prensa los iban ganando (Elías, 2015). Se comenzaron a adoptar modelos productivos -de noticias- más enfocados en las audiencias y la red, lo que trajo como consecuencia una mayor interacción (Boczkowski 2005; Deuze 2005). Este incremento en la digitalización e interactividad a través de los hipervínculos, comentarios de la audiencia y apertura de fuentes y documentos contribuyó a una mayor apertura y transparencia (Karlsson, 2010; Bennet, 2014) y esta cultura periodística que solía relacionarse con el periodismo de precisión y el CAR tomó nuevas dimensiones en un contexto de datos abiertos (*open data*) y *big data*: la transparencia se convirtió en un elemento estándar en el nuevo periodismo de datos.

### **III.1.3. Aspectos fundamentales de un periodismo de datos enmarcado en el *big data* como fenómeno sociocultural**

El acceso a grandes volúmenes de datos, su tratamiento y su publicación son tres de los elementos fundamentales del periodismo de datos (Ferrerías Rodríguez, 2013:119); del mismo modo y tal como Philip Meyer (2012) nos ha dicho, “el acento de hoy en día recae en el procesamiento de datos” (Bounegru, Chambers & Gray, 2012:6). Desde un punto de vista sociocultural sabemos que todos estos elementos hacen parte de un mismo fenómeno, a pesar de lo vagamente definido de *big data* como término en la mayoría de las disciplinas: “*big data* es un término vagamente definido utilizado para describir conjuntos de datos tan grandes y complejos que se hacen difíciles de trabajar con el uso de *softwares* estadísticos normales” (Snijders, Matzat & Reips, 2013:1). Para evitar este tipo de vaguedades, desglosaremos un poco algunos de los elementos fundamentales que hacen parte del PD como disciplina inserta en el *big data* como fenómeno sociocultural. Estos serían: 1- el procesamiento de datos y las bases de datos que lo hacen posible, 2- la publicación de los datos y su relación con la

filosofía de datos abiertos y transparencia, y, por último, 3- la visualización de los datos, diferenciando en este último punto las nuevas aplicaciones interactivas de las clásicas infografías del periodismo.

### **III.1.3.1. Procesamiento de datos y bases de datos**

Algunos académicos han profundizado en el estudio del uso de las bases de datos en el periodismo en un contexto de digitalización de la información mucho antes del *big data*. Tal como hemos visto en el apartado anterior, el periodismo de datos de hoy es impensable sin las nuevas tecnologías y herramientas digitales. Sin embargo, la mayoría de las ramas del periodismo pueden seguir existiendo sin estas nuevas herramientas digitales. El periodismo declarativo, por ejemplo, no necesita en lo absoluto de bases de datos para el procesamiento de la información y algunas piezas de periodismo de investigación pueden realizarse tan sólo con un teléfono y una grabadora, sin necesidad alguna del procesamiento y almacenamiento de grandes cantidades de datos ni peticiones de información pública a la administración.

En el caso del PD, el uso de bases de datos es una condición *sine qua non*, ya que se relaciona directamente con el procesamiento de estos. Esta es una condición heredada del desarrollo de las TIC y diversos artículos académicos han profundizado en ello, como en el caso del artículo “Automatización de las bases de datos: potencialidades de herramientas básicas para otro periodismo posible” (López-García, Toural-Bran, Pereira-Fariña & Barbosa, 2009), en donde se llegó a afirmar lo siguiente:

“Con la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), las rutinas de los profesionales que ejercen el periodismo se han visto afectadas: la inmediatez, una de las características esenciales que las TIC aportan al ejercicio del periodismo, lo ha convertido en un trabajo en el que adquieren gran importancia las bases de datos y las ventajas que estas aportan en el quehacer diario. Los periodistas manejan gran número de referencias relativas a bases de datos y cuentan con la posibilidad de acceder a una cantidad

ingente de información desde internet. Además, las bases de datos se han convertido en estructuradoras del conocimiento, de los contenidos y en muchas ocasiones incluso en vertebradoras del discurso mediático”. (López-García et al. 2009:308)

Esta visión de las bases de datos como estructuradoras del conocimiento y contenidos, así como en vertebradoras del discurso mediático, surgió en 2009, cuando todavía no se había popularizado el término Periodismo de Datos en el ámbito académico. Ya para cuando este término irrumpió en la agenda investigadora, los académicos brasileños Suzana Barbosa y Vitor Oliveira Torres en su artículo “El paradigma ‘Periodismo Digital en Base de Datos’: modos de narrar, formatos y visualizaciones para los contenidos” (Barbosa & Torres, 2013), hacen de los términos PD y DDJ uno solo, asegurando que son parte del paradigma del JDBD –siglas del Periodismo Digital en Bases de Datos en portugués: Jornalismo Digital em Base de Dados-, el cual proponen como modelo desde donde deriva el PD:

“La consolidación de las bases de datos como estructurantes de la actividad periodística y como agentes singulares en el proceso de convergencia de medios nos permite afirmar su preponderancia (...) Una de las más visibles [extensiones al modelo paradigmático propuesto] son las que se vienen llamando Periodismo Guiado por Datos o Data Journalism”. (Barbosa & Torres 2013:153)

Muchos autores ya habían compartido esta visión, como Mark Briggs cuando dijo que sofisticadas bases de datos están ayudando a todas las profesiones, incluyendo al periodismo, en donde abundan oportunidades para utilizar bases de datos, hojas de cálculo y otras formas de datos estructurados en la cobertura de noticias e historias (Briggs, 2010). Manuales como *The Online Journalism Handbook* sugieren al lector el uso de bases de datos y hojas de cálculo como Excel o Google Spreadsheet para poder encontrar historias en los datos (Bounegru, Chambers & Gray, 2012), proceso que por supuesto ocurre luego de la búsqueda, recolección y limpieza de los mismos (Bradshaw & Rohumaa, 2011). En otras palabras, los

que nos sugieren los expertos en periodismo de datos es compilar y limpiar datos para luego contextualizar y combinar estos (encontrar historias) a través del uso de bases de datos, es decir, usar bases de datos para realizar tres de los cuatro primeros pasos de la pirámide invertida del periodismo de datos (véase Imagen 15).

El acento que el PD da al procesamiento de datos por sobre la búsqueda y recolección de estos es una consecuencia directa del *big data*, del mismo modo que el procesamiento de estos grandes volúmenes de datos es imposible sin bases de datos que ayuden a gestionar tanta información y darle algún sentido, realidad que se ha venido asentando de manera evidente en los medios de comunicación a partir de las primeras filtraciones de Wikileaks. Sin embargo, el periodismo de datos no es el único campo que se vio arrastrado por esta realidad a partir de las mencionadas filtraciones. En el artículo “Model trees with topic model preprocessing: An approach for data journalism illustrated with the WikiLeaks Afghanistan war logs”, académicos en economía y negocios de las universidades de Viena y Linz aseguran que los problemas de procesamiento de datos del periodismo de datos son los mismos del de las ciencias sociales, en especial las ciencias sociales informáticas:

“Generar historias a partir de datos complejos es un asunto contemporáneo para periodistas y científicos (sociales), especialmente cuando las cantidades de datos son muy grandes y no pueden ser procesadas fácilmente por humanos (...) Periodismo de datos y ciencias sociales informáticas usan ambos métodos estadísticos y computacionales para tratar con el problema de procesar muchos datos complejos (frecuentemente en forma de documentos de textos) y presentarlos de una forma asequible”. (Rusch et al. 2013:3)

A pesar de no centrarse en el PD y dedicarse a construir un modelo estadístico, este artículo es una muestra de cómo las filtraciones de Wikileaks han cambiado el panorama de tal manera en el periodismo y las ciencias sociales – sobre todo informáticas y estadísticas-, que el procesamiento de datos ya de por sí importante antes de las filtraciones se hace ahora eje



central del PD. Si en el campo de las ciencias sociales -que cuenta con numerosos ojos expertos y versados en el mundo de la metodología estadística- los académicos tienen que valerse de complejas metodologías para el procesamiento de datos que de otra forma son ininteligibles, en el PD este procesamiento tiene que conllevar productos de fácil entendimiento para el gran público. Es en este punto en donde se ve como el *big data* como fenómeno sociocultural ha estandarizado valores de transparencia y datos abiertos en el PD, sin los cuales no hubiera sido posible ni comunicar al gran público historias complejas, ni adquirir a través de los *open data* o grandes filtraciones -por poner un par de ejemplos- datos que hacen posible realizar la primera fase de la pirámide invertida del PD: compilar (véase Figura 1).

### **III.1.3.2. Publicación de los datos: filosofía de datos abiertos y transparencia**

En cualquier pieza periodística la publicación de la historia trabajada o investigada es el objetivo final, aunque en el periodismo de datos esta publicación suele implicar la publicación de los datos con los cuales se ha realizado la historia. Cuando hablamos de publicación de datos se dice en dos sentidos: (1) la publicación de historias a partir de los datos y (2) la publicación de los mismos datos en bruto o *Raw Data*. La publicación de historias a partir de los datos no se refiere únicamente a aquellas presentadas en los géneros periodísticos clásicos que hayan podido basarse en datos, sino también a visualizaciones y aplicaciones web interactivas que hoy siguen innovando en nuevos formatos de presentación. Estas dos últimas formas de publicar historias a partir de los datos son las que más llaman la atención del PD, aunque tal como nos dice el manual *The Data Journalism Handbook*, no son las únicas: “hay muchas maneras diferentes de presentar tus datos al público, desde publicar los datos en bruto con historias, hasta crear hermosas visualizaciones y aplicaciones web interactivas” (Bounegru, Chambers & Gray, 2012:178).

En otras palabras y según las periodistas británicas del Centro para el Periodismo de Investigación –CIJ por sus siglas en inglés-, Elena Egawhary y Cynthia O’Murchu, el PD es "la capacidad de analizar y examinar números, y de conocer cómo manejar grandes conjuntos de datos y leerlos correctamente... [para] encontrar y apoyar tus historias" (Egawhary & O’Murchu, 2013:1). Es decir, son las historias la razón de ser del PD, no las visualizaciones o aplicaciones web interactivas. Esto no quiere decir que algunas historias son mejor contadas al gran público con visualizaciones y aplicaciones, pero estas no dejan de estar al servicio de contar historias o comunicar. También se hace necesario resaltar que en la mayoría de los casos en que el PD es utilizado para contar historias sin visualizaciones o aplicaciones interactivas, estas son apoyadas con los datos en bruto desde donde se basan.

Estas dos grandes vertientes, la de publicación de los datos en bruto para apoyar las historias y la utilización de los datos para diseñar visualizaciones y aplicaciones, se ven muy bien ejemplificadas en la opinión de dos conocidos expertos en periodismo de datos: Aron Pilltofer (*The New York Times*) y Steve Doig (Walter Cronkite School of Journalism, Arizona State University). Según Pilltofer, algunas veces los datos pueden contar mejor una historia que las palabras o una imagen fotográfica, razón por la cual ocurre lo siguiente:

“Términos como ‘aplicaciones noticiosas’ y ‘visualización de datos’ han tenido un estatus de palabra pegadiza en tantas redacciones últimamente”. Están también alimentando el interés la abundante cosecha (usualmente gratis) de nuevas herramientas y tecnologías diseñadas para ayudar incluso al periodista más reticente a convertir los datos en piezas de narración visual” (Bounegru, Chambers & Gray, 2012:178).

Como puede observarse, este periodista de datos de *The New York Times* destaca la proliferación de herramientas digitales gratuitas para ayudar a los periodistas a convertir los datos en historias, por lo que se evidencia en su experiencia profesional como algunos elementos de la cultura de la transparencia propia del movimiento de *software* libre ya habían

llegado a los medios *mainstream* hacia 2012 en todo el periodismo, no solo el PD. Además, relaciona esta nueva concepción de los datos para crear historias con otro aspecto fundamental que trataremos más adelante: la visualización de los datos.

Por su parte, el periodista de datos ganador del Pulitzer y profesor de periodismo de la Universidad de Arizona, Steve Doig, destaca la publicación de los datos en bruto como un ejercicio de transparencia propio de los periodistas de datos, similar a la manera en que funciona el conocimiento científico, que suele describir el proceso metodológico según se ha abordado un problema para que cualquier otro investigador pueda replicar los resultados. Sin embargo, su concepción de transparencia va más allá de publicar los datos para que cualquier otro profesional pueda replicar los resultados, ya que resalta que esos datos son primordiales para incentivar a los usuarios a corroborar los resultados y generar inteligencias colectivas, además de fidelizar lectores:

“Dando a los consumidores de noticias fácil acceso a los datos que usamos para nuestro trabajo es la forma correcta por varias razones. Los lectores pueden asegurarse ellos mismos que no estamos forzando los datos para llegar a conclusiones injustas. Abre nuestros datos en la tradición de las ciencias sociales de permitir a investigadores replicar nuestro trabajo. Incentivar a los lectores a estudiar los datos puede generar consejos que pueden llevar a historias subsiguientes. Finalmente, lectores comprometidos interesados en nuestros datos son propensos a volver una y otra vez” (Bounegru, Chambers & Gray 2012:179-180)

Es así como en estas declaraciones de Doig sobre el ejercicio del periodismo de datos se pueden observar elementos de una cultura de la transparencia similar a la de las ciencias sociales- muy al estilo del periodismo de precisión-, así como también elementos propios de la transparencia de la sociedad red cuando destaca que los consejos de los usuarios podrían

llevar a historias subsiguientes. Es decir, la utilización de inteligencias colectivas propias del *open data* y que hacen parte de la cultura de transparencia del movimiento de *software* libre.

La publicación de datos está íntimamente ligada a una cultura de la transparencia propia de la sociedad red y que Himanen (2001) relacionó con la ética hacker del trabajo al afirmar que el dinero deja de ser un incentivo y el beneficio se cifra en metas como el valor social que genera la labor emprendida, su transparencia y el libre acceso a la obra creada. Es así como la publicación de datos al público por parte de los periodistas no es el único “trabajo de transparencia” en el periodismo de datos, sino que “conlleva procesos de refinamiento entre periodistas” (Lesage & Hackett, 2014). De esta manera, ha habido diversos investigadores que relacionando valores de transparencia y datos abiertos con el PD (Karlsson, 2011; Gray et al., 2012; Egawhary & O’Murchu, 2013; Rodríguez-Brito & García-Chico, 2013; Parasie and Dagiral 2013; Lewis & Usher 2013; Lesage & Hackett 2014; Bennett, 2014; Lesage & Hackett, 2014; Howard, 2014; Smit, Yael & Buijs, 2014; Elías, 2015; Quesada y Ribas, 2016; La-Rosa y Sandoval-Martín, 2016a; Martínez, 2016; Subires, 2016; Varona, Plaza, Pulido & Camarero, 2016; La-Rosa y Sandoval-Martín, 2016b), realizaron afirmaciones similares a la siguiente sobre sus objetos de estudio:

“Iniciativas subsecuentes de *The Guardian* han incluido: APIs (interfaces de programación de aplicaciones – o *software* que permite la interacción con otro *software*); un almacén de datos (donde los datos pueden ser obtenidos por sujetos); un blog de datos e iniciativas durante las elecciones británicas. *The Guardian* es una plataforma abierta, haciendo sus herramientas digitales y recursos disponibles para el reuso” (Daniel, 2010)

Resulta evidente sin la necesidad de buscar más ejemplos particulares, que la transparencia implícita en el proceso de producir información con datos implica un desarrollo o “refinamiento” – tomando palabras de Lesage & Hackett – en el trabajo periodístico, que en el caso de *The Guardian* lo ha llevado a ser uno de los principales referentes mundiales de

periodismo de datos. Por esta razón la siguiente afirmación se acerca bastante a lo que entendemos como PD:

“El desarrollo del periodismo de datos resume los procesos de digitalización; la filosofía del *open data* y la transparencia y el acceso público a la información; herramientas estadísticas y de visualización; y las habilidades investigativas del periodista de todos los tiempos para compilar, filtrar, contextualizar, contrastar, organizar, jerarquizar y contar una historia de forma atractiva”. (Rodríguez-Brito & García-Chico, 2013)

Este artículo es consecuencia de 5 estudios caso de PD en el continente americano: el especial “Subsidios a colectivos en la Argentina”, del diario argentino *La Nación*; la aplicación “Retratos Paraná” de la brasileña *Gazeta do Povo*; el “Illinois School Report Cards” del estadounidense *Chicago Tribune*; el “Government Employee Salary Database” del también estadounidense *The Texas Tribune*; y, por último, el trabajo “Terrorists for the FBI”, del medio independiente norteamericano *Mother Jones*. A través del artículo de Rodríguez-Brito y García-Chico se puede corroborar como ninguno de estos ejemplos hubiera existido sin los colectivos vinculados con el activismo digital y de la transparencia que han ayudado a transformar la manera de entender una parte del periodismo, incorporando muchos de los elementos propios de la filosofía de datos abiertos de la era del *big data* en las prácticas del periodismo de investigación.

Esta filosofía de datos abiertos y transparencia es un aspecto fundamental del ejercicio del periodismo de datos y como todo aspecto que forma parte de un mismo fenómeno, está relacionado con el otros junto con los cuales conforman un todo. Es por eso por lo que, en el PD, la gran mayoría de las visualizaciones y aplicaciones web interactivas vienen acompañadas de los datos en bruto desde donde se apoyan debido a la cultura de la transparencia en la que se inserta.

### III.1.3.3. Visualización de datos: infografías y aplicaciones interactivas

Según la obra “Hitos en la historia de la cartografía temática, gráficos estadísticos y la visualización de datos”, la visualización de datos es la ciencia de representación visual de datos como información que ha sido abstraída en alguna forma esquematizada (Friendly, 2008). Vista como tal, la visualización de datos tiene una tradición de más de doscientos años según varios autores (Chen, 2004; Tufte, 1997; Ware, 2000) y en el periodismo, “desde la aparición del diario norteamericano USA Today en 1982 estos elementos ahora llamados infográficos (del inglés informational graphics) han revolucionado el diseño, especialmente el periodístico y editorial” (Leturia, 1998).

El mismo Simon Rogers, editor de datos de Twitter en San Francisco y de los Datablog y Datastore de *The Guardian*, se remonta a 1854 para asegurarnos que el mapa de la epidemia de cólera de Londres de John Snow (Imagen 17) cambió la forma en que vemos las enfermedades – y le dio al periodismo de datos un modelo de cómo trabajar hoy en día (Rogers, 2013). En este mapa se ve la población de Soho, parte del West End de Londres, en 1854. Su autor, John Snow, publicó en 1849 un pequeño panfleto titulado “Sobre el modo de comunicación del cólera” donde propuso que el “veneno del cólera” se reproducía en el cuerpo humano y era propagado a través de la contaminación de la comida y el agua (Snow, 1854). Hay que recordar que para entonces se creía que el cólera se transmitía por inhalación de miasmas o vapores contaminados. Según palabras de Simon Rogers, “Snow hizo algo que hacen los periodistas de datos hoy en día: mapeó los casos” (Rogers, 2013). Cada muerte es representada en el mapa con una barra y por medio de este mapeo, Snow pudo señalar donde se concentraban la mayoría de las muertes y como el resto de los valores atípicos estaban de alguna manera cerca de los surtidores de agua.

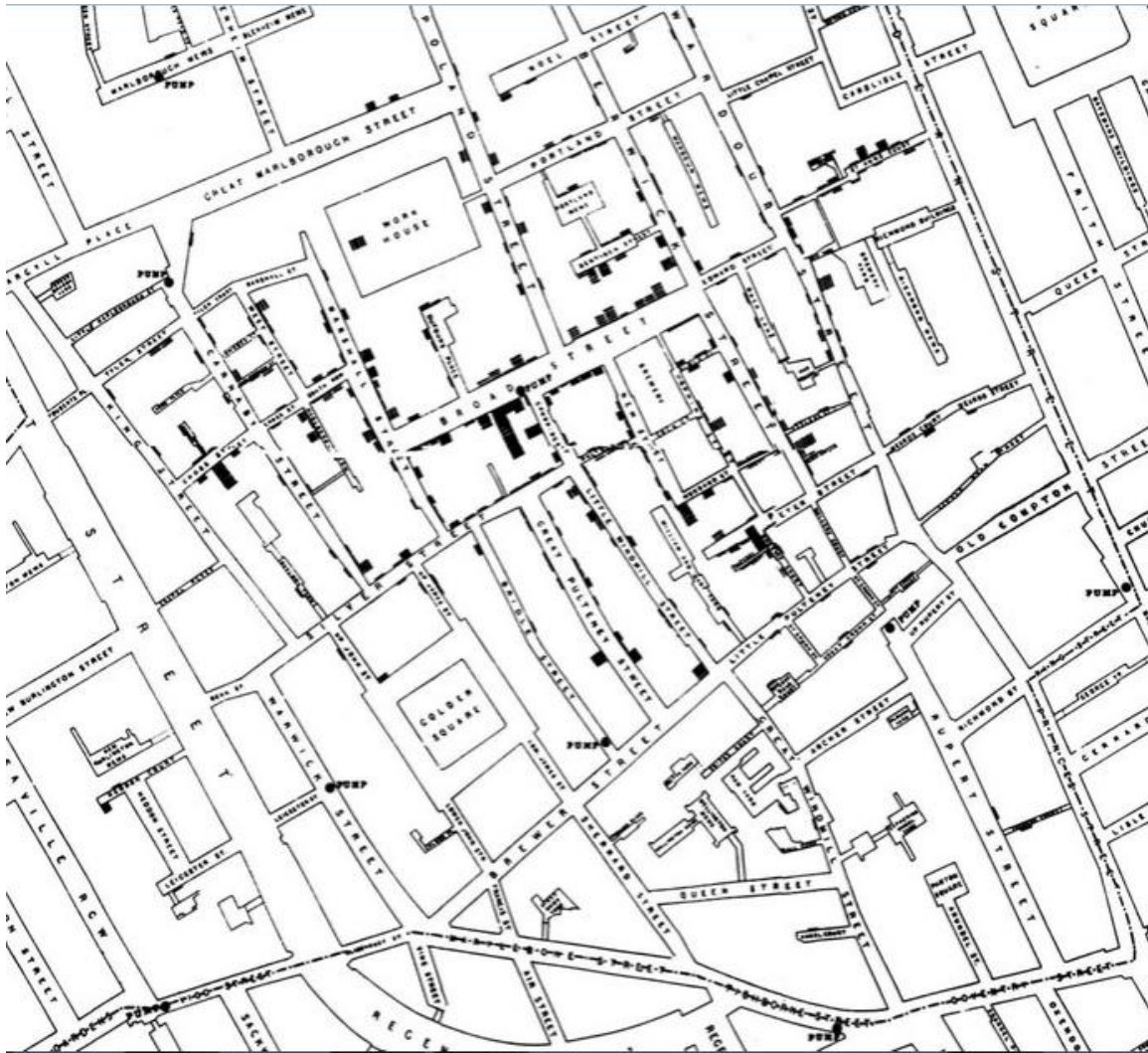


Imagen 23. Mapa de la epidemia de cólera de Londres de John Snow, 1854 (Cairo, 2011:256).

Esta representación gráfica era parte de un trabajo estadístico más extenso y se ajusta a la definición de visualización de datos dada por Friendly anteriormente. Con este ejemplo también se puede apreciar cómo tanto en la cartografía como en la estadística, los gráficos son formas visuales de descubrir y mostrar los datos: en el caso del periodismo, es una manera de mostrar historias. Sin embargo, si nos quedamos con la definición de visualización de datos o infografía en el ámbito del periodismo, tendríamos que incluir toda visualización basada en datos previa a la era digital. Hay que recordar que, además de enmarcarse en el contexto sociocultural del *big data*, las visualizaciones del periodismo de datos hacen parte de una propuesta nacida en la web:

“No es la primera vez que se utilizan los datos o análisis estadísticos en el periodismo, ya ocurrió con el periodismo científico o de precisión; tampoco es la única propuesta periodística surgida de la web, ya que el periodismo ciudadano o participativo se combinó con la web en el periodismo 2.0”. (Antón-Bravo, 2013:100)

Según diversos periodistas de datos expertos la visualización de los datos es parte fundamental del proceso de producción en el PD. Es el caso de Mirko Lorenz, arquitecto de información y periodismo de la agencia para periodismo de datos Journalism ++; y Paul Bradshaw, autor de *Online Journalism Handbook* y profesor de la City University's School of Journalism de Londres. Basándose en una conferencia sobre innovación en periodismo (Lorenz, 2010) y un artículo del Datablog de *The Guardian* (Bradshaw, 2010), el artículo “Visualización de datos en el periodismo online y sus implicaciones en el proceso de producción”, nos asegura lo siguiente:

“El periodismo guiado por datos está basado en grandes cantidades de datos con el propósito de escribir historias-noticias. Periodistas de datos describen el proceso periodístico como un flujo de trabajo que consiste en excavar profundamente en los datos, analizar y filtrar los datos encontrados, visualizarlos y formar una historia” (Weber & Rall 2012:349).

Según estos expertos la visualización de los datos es parte fundamental del proceso de producción en el PD. Sin embargo, no nos detallan en nada las diferencias entre las visualizaciones en el periodismo de datos y otras formas de visualizar información en el periodismo. Weber & Rall nos adelantan en su artículo que un formato visual en el periodismo de datos son los gráficos de información interactivos, también llamados características interactivas o gráficos interactivos (2012:349). Otros autores son más explícitos a la hora de señalar diferencias entre las visualizaciones impresas y las de la sociedad red:



“La diferencia entre un gráfico impreso y uno online yace principalmente en tres aspectos: animación, interactividad y multimodalidad. Estos tres aspectos adicionales cambian fundamentalmente las formas en el usuario percibe, hace clic y navega a través de información gráfica en la web” (Burmester et al. 2010:361).

Teniendo la información gráfica el valor de mostrar información compleja difícil de explicar verbalmente por medio de visualizaciones, y siendo esta información mucho más compleja de recabar y contextualizar en la era del *big data*, el predominio de las visualizaciones interactivas por sobre las tradicionales en el PD obedece al interés periodístico de hacerle llegar estos datos al ciudadano común, no experto en interpretación estadística de datos. Esta relación directa entre el *big data* y las nuevas visualizaciones al gran público en el periodismo de datos ha sido estudiada por diversos autores, en donde la visualización como herramienta de generación de sentido en grandes cantidades de datos es fundamental:

“Como consecuencia de los avances y soluciones tecnológicas, la velocidad, el volumen e incluso la diversidad de datos que se generan cada día, crece de forma exponencial y surgen nuevos retos para gestionarlos y dotarlos de sentido, es decir, para convertirlos en información” (Sánchez-Bonvehí & Ribera 2014:312)

Además de la generación de sentido de grandes cantidades de datos, está el tema de toma de decisiones basadas en la información obtenida de estas visualizaciones. En este sentido, en el artículo “Análisis interactivo el *big data*”, Heer y Kandel (2012) proponen las visualizaciones de grandes cantidades de datos para combatir la sobresaturación de información de la era del *big data* y darle herramientas a la ciudadanía para tomar decisiones en función de información veraz:

“Otra noción de *big data* con una relevancia para el usuario final es que los datos son demasiados ... De cara al diluvio de datos, lo que queda relativamente constante es nuestra propia habilidad cognitiva para darle sentido a los datos y alcanzar decisiones basadas en informaciones fidedignas” (Heer & Kandel 2012:50).

Este es un punto importante en donde según la última fase de la pirámide invertida del periodismo de datos (véase la Figura 1), comunicar, integra la visualización de datos como herramienta junto con una publicación de los datos que hacer parte de una filosofía de datos abiertos y transparencia, la cual no hubiera sido posible sin otro aspecto fundamental del PD: el procesamiento de datos y las bases de datos. Estos últimos aspectos hacen posible las otras primeras fases de la pirámide invertida del periodismo de datos: compilar, limpiar, contextualizar y combinar los datos. Según las expertas en tratamiento de información Claudia Sánchez Bonvehí y Mireira Ribera (2014), la visualización implica un esfuerzo comunicativo más allá de divulgar los datos:

“La visualización de la información emerge para cambiar el proceso comunicativo y devolver estratégicamente el protagonismo ancestral a lo visual. No se trata de vulgarizar los datos, sino de profundizar y aprovechar las ventajas que ofrece la percepción humana y la interacción, con el objetivo de transformar realidades complejas y abstractas en realidades simples” (Sánchez-Bonhevi & Ribera, 2014:312).

Teniendo todo esto en cuenta nos adherimos a la siguiente definición de propuesta por Wibke Weber y Hannes Rall cuando hablemos de visualizaciones interactivas en el periodismo de datos:

“...definimos gráficos informativos interactivos como (1) una presentación híbrida de distintas modalidades combinadas: texto, fotos, audios, videos, tablas, mapas, gráficos; la interacción de estas es más que a suma de las partes. (2) Además de la multimodalidad, interactividad e hipertextualidad son características principales de los gráficos informativos interactivos. (3) Cada gráfico informativo interactivo se enfoca en una historia, un tópico” (Weber & Rall 2012:361).

Lo que estos autores denominan gráfico informativo interactivo implica darles sentido a los datos en el contexto del *big data* y convertirlos en información por medio de una

visualización interactiva, multimedia e hipertextual. Para nosotros, esta transformación de los datos en información por medio de este tipo de visualización con las características ya citadas incluye las llamadas aplicaciones web, siempre y cuando estas estén enfocadas en una historia, un tópico periodístico. Es así como a estos gráficos informativos interactivos de Weber y Rall, y a las aplicaciones web que compartan estas características, se les denomina en este estudio visualizaciones interactivas, ya que una aplicación enfocada en presentar datos complejos de manera más digerible al gran público es una forma de visualizar información. Por esta razón, las visualizaciones interactivas forman parte de los aspectos más visibles del PD, aunque hay que recalcar que puede haber PD sin estas, tal y como ya hemos mencionado anteriormente.

### **III.2. Propuesta para una definición actualizada de Periodismo de Datos**

Tomando en consideración los puntos tratados en el apartado III.1. de este capítulo, podemos asegurar que, aunque existieron otras formas de investigar con bases de datos en el periodismo, tales como el periodismo de precisión y el CAR, el periodismo de datos se diferencia de estas variantes en diversos aspectos que, en mayor o menor medida, son consecuencia del contexto sociocultural en el cual se enmarca esta disciplina. En este contexto la información en la web es abundante y los esfuerzos del periodista o equipo de periodismo de datos se focalizan más en el procesamiento de datos que en la búsqueda y recolección de información. Este aspecto, junto con una cultura de la transparencia propia de la sociedad red que Himanen (2001) relacionó con la ética hacker del trabajo -en donde subyacen prácticas culturales del movimiento del *software* libre y el hacktivismo-, han propiciado unas prácticas en el PD que nos llevan a reafirmar una definición propuesta en divulgaciones parciales de nuestra investigación actual:

“Periodismo de datos es la propuesta periodística surgida de la web que comparte con el periodismo de precisión y CAR una rigurosidad metodológica similar a la de las ciencias sociales para la extracción, sistematización y tratamiento de datos para la publicación de historias periodísticas. Su diferencia fundamental con estas dos ramas del periodismo está en la incorporación de problemas y técnicas surgidas en el contexto del *big data*, lo cual a su vez ha llevado a establecer los siguientes aspectos fundamentales:

- 1- su contexto en el fenómeno *big data*;
- 2- la necesidad de procesamiento de datos y bases de datos en este contexto;
- 3- la filosofía de datos abiertos y transparencia vista desde dos perspectivas:
  - a- desde la necesaria por parte de instituciones públicas y privadas para la correcta investigación en esta rama del periodismo, y
  - b- la que debe tener el periodista como parte de su código deontológico;
- 4- la visualización de datos por medio de infografías y aplicaciones interactivas;
- 5- el periodismo ciudadano como apoyo ante la falta de transparencia,
- 6- el trabajo colectivo visto desde dos perspectivas:
  - a- aquel relacionado con el periodismo ciudadano y
  - b- aquel relacionado en la producción colectiva de información en un equipo de periodismo de datos”. (La Rosa, 2015:91)

Varios de estos aspectos fundamentales podrán confirmarse empíricamente a través de nuestro trabajo de campo, validando así esta definición junto con la comprobación de las hipótesis planteadas en el apartado I.3.1.

## CAPÍTULO IV

### ESTADO DE LA CUESTIÓN

Al ver los resultados de una búsqueda avanzada de artículos científicos en la base de datos principal de Web of Science a través de los términos “periodismo de datos” y “periodismo de base de datos” en las áreas de investigación “Comunicación”, “Ciencias de la información” y “Ciencias informáticas”, para el 14 de diciembre de 2018 tendremos como resultado un total de 140 artículos desde 1992 (Anexo 1).<sup>5</sup>

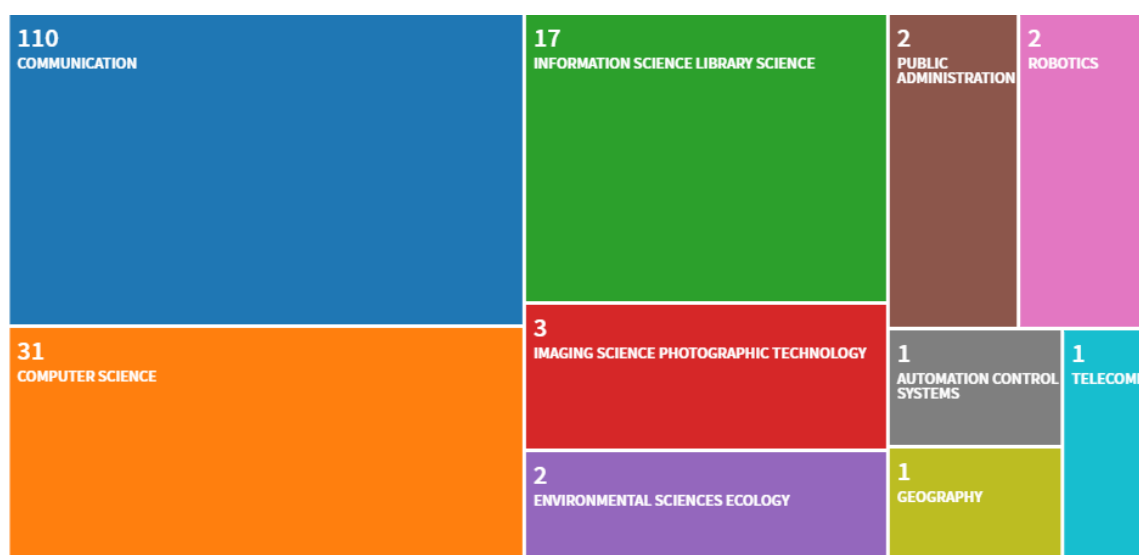


Imagen 24. Diagrama de árbol del análisis de resultados. Fuente: Web of Science.

La conocida base de datos clasificó los 140 artículos pertenecientes a las 3 áreas de investigación mencionadas dentro de otras 10 debido a que muchos artículos hacen parte de más de un área del conocimiento, generando un diagrama de árbol con 110 artículos pertenecientes a Comunicación, 31 a Ciencias informáticas, 17 a Biblioteca y ciencia de la información (biblioteconomía), 3 a Ciencias de la imagen, 2 a cada uno de los campos Ecología de ciencias medioambientales, Administración pública y Robótica, así como 1 a

<sup>5</sup> En el Anexo 1 se puede apreciar una captura de imagen de la búsqueda avanzada que contiene todos los valores booleanos de refinamiento de la búsqueda, así como una breve explicación de la misma.

cada uno de las siguientes ramas del conocimiento: Sistemas de control automático, Geografía y Telecomunicaciones (Imagen 24).

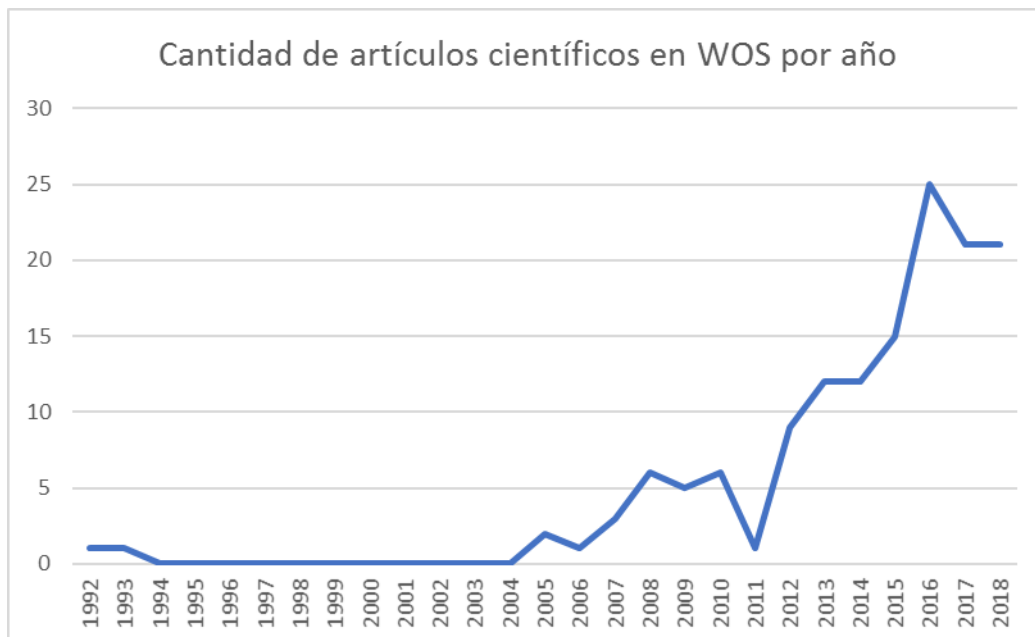


Gráfico 2. Artículos científicos por año según búsqueda avanzada en World of Science. Fuente: elaboración propia.

En esta pequeña muestra, entre 1992 y 2011 contamos con 26 artículos que incluyen PD o DDJ en sus contenidos, comenzando en 1992 con el ya mencionado artículo “Database organization for qualitative-analysis - the nudist(tm) system” (Richards; Richards, 1992) sobre los *softwares* de análisis de datos y su modo de empleo por parte de los científicos sociales. Luego de este artículo hay prácticamente un silencio en torno a los estudios con tales términos hasta 2005, cuando se publica un artículo sobre detección y clasificación automática de imágenes en el periodismo deportivo sobre fútbol (Sgarbi & Borges, 2005) y otro sobre la transformación de los medios de comunicación en San Petersburgo (Pasti, 2005). Ambos artículos incluyen PD y DDJ como la cuantificación de ciertas ramas del periodismo y el uso de base de datos en sus respectivas temáticas. En 2006 comienza un proceso de transformación en ambos términos al ser estudiados dentro del ciberperiodismo (Camino, Marín & Armentia, 2006) y la web semántica (García et. al, 2008), la minería de texto y de datos (Lima, 2008), los dispositivos móviles (Vaataja, 2009) y redes sociales como Twitter

(Zago, 2009). Para 2011 se intentó incorporar todas estas nuevas formas de ver los datos en el periodismo dentro de lo que había sido el periodismo de precisión y el CAR (Tejedor & Dader, 2011), aunque muchos autores que siguen defendiendo que CAR, DDJ y PD seguían siendo parte del periodismo de precisión ya vislumbraban un cambio en la forma en que estaban tratando los datos para generar historias:

“Expresiones como *data driven journalism* o simplemente periodismo de datos se van imponiendo o están más de moda, en ocasiones para referirse a trabajos que de forma más correcta podrían seguirse llamado periodismo de precisión o, según otras propuestas, periodismo analítico o de análisis de datos... esa nueva terminología que pone el énfasis en el hecho de recopilar y estructurar datos para someterlos a algún procedimiento sistemático de análisis” (Tejedor, 2011)

Fue así como en 2012 comenzó una explosión en la cantidad de artículos sobre periodismo de datos y periodismo basado en datos bastante significativa para esta pequeña muestra de WOS, con gran cantidad de estudios llamando periodismo de datos al creciente número de historias periodísticas basadas en datos en los medios digitales. Aunque los artículos del Gráfico 1 sean pocos como muestra en torno al uso de base de datos en el periodismo porque, entre otras cosas, WOS incluye estudios solamente desde 1992, su gráfica se ajusta mucho a los datos recopilados de una búsqueda mucho más exhaustiva: sobre todo en lo que respecta a la explosión de artículos científicos con los términos PD y DDJ en sus contenidos. Si ampliamos la búsqueda a partir de los mismos dos términos sin excluir otras ramas del conocimiento, incorporando además otras bases de datos como Scopus, Scielo Citation Index, Derwent Innovations Index, KCI-Korean Journal Database, además de una búsqueda avanzada en Google Scholar y por autores conocidos en ResearchGate.com y Academia.edu, obtendremos que:

1. Desde la década de los setenta del siglo XX hay publicaciones sobre el uso de bases de datos en el periodismo gracias al periodismo de precisión, lo cual continúa siendo un mismo tema a lo largo de la década siguiente.
2. A partir de la década de los 90 el término CAR está bastante asentado y relacionado con el PP en los estudios sobre periodismo.
3. El incremento del uso de internet y los medios digitales de principios del siglo XXI retomaron el uso de bases de datos en el periodismo en los estudios de comunicación y ciencias informáticas para explicar: a) nuevos formatos y b) nuevas perspectivas de ver la comunicación en red. A lo largo de esa década las redes sociales fueron cobrando cada vez más importancia en este tipo de estudios.
4. A partir de 2009, el periodismo de datos comenzó a tener tal cantidad de connotaciones en los estudios en comunicación y periodismo -ya híbridos con periodismo computacional- que, cuando las filtraciones de WikiLeaks hicieron posible las piezas más significativas de esta rama en medios como The Guardian y The New York Times, muchas otras ramas del conocimiento se incorporaron al estudio de este nuevo fenómeno, generando así un crecimiento exponencial hasta el 2018, muy similar a lo expresado por el Gráfico 2.

#### **IV.1. El uso de bases de datos en el periodismo: desde el PP y el CAR hasta la relación *big data* y periodismo en el PD**

Luego de las primeras menciones hechas por Everette Dennis (1971) y la primera introducción a las metodologías de las ciencias sociales hecha para reporteros por Meyer (1973) -reimpresa y comentada ese mismo año por otros autores (Hvistend, 1973) y actualizada por el mismo Meyer (1980) años después-, los beneficios para el bien común de esta rama del periodismo fue estudiada desde las ciencias informáticas (Reck, 1976), así como su credibilidad desde el campo de la comunicación (Mosier y Ahlgren, 1981). Estos estudios fueron acompañando en la década de los 80 del siglo XX a las guías prácticas para el correcto



ejercicio del PP (Ismach, 1988), teniendo en cuenta tanto su credibilidad como el beneficio que supondría a la sociedad una mayor práctica de esta disciplina periodística. Ya para cuando el CAR estaba en su mayor apogeo hubo autores que quisieron actualizar el PP con las realidades del CAR, como Singer (1994) y su artículo “The New Precision Journalism”, en donde el autor describió las nuevas técnicas del CAR de su época como la actualización de periodismo de precisión o el nuevo periodismo de precisión.

PD y DDJ como términos que implican el uso de bases de datos en el periodismo siguieron siendo estudiados de forma muy somera a lo largo de la década de los ochenta del siglo XX con trabajos como el ya mencionado artículo de Meyer (1989) sobre la cobertura de las elecciones estadounidenses de 1988. Los estudios que ya incluían al CAR como término fueron apareciendo a partir de la siguiente década con investigaciones como la hecha por Leonard (1992) sobre las redacciones estadounidenses, destacando estudios como el de Foley (1997) que investigó las estrategias exitosas del CAR en su momento. PP y CAR como antecedentes del cambio que protagonizaron los medios de comunicación con la digitalización y el boom de la red de redes (Martin, 1999) han convivido junto con propuestas para utilizar el CAR para mejorar el periodismo (Yang, Ha & 박현수, 2004; Paulussen, 2007) y otras ramas de la comunicación (김경희 & 정희선, 2003) en la primera década del siglo XXI.

Las últimas publicaciones en torno al uso de bases de datos dentro del periodismo y fuera de lo que hoy conocemos como PD han sido propuestas de periodización histórica del PP que se remontan a comienzos del siglo XXI (Galindo, 2004) y cuyas últimas, a comienzos de la segunda década de este siglo (Armentia & Ganzabal, 2010; Ortiz, 2010), han coincidido temporalmente con el primer boom del PD como término ya en proceso de diferenciación del PP y del CAR. Fue en estos años que el debate terminológico entre PD, PP y CAR (Tejedor &

Dader, 2011; Nerentz, 2014) comenzó a proliferar en el campo académico, desarrollándose en diversos campos del conocimiento -además del de las ciencias de la información, comunicación y periodismo- hasta su desenlace con estudios que lograron relacionar de forma adecuada *big data* y periodismo (Heer & Kandel, 2012; Lima, 2012; Boellstorff, 2013; Rusch, Hofmarcher, Hatzinger & Hornik, 2013; Lewis & Westlund, 2015; Neubauer, 2015; Renó & Renó, 2017; Sandoval & La-Rosa, 2018; Neves, 2018; Revuelta, 2018), lo cual a su vez explica el repunte de artículos sobre PD como lo conocemos en la última década.

#### **IV.2. El PD como lo conocemos en la agenda investigadora**

La fecha de algunos artículos que mapeaban el ecosistema del PD (Flores, 2012) y el futuro periodístico a través del periodismo de datos (Du, 2014; Gaber, 2014; Miller, 2015), son ejemplos de cómo en la academia se fue incorporando de forma tardía los estudios en torno una práctica periodística que venía ejerciéndose desde 2008 aproximadamente. Sin embargo, este tipo de artículos que entonces buscaba enfoques diferentes -como ver al PD como una especialización de las organizaciones noticiosas (Flores, 2013)-, contrastaron con otros con una vigencia casi actual al haber estudiado el análisis web (Thewall, 2013) y *fact-checking* del PD (Goasdoué, Leblay, Karanasos, Manolescu, Katsis & Zampetakis, 2013), sobre todo si tomamos en cuenta publicaciones recientes como “ContentCheck: Content Management Techniques and Tools for Fact-checking” (Manolescu, 2017), que divulgan técnicas de verificación de datos para evitar las llamadas *fake news* y otros estudios más recientes sobre la automatización del *fact-checking* (Sarr & Sall, 2018). Estos adelantos en el estudio del periodismo de datos en aquel momento asentaron más adelante su investigación como disciplina con un impacto disruptivo gracias a las tecnologías emergentes (Murray, 2015), en donde la vinculación entre *big data* y PD empezó a ser estudiada a partir de las relaciones con alguna de las particularidades que ahora sabemos hacen parte de este contexto tecnológico y sociocultural, como el PD y la web semántica (Pellegrini, 2012; Antón Bravo, 2013), la

manera en la que se informa en la era digital (Abad, 2015), como se define el periodismo de datos según el contexto de las herramientas digitales de la era de la información (López & Martínez, 2014; Aslan, Bayrakci, & Kucukvardar, 2016), las características de las noticias basadas en datos (김진희 & 임종섭, 2016) o nuestro entendimiento de periodismo cuantitativo (Anderson, 2015). Así, la incorporación de elementos que hacen parte del *big data* como contexto sociocultural en los estudios de periodismo ha llegado hoy en día en la agenda investigadora hasta el punto de haber estudios sobre el aprendizaje interdisciplinario en el PD (Zhu & Du, 2018) y la relación entre la ciencia de datos y el PD (Okazaki, 2018).

Esto no quiere decir que desde entonces no haya habido autores que considerasen (Pease, 2012) y que aún consideren al PD como parte del PP o el CAR (J.L. Dader, comunicación personal, 20 de octubre de 2016), pero es una tendencia a la baja debido a los últimos estudios de corte más sociológico como los que estudian este fenómeno desde la perspectiva de las tensiones epistemológicas que crea en el periodismo de investigación (Parasie, 2015) o la teoría de campo (De Vuyst, 2018). Estas investigaciones profundizan en nuevos formatos y tendencias desde una perspectiva que busca profundizar en PD como término, con claros ejemplos como la narrativa hipermedia a través de sus orígenes en el PD (Colussi, 2017), los nuevos perfiles profesionales del periodismo según la academia española (Gómez-Calderon, Roses & García-Borrego, 2017), y estudios recientes como “Journalism meets games: Newsgames” (Meier, 2018), en donde se usan categorías de la sociología como trabajo limítrofe para diferenciar al periodismo de videojuegos de otras ramas del periodismo digital - dando por sentado que forma parte del PD.

#### **IV.2.1. Preocupaciones en torno a la formación del periodista de datos en la agenda**

##### **investigadora: la alfabetización de datos**

Como puede observarse, aunque el periodismo de datos como lo conocemos hoy día no existió hasta 2008 aproximadamente, desde 1990 numerosos estudiosos examinaron el uso de las bases de datos en las redacciones periodísticas. Una investigación que recopila buena parte de estos estudios ha sido “Journalism's 'Dirty Data'. Below Researchers Radar”, artículo en el que Messner y Garrison (2007) recopilaron casi toda la investigación académica en torno al uso de base de datos y cuantificación investigadora en el periodismo a través de un análisis de contenido de las más prestigiosas publicaciones de referencia sobre comunicación. Su artículo fue una llamada de atención a la forma en que se usaban las bases de datos y a los importantes errores que los periodistas solían cometer en el transcurso de sus investigaciones debido a la falta de conocimientos técnicos.

Esta preocupación, vigente en los estudios sobre el periodismo de datos tal y como lo conocemos hoy, ha generado toda una rama centrada en la educación y formación de periodistas de datos (An & Lugo-Ocando, 2016; Burns, & Matthews, 2018; Chaparro, 2014; Davies & Cullen, 2016). Ejemplo de ello son los estudios en torno a la formación en técnicas de PD para extraer datos y crear historias (López-García, Rodríguez-Vázquez & Pereira-Fariña, 2014; Charski, 2015; Graham, 2015; Griffin y Dunwoody, 2016; Yang & Du, 2016, 2016; Alazañez-Cortés et. al., 2017; Green, 2018; Heaton, Mills & Ansell, 2018; Ojo & Heravi, 2018; Welbers, Opgenhaffen & Janssens, 2018), investigaciones sobre las experiencias en la enseñanza de periodismo de datos a través de MOOC'S (Plaue & Cook, 2015; Franco y Martul, 2016), así como investigaciones sobre los programas universitarios que enseñan o intentan enseñar PD y sus estrategias pedagógicas (Radchenko & Sakoyan, 2016; Splendore, Di Salvo, Eberwein, Groenhart, Kus, & Porlezz, 2016; Treadwell & Lowenstein, 2016; Hannis, 2018; Heravi, 2018, Weiss & Retis-Rivas, 2018).

Esta rama sobre la educación y formación en el periodismo de datos nos muestra una evolución desde que Domínguez (2013) planteara la ausencia de formación en PD en el ámbito académico, no siendo la única que comparte las preocupaciones de Messner y Garrison (2007) en torno a la falta de conocimientos técnicos por parte de los periodistas que utilizan las bases de datos en sus investigaciones. Ejemplo de ello es que se reclama un cambio radical en la selección de temas de interés noticioso (Newsgathering) con estadísticas y su interpretación para mejorar el debate democrático (Cushion, Lewis & Callaghan, 2017), el estudio de la identificación de conexiones entre fuentes de datos heterogéneas para que los periodistas de datos puedan obtener información útil (Chanial et. al, 2018) e investigaciones en torno a las dificultades de los periodistas de datos para acceder a datos públicos (Alppelgreen y Salaverría, 2018; Álamo, Cruz & Elías, 2018), así como la siempre presente preocupación por formar a los periodistas en nuevos conocimientos y habilidades del PD (Bradshaw, 2018; Gray, Gerlitz, & Bounegru, 2018; Splendore et. al, 2016).

En los últimos años, se han planteado enfoques de enseñanza basados en proyectos para generar historias periodísticas (Graham, 2018) que ya habían sido recomendados en años anteriores por profesionales invitados a congresos académicos (Grasso, 2016). Son avances en el sector educativo y de formación de periodistas de datos que han venido acompañados de mejoras tecnológicas para su ejercicio (Bonaque et. al., 2015), como la automatización de bases de datos (López-García, Toural-Bran, Pereira-Fariña & Barbosa, 2009), los *softwares* de gestión de bases de datos y estadísticas (López-García, Toural-Bran & Rodríguez-Vázquez, 2016), la inteligencia artificial (Broussard, 2015) y la extracción automática de datos de hojas de cálculo estadística (Cao, Manolescu & Tannier, 2017), lo cual nos muestra como desde siempre ha habido un acento especial en la alfabetización de datos vista como desarrollo técnico, computacional y estadístico (Nguyen & Lugo-Ocando, 2016). Sin embargo, se está gestando un cambio de enfoque a través estudios como “Data infrastructure

literacy” (Gray, Gerlitz, y Bounegru, 2018), en donde se propone ver la alfabetización en datos más allá de las competencias profesionales, teniendo en cuenta la infraestructura de datos que la hace posible y cultivar así una sociología, cultura y política de datos en los programas de formación.

#### **IV.2.2. Perspectiva sociológica en los estudios sobre PD**

Los últimos enfoques educativos mencionados en el apartado anterior forman parte de una corriente que estudia al periodismo de datos desde una perspectiva más sociológica. Investigaciones que estudian los hábitos reporteriles, sus prácticas en el uso de las fuentes y normas institucionales (Wihbey, 2017), el impacto de los procesos conmensurables en el PD (Lowrey & Hou, 2018) y el uso de PD como herramienta para incrementar la alfabetización de datos en los profesionales de la información (Vrabec, 2015) son sólo algunos otros ejemplos de esta corriente. Muchos otros estudios prestan atención a aspectos como las prácticas de los reporteros de la era digital (Veglis & Bratsas, 2017), la retrospectiva y prospectiva de los medios en nuestro contexto actual (Yaang, Chen, Zhu & Destech, 2017) y la evolución del PD y sus herramientas (Vállez & Codina, 2018), habiendo también autores que desde esta perspectiva buscan generar nuevas clasificaciones del periodismo de datos (Stalph, 2018), definir nuevas tendencias y prácticas culturales a través del estudio de los metadatos de los dispositivos móviles en el contexto de la evolución de la sociedad red (Rodríguez & Soengas, 2017) y estudiar su sostenibilidad en el futuro próximo (Stalph & Borge-Rey, 2018).

Estas investigaciones parte de la popularización en el mundo académico de una de las tres vertientes que según Fink y Anderson (2015) hacían parte de la agenda investigadora en 2015. Para entonces, estos académicos dividían la investigación en PD de la siguiente manera (Fink & Anderson, 2015:1-2):

La primera vertiente, que durante mucho tiempo ha incluido la mayoría de los estudios en periodismo computacional, se centra fundamentalmente en los periodistas profesionales y apunta hacia preocupaciones prácticas (por ejemplo: Cohen S., Li C., Yang J., et al. 2011; Daniel A, Flew T, & Spurgeon C 2012; Nguyen 2010; Hamilton JT, & F Turner 2009). La segunda vertiente mapea las infraestructuras y espacios que permiten la conexión entre científicos de datos y periodistas, enfocándose en la relación entre el PD y la retórica y estructuras institucionales del movimiento de *software* libre (Lewis, S. C., & Usher, N. 2013), el departamento de tecnología del New York Times (Royal, C. 2010; Weber, W., & Rall, H. 2013), los roles organizacionales de los periodistas de datos en Chicago (Parasie, S., & Dagiral, E. 2012) y la colaboración de prensa pública como infraestructura (Ananny, 2013). Una tercera vertiente recoge históricamente los desarrollos actuales, examinando los vínculos entre el PD y otras formas anteriores de producción noticiosa orientada a los datos como el CAR (Parasie y Dagiral, 2012; Powers 2011).

Como puede observarse, estas 3 vertientes siguen teniendo cierta vigencia en la agenda investigadora actual, aunque el crecimiento de la cantidad de estudios sobre PD en los últimos años tiene más que ver con la proliferación de investigaciones de corte más sociológico, que podríamos ubicar como parte de la segunda vertiente señalada por Fink y Anderson en su estudio. En este sentido han cobrado cada vez más importancia estudios sobre la ética en el ejercicio del PD (Bradshaw, 2014; Craig, Ketterer, & Yousuf, 2017; Shilina, 2017) y sus desafíos (Del Campo Lozano & Chaparro-Domínguez, 2018), así como aquellos que relacionan el PD con: el *big data* (Heer & Kandel, 2012; Lima, 2012; Boellstorff, 2013; Vallance-Jones, 2013; Lewis & Westlund, 2015; Zhi, 2016; 정동우, 2016), la sociedad red (Elías, 2015), las narrativas en redes (Bounegru, Venturini, Gray, J., & Jacomy, 2017) y el código de datos abiertos (Lewis & Usher, 2013; Tunney & Thomas, 2015; Valencia, Becerra & Gutierrez, 2016). En este tipo de estudios ha habido un énfasis especial en el trabajo colaborativo entre periodistas por redes sociales (Heravi & Harrower, 2015, 2016; Appelgren, 2016) y la forma en que estos usan estas redes para influir en la opinión pública (Dubois,

Gruzd y Jacobson, 2018). Son estudios que tienen en cuenta el impacto de la exploración computacional para cambiar formas de pensar (Gynnild, 2014) y en donde podemos observar cambios en prácticas culturales del periodismo ya señaladas por Parasie y Darigal (2013a; 2013b) y Hammond (2017) cuando nos hablan del periodismo de datos y el *big data* en comparación con el CAR de décadas anteriores.

Algunas de estas investigaciones parecieran entremezclar al menos dos de las vertientes señaladas por Fink y Anderson (2015), como los que analizan las implicaciones éticas de las visualizaciones (Cairo, 2014), los aspectos éticos y legales del periodismo de datos en Tartaristán (Doroschuk, Gurianova, y Mantashashvili (2017) o la ética del PD en los códigos de los medios españoles (Díaz-Campo, Chaparro-Domínguez y Segado-Boj, 2016). Sin embargo, en la gran mayoría de estos estudios se puede apreciar como la relación entre periodistas y otros profesionales -como diseñadores, infografistas y programadores- está de alguna manera relacionada con su objeto de estudio, destacando estudios en torno a la relación entre periodistas y hacktivistas (Baack, 2018) y aquellos que, estudiando al *big data* como fenómeno, han llegado a afirmar que este permite las prácticas de PD a través de códigos informáticos compartidos y metodologías de investigación reproducibles por otros agentes culturales y periodistas (Broussard, 2016).

#### **IV.2.3. Visualización de los datos en el PD y su conexión con otras ramas del conocimiento**

Muchos de las investigaciones con una perspectiva más sociológica dentro de los estudios de comunicación y periodismo han partido de una primera oleada de artículo que se centraban en las visualizaciones en el PD y de donde provenían. Estudios que intentan vincular la visualización de comienzos de siglo XX en Estados Unidos con las nuevas visualizaciones del PD (Anderson, 2017), junto con otros que estudian la naturaleza multidisciplinar de



visualización de la información (Do Carmo Botelho, 2017) son consecuencia directa de esta oleada, la cual ha permitido un consenso generalizado en la naturaleza multidisciplinar de la visualización de la información:

“La naturaleza multidisciplinar de la visualización de la información es hoy en día muy consensuada tanto en las comunidades profesionales como las académicas: análisis de datos, diseño de la información, contar historias, entre otros temas, son motivaciones comunes en este campo. El estudio de esta fertilización cruzada, patente en la forma en que se definen los conceptos, varía según la perspectiva adoptada, representando una importante y necesitada contribución a la masa crítica de una relativamente reciente área del conocimiento” (Do Carmo Botelho, 2017:1).

Conceptos de corte sociológico como la fertilización cruzada, que buscan profundizar en realidades que entremezclan perspectivas de diversas áreas del conocimiento, han permeado en el estudio de la visualización de datos del PD -o en otros objetos de estudio en donde la visualización de datos del PD es fundamental- con investigaciones que van desde el análisis de las herramientas que la hacen posible (Wiedeman, Yimam & Biemann, 2018), hasta pesquisas socioeconómicas a partir del uso de estas (Smith, 2016). En este sentido, la percepción de usuarios de la información infográfica interactiva (Burmester, Mast, Tille, & Weber, 2010), la utilización de técnicas de visualización del PD en geolocalización de la información (Sandoval-Martín & Espiritusanto, 2016), trabajos de ciencia espacial geográfica (Brunsdon, 2014; Salovaara, 2016), la visualización de noticias en geografías de conflicto (Corby, 2014) y su relación con la democratización de los datos (Sánchez-Bonvehí & Ribera, 2014) han requerido que los estudios de la visualización en el PD incorporen categorías y conceptos de otros campos del conocimiento. Son investigaciones que han sido acompañadas con estudios preocupados por la necesidad de ayudar desde otras disciplinas al periodismo para la correcta visualización de los datos (Rodríguez & Devezas, 2015; Sidiropoulos, Konstantinidis & Veglis, 2016; Reilly, 2017), y que en los últimos años han señalado a la

visualización y vinculación de datos del PD como el “nuevo orden” en las nuevas empresas periodísticas (Dowd, 2016), lo cual ha complejizado los estudios de los datos noticiosos con perspectivas de muchas otras áreas del conocimiento que usan esta tecnología:

“Al comenzar el siglo XXI, Tim Berners-Lee visionó los datos vinculados, conocidos como Web 3.0, como la base para motores de búsqueda semántica y compartir recursos. Sin embargo, los datos vinculados son utilizados ahora de formas inimaginables, especialmente a lo largo de todas las empresas noticiosas, corporaciones mediáticas y de publicidad. El uso de los datos en la recopilación de información noticiosa también se ha extendido hasta los teléfonos móviles, medios en directo, y vehículos aéreos no tripulados, lo cual se añade a las complejidades y tensiones en los medios y al periodismo contemporáneo” (Dowd, 2016:97)

Algunos estudios han llegado incluso investigar desde una perspectiva cuasi histórica como las visualizaciones interactivas reflejan aspectos sociales particulares, como un trabajo de Dominguez (2013) que analizó las implicaciones de la crisis económica en la producción iconográfica de algunos medios españoles entre 2007 y 2013. De esta forma vemos como uno de los aspectos fundamentales del PD ha sido de las más afectadas por el estudio multidisciplinar para comprender nuevas realidades en el *big data* como fenómeno sociocultural, lo cual está íntimamente ligado a la necesidad de terminologías de corte sociológico para poder abarcar distintos enfoques y generar resultados a partir de ellos.

#### **IV.2.4. La hibridación de distintos campos del conocimiento en la agenda investigadora sobre PD**

La hibridación de distintos campos del conocimiento no es algo exclusivo de la visualización en los estudios sobre periodismo de datos. El artículo “Una ilusión de interactividad: el lado paternalista del periodismo de datos” (Appelgren, 2018) es un perfecto ejemplo de esto cuando asegura que PD es un híbrido con partes de la cultura de la ingeniería y el periodismo:

“los tecnólogos cuestionan elementos paternalistas de diseño, que los periodistas consideran justificados en su toma de decisiones como parte de lo que es periodismo” (Appelgren, 2018:308).

Desde aquellos estudios que buscaban entre los *big data* maneras de darle sentido a la información en el periodismo -tales como la teoría fundamentada como herramienta para buscar narrativas en el PD (Elías, 2014) y el uso de metáforas de glifos de datos meteorológicos para crear historias (Fuchs, Jäckle, Weiler, y Schreck, 2016)-, siempre ha habido una vinculación con otras áreas del conocimiento también afectadas por el *big data* como fenómeno sociocultural, tal como se puede inferir de trabajos como los de García y García (2018) que estudian al PD y el *big data* desde una perspectiva bibliotecológica, así como los que relacionan *big data* y *open data* desde esta misma perspectiva (Zhang, Hua & Yuan, 2018). Una comunicación presentada en el Décimo Tercer Congreso Iberoamericano sobre Inteligencia Artificial IBERAMIA 2012 destacó en este aspecto a comienzos de la presente década, ya que resaltó como las técnicas de periodismo de datos podían utilizarse en el análisis de datos hidrológicos (Molina, 2012). En líneas similares podemos observar investigaciones en torno al uso del PD para el análisis político y electoral (Teruel & Blanco, 2015) y el uso de habilidades del periodismo de datos para campañas políticas digitales (Fuller, 2018).

Muchos de los estudios de este tipo parten de trabajos de campo en países como Suecia (Appelgren y Nygren, 2014; Appelgren, 2014), España (Ferrerías, 2016; La-Rosa & Sandoval-Martín, 2016; Rodríguez & Blanco, 2016), Noruega (Karlsen y Stavelin, 2014), Bélgica (De Maeyer Libert, Domingo, Heinderyckx, & Le Cam, 2015), Canadá (Tabary, Provost y Trottier, 2015; Hermida y Young, 2016), EEUU (Fink y Anderson, 2015), Inglaterra (Borges-Rey, 2016), Reino Unido (Knight, 2015; Borges-Rey, 2017), Nueva Zelanda (Griffin, 2014), Uruguay (Rodríguez, 2016); Australia (Wright & Doyle, 2018), China (Zhang & Feng, 2018),

Corea (임종섭, 2016; 이금희, 2017; 남재일 & 오대영, 2018), La India (Nirmala & Aram, 2018); así como en varios países al mismo tiempo, tales como Brasil y Grecia (Charbonneaux & Gkouskou-Giannakou, 2015), Finlandia, Reino Unido y Argentina (Aitamurto, Sirkkunen, y Lehtonen; 2011), Finlandia, EEUU y Reino Unido (Uskali y Kuutti, 2015), Suecia y España (Appelgren & Salaverría, 2018); España, Finlandia y Estados Unidos (Sandoval-Martín, La-Rosa, 2018); Iberoamerica (Rodríguez-Brito & García-Chico, 2013; Rey, Heravi & Uskali, 2018) y EEUU y España (Cortes del Álamo, Cruz & Elías, 2018). Son investigaciones que de alguna forma incorporan algunas de las tres dimensiones clave en la incorporación de datos en las prácticas del PD que a partir de la teoría de la mediación han sido desarrolladas por Lesage y Hackett (2014): el problema de la escala, el trabajo transparente y el acceso a datos abiertos.

#### **IV.2.5 Hibridación cultural, datos abiertos y valores democráticos en el PD**

Diversidad de enfoques en los estudios sobre PD recogida en libros y compendios como el monográfico “Periodismo de datos” (Blanco Castilla & Quesada, 2016), que han acompañado a gran cantidad de manuales a lo largo de los últimos años (Bounegru, Chambers & Gray, 2012; Crucianelli, 2013; Egawhary y O’Murchu, 2013; Pery, 2016; Davies, 2018), han relacionado al periodismo de datos con valores democráticos. Estudios sobre la percepción por parte del público de los periodistas de datos como promotores de conversaciones democráticas (Boyles & Meyer, 2016) son ejemplo de esto, del mismo modo que estudios que abordaron los vínculos entre las redes sociales, el PD y el activismo que busca la rendición de cuentas en democracia (Casero-Ripollés, & López-Meri, 2015).

Esta vinculación del PD con valores democráticos para mejorar la sociedad ha sido estudiada incorporando una de las mitologías del *big data*, tal y como el título del siguiente estudio indica “Oportunidades y desafíos del periodismo de datos: computación para la humanidad:

información tecnológica para el avance de la sociedad” (McGreor & Halevy, 2014). Sin embargo, no son pocas las investigaciones que confrontan las mitologías del *big data*, como el académico Carlos Elías (2014) en torno a la veracidad que aportan los datos, ya que pueden producirse corrupciones deontológicas que distorsionen deliberadamente la realidad. Es algo McNair y Flew (2016) también trató al afirmar que los datos han llevado a los expertos mediáticos a la interpretación por intuición y que ha llevado a algunos expertos a reclamar un escrutinio más independiente de las noticias (Cushion, Lewis, & Callaghan, 2017) y los algoritmos, aplicaciones y *big data* (Flores, 2018).<sup>6</sup>

En muchos de estos estudios se ha visto también como el acceso a datos abiertos y la participación de activistas mencionada por Appelgren y Nygren (2014) y Radchenko y Sakoyan (2014) son cruciales para el desarrollo del periodismo de datos, en donde la hibridación de distintos perfiles profesionales (Hermida & Young, 2017) se ha manifestado en la creación de equipos multidisciplinares de periodismo de datos. En este contexto de trabajo colaborativo la separación entre técnico y periodista es cada vez menor (Degan, 2013) y tal y como nos afirmaron Parasie y Darigal (2012), la participación en movimientos sociales relacionados con el *software* libre e iniciativas de gobierno abierto de los programadores en las redacciones ha tenido un peso considerable en este proceso de hibridación cultural.

Es así como el peso de la transparencia en el ejercicio del PD ha cobrado cada vez más importancia desde los primeros estudios de Hamilton y Turner (2009) sobre la rendición de cuentas a través de los algoritmos y las implicaciones de las leyes de protección de datos en estos contextos (Rodríguez, 2009). Tesis académicas en distintas universidades que han estudiado la relación de los datos abiertos y el *big data* en el PD (Mariño, 2012) y que ven el *open data* como aspecto fundamental de periodismo de datos (La Rosa, 2015), han ido

---

<sup>6</sup> El artículo de Flores (2018) llega incluso a señalar a este escrutinio como nuevo el paradigma en la enseñanza-aprendizaje del PD, hermanando esta corriente investigativa con la vertiente educativa señalada en apartados anteriores.

acompañado desde entonces a estudios que van desde la rendición de cuentas algorítmica (Diakopoulos, 2015) y el uso de datos abiertos de salud en los EEUU por parte del PD y el mundo académico en general (Das, 2016), hasta el uso de los *open data* para la creación de mashups - aplicaciones web que combinan múltiples servicios en una sola aplicación- (Ekaputra, Novak, Kiesling, Aryan, Do, Trinh y Tjoa, 2018). Son estudios desde los cuales se podría confirmar lo dicho por el académico Carlos Elías (2015) sobre la necesidad de datos abiertos para el ejercicio del periodismo de datos y que ha llevado a varios académicos a estudiar al PD desde la perspectiva de la cultura de la transparencia (Appelgren & Salaverría, 2018).

La importancia de esta vertiente ha sido tal que incluso existen investigaciones que aluden a las habilidades del PD y los *open data* para el empoderamiento ciudadano y cambio social (Gertrudis-Casado, Gétrudix-Barrio y Álvarez-García, 2016; Robayo, Hinojosa & Marin, 2016; Matheus, 2018;), lo que explica que se siga afirmando que la libertad de información y datos abiertos hacen posible el PD (Faini y Palmirani, 2016) y la rendición de cuentas digital (Felle, 2016). De allí parten investigaciones recientes, como una que estudia al PD como herramienta de diseminación y promoción de datos abiertos en Brasil (Matheus, Ribeiro & Vaz, 2018), en un intento por mejorar la calidad democrática.

## CAPÍTULO V

### RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

#### V.1. El periodismo de datos es, ante todo, periodismo: valores periodísticos en el PD

Una de las primeras cosas que han destacado todos los periodistas de datos españoles en las entrevistas es que el periodismo de datos es, ante todo, periodismo. Sin el periodismo tan solo quedarían técnicas de recopilación, sistematización y análisis de grandes cantidades de datos y sus correspondientes visualizaciones. No existiría relación alguna entre estas técnicas y los valores intrínsecos del periodismo. Frank Belyeu, editor del CEPID, aseguró que PD es periodismo en profundidad, diferenciándolo en todo caso del periodismo de investigación (PI) y del periodismo de precisión a partir del método, pero “al final todo [PD, PI y PP] es hacer periodismo en profundidad, es investigar”. En este sentido, todos los entrevistados hicieron numerosas alusiones a valores intrínsecos del periodismo, resaltando como el PD ha reforzado estos valores.

Para Adrián Blanco, de *Elconfidencial.com*, “el PD ha incorporado mucho más rigor al periodismo (...), más exactitud y permite hacer otro tipo de artículos e investigaciones que antes no podías demostrar”, un rigor que la periodista de datos de *El Mundo*, Paula Guisado, relaciona con la exigencia de verificación de hechos, asegurando que “el buen PD replica los buenos valores y las buenas costumbres del periodismo en general”. En el caso de Belén Picazo, de *Eldiario.es*, es un rigor directamente relacionado con las nuevas tecnologías: “ahora hay mejoras tecnológicas, con lo cual [el PD] puede ser más riguroso”. Es un punto de vista compartido por su colega de *Eldiario.es*, David Ruiz, ya que resaltó que en el periodismo de datos “es algo que se ha hecho siempre: indagar en los datos y las fuentes,

analizar. Lo que pasa es que ahora tenemos muchas mejores herramientas, tenemos mucha más experiencia que antes”.

Otro de los puntos destacados por varios de los entrevistados fue la necesidad de verificar la información. De hecho, Adrián Blanco señaló que si “tienes unos datos que son tangibles, que se supone que vienen de una fuente y das por sentado que son verídicos ... muchas veces no lo son”, y el PD ayuda a verificar esto. Tal como señaló Paula Guisado, el PD “incluye aspectos positivos como la exigencia del *fact-checking*, pues en el trabajo con datos es fundamental la revisión del proceso”.

Esta rigurosidad y verificación de hechos del PD ha sido asociada en algunos casos con otras formas de periodismo anteriores. Para Belén Picazo, “antes [PD] era periodismo de investigación”, mientras que David Ruiz puntualizó que entre PD y otras formas anteriores de periodismo “no hay un cambio tan radical en el propio concepto, en los valores, sino en la forma de ejecutarse, en cómo podemos acceder a datos que antes era imposible y a cómo podemos trabajarlos, procesarlos y sacar de ellos mucho más”. Para Frank Belyeu este rigor y verificación del PD podría asociarse más a la exactitud del PP que a la profundidad del PI, diferenciando estas tres formas de hacer periodismo en su método: “PD, PP y PI no son siempre lo mismo, ya que cambian en la metodología. El PD usa métodos parecidos al del PP, de las ciencias sociales, de forma más sistemática que el PI”. De esta forma, el editor del CEPID considera que el periodismo de precisión tiene una metodología más sistemática que el periodismo de investigación, lo cual lo acerca más al periodismo de datos, aunque considere a estas tres ramas “periodismo en profundidad”.

### **V.1.1. Valores periodísticos y herramientas tecnológicas**

El binomio periodismo y tecnología es una constante a lo largo de todas las entrevistas. Cuando el desarrollador de la unidad de datos de *Eldiario.es*, David Ruiz, aseguró que el



periodismo de datos se basa en el uso de herramientas tecnológicas para hacer periodismo, lo hizo afirmando que “el periodismo siempre tiene que estar ahí”, para asegurarse de la veracidad de los datos y “para ir más allá cuando hace falta”. Ruiz relacionó estas capacidades técnicas con los valores periodísticos tradicionales y destacó que “PD es buscar, indagar en informaciones para añadir un contenido que sea objetivo”. Para Javier Galán, del CEPID, el PD es el periodismo que hace uso de herramientas informáticas para tratar datos, lo cual está íntimamente relacionado con la accesibilidad de herramientas tecnológicas por parte del periodista. Según el coordinador de El Mundo Data, Hugo Garrido, el PD se ha “popularizado” gracias a la democratización tecnológica de los últimos tiempos, es decir, gracias al “acceso a ciertas herramientas tecnológicas que facilitaban el acceso a grandes cantidades de datos y a visualizarlas”. Es una visión del PD que, además, toma muy en cuenta el trabajo colaborativo de la comunidad hacker, tal y como destacó Frank Belyeu:

“Periodismo de datos es aprovechar eso, todas las herramientas que se van creando cada vez más con la comunidad de hackers y juntar, la perspectiva periodística con conocimientos técnicos para sacar un producto periodístico más riguroso, más preciso, mejor”.

## **V.2. Perfil del periodista de datos**

Cuando los periodistas de datos españoles hablaron del perfil del periodista de datos, destacaron nuevamente el interés por la profesión periodística y habilidades técnicas que un periodista tradicional no suele tener. Frank Belyeu consideró que la formación de un periodista de datos puede ser cualquiera: “que tenga una motivación periodística y esté interesado por la tecnología”, mientras que Hugo Garrido señaló que “el ideal sería que tuviera conocimientos de programación”. Este periodista de datos de *El Mundo* incluso llegó a especificar una serie de habilidades “básicas” que deberían formar parte del perfil del periodista de datos: “1- El manejo de la tecnología, 2- no tener miedo a los números, 3- tener

conocimientos básicos de estadísticas, y 4- manejarse bien con matemáticas”. Para David Ruiz, la interrelación periodista-técnico es la esencia de un periodista de datos, en donde la capacidad de trabajar con herramientas técnicas desde internet es un fundamental:

“Lo más importante del perfil del periodista de datos es que esté acostumbrado a trabajar con herramientas online, moverse con información y saber trabajarla de una forma ágil y flexible, o sea, que estar preparado para aceptar cualquier tipo de información y saber convertirla en algo que sea interesante para el público, para los lectores”.

Las herramientas básicas de un periodista de datos fueron expuestas por Paula Guisado como una forma de diferenciar este perfil con aquel del periodista tradicional: “un periodista de datos es un periodista capaz de utilizar unas herramientas poco comunes en el periodismo tradicional (Excel, los datos, la estadística) que le permiten enfrentarse a la información de una forma distinta”. Es así como para esta periodista de *El Mundo* el perfil del periodista de datos se define en función de lo que considera “periodismo tradicional”, algo muy recurrente a lo largo de las entrevistas con todos los entrevistados de la muestra. En este sentido, Adrián Blanco hizo una analogía entre la forma de tratar con las fuentes del periodista tradicional y la manera en que el periodista de datos se relaciona con estas a través del análisis de bases de datos:

“Un periodista de datos se diferencia en muchas cosas del tradicional: este último usa el teléfono para llamar a sus fuentes y escribir. Pero este año [2015] y cada vez más se busca un perfil mixto: periodista que sepa programar. Más enfocado a un periodista programador o analista de datos, un perfil más completo del habitual”.

El uso de bases de datos y la capacidad de analizarlas para generar historias de interés noticioso es uno de los aspectos fundamentales del perfil del periodista de datos según todos los entrevistados. En el caso de Belén Picazo, comparó la capacidad de analizar bases de datos con el periodismo de investigación, enfatizando la capacidad técnica que debe poseer el

periodista de datos en programación y diseño: “PD es PI, porque a partir de una base de datos se sacan noticias, cosas que no se sabían antes. El periodista de datos tiene que tener nociones de periodismo (imprescindible) y no tan básicas de desarrollo web, a saber, lenguaje de programación y diseño”. Estas habilidades básicas fueron reiteradas por Jesús Escudero cuando aseguró que “un periodista de datos debe tener al menos dos de las características de las que hablamos antes: programación o visualización. Poder graficar apropiadamente información, aunque no muy complejas”. De esta manera, a las capacidades técnicas de tratar con hojas de cálculo y bases de datos y conocer algún lenguaje de programación, al perfil del periodista de datos se le suma conocimientos básicos de diseño y el uso de herramientas de visualización de datos. Desde el CEPID, Javier Galán lo resumió de manera muy concreta: “Soy periodista de datos: me considero capaz de analizar bases de datos y visualizarlas”.

Como puede observarse, según lo dicho por todos los periodistas de datos españoles, el perfil mixto de un periodista de datos requiere habilidades del PI, tratamiento y análisis de datos por medio de hojas de cálculo como Excel o bases de datos más complejas, conocimientos básicos de estadística, desarrollo web y diseño, capacidad de visualizar datos por medios de herramientas online y conocer algún lenguaje de programación. Sin embargo, que un solo periodista cumpla todas y cada una de las habilidades técnicas descritas en este perfil del periodista de datos no es nada común. De hecho, los periodistas de datos españoles entrevistados sólo cumplen con algunas de estas características técnicas y suelen trabajar en equipos con otros periodistas con habilidades complementarias a las suyas, alcanzando así a través del trabajo colaborativo lo que podría realizar el perfil ideal del periodista de datos. En este sentido, en el trabajo diario de los periodistas de datos entrevistados, la habilidad técnica más importante es el saber trabajar con datos susceptibles de estructurar y analizar:

“Lo que nos diferencia a los periodistas de datos del resto de periodistas de la redacción es que nos hemos formado en el trabajo con datos y lo realizamos habitualmente. En este

sentido, cualquier periodista de cualquier sección que decidiera formarse en el trabajo con datos y lo llevara a cabo en su ámbito sería un periodista de datos” (Paula Guisado).

Para Adrián Blanco, en *Elconfidencial.com* hay tres periodistas de datos: “somos tres periodistas con bases de programación y de bases de datos”, mientras que Paula Guisado se considera periodista de datos porque es “periodista y trabaja con datos (...) hago el trabajo de buscar, analizar datos y pensar en la forma de organizar la información en un gráfico cuando es necesario”. Es así como a pesar de la improbabilidad de que un solo periodista abarque todas las características del perfil ideal de periodista de datos, se deben dominar unos mínimos para saber tratar con datos -estructuración y análisis- y poder visualizarlos. Para Belén Picazo hay muchos tipos de periodistas de datos:

“Un periodista de datos es un periodista que tiene que tener cualidades más allá del periodismo. Yo sé programar lo justo y tengo nociones básicas de diseño: gran parte del trabajo que hago es de diseño. Hay muchos tipos de periodistas de datos: quienes analizan, quienes procesan, quienes visualizan, etc...”

De esta manera vemos como en el PD español hay una división del trabajo en al menos tres puntos: procesamiento de datos (programación y manejo de hojas de cálculo), análisis de datos (uso de hojas de cálculo y nociones matemáticas para su interpretación) y visualización de datos (diseño). Esta división del trabajo nos habla de que después de cumplir con unos requisitos mínimos, el perfil del periodista de datos suele abarcar características técnicas que lo especialicen en uno de los tres puntos mencionados para trabajar en equipo con otras profesiones técnicas o periodistas de datos especializados en otros de los puntos mencionados.

### **V.3. La necesidad de equipos multidisciplinarios en el PD**

En el PD español se produce la imposibilidad técnica de que un solo periodista abarque completamente todos los aspectos fundamentales del proceso de producción noticiosa. Es

decir, no existe una sola persona que contenga todos los aspectos del perfil mixto ideal de un periodista de datos. Ello ha originado que esta disciplina se organice en unidades de datos o equipos de periodismo de datos, en donde cada periodista desarrolla una parte del proceso. Este hecho y la organización de equipos multidisciplinares fue mencionado por Jesús Escudero:

“Es muy difícil que en el PD una persona cumpla con todo el perfil: suele ser un equipo multidisciplinar con varios perfiles. Como mínimo se necesitan tres personas para conformar una unidad de datos: un periodista, un programador y un diseñador. El periodista tiene el olfato periodístico y sabe qué información puede tener el interés público y como conseguirla, el programador es importante para ver si esa información está estructurada en la web por medio del *escrapeo* de datos y luego también en un segundo paso para visualizarla, y un diseñador también para visualizar esa información, porque el periodista está muy ligado al texto”. (Jesús Escudero)

La organización del trabajo según el proceso de producción periodística ha sido una realidad en todos los medios y colectivos entrevistados, en donde el trabajo colaborativo es fundamental. En medios más grandes, como *El Mundo*, esta colaboración se enfoca más entre miembros del propio equipo que luego colaboran con el resto de las secciones. Para Paula Guisado, “en *El Mundo* tenemos la suerte de contar con una unidad de datos compuesta por tres periodistas de datos y un desarrollador... está conformada por el jefe, con un perfil mixto de periodista e informático, dos periodistas de datos y un programador”. En el caso de *Eldiario.es*, al ser un medio más pequeño, la colaboración entre quienes hacen PD es más transversal en relación con el resto de la redacción. Según Belén Picazo, “en *Eldiario.es* somos dos personas, aunque luego hay más gente que colabora y que ayuda de las distintas secciones. Hay gente que se dedica a la visualización otros a analizar los datos, otros a buscar noticias dentro de esos datos, a redactar textos”. En el caso de *Elconfidencial.com*, más grande que *Eldiario.es* y más pequeño que *El Mundo*, la unidad de datos está en constante

colaboración con los miembros de Elconfidencial.lab -del cual forman parte- y las distintas secciones del medio. Según Adrián Banco, cada periodista de datos de su equipo tiene roles asignados según su especialización: “tenemos perfiles similares, pero cada uno está especializado en una cosa y luego hay un programador también. Es decir, somos cuatro en el día a día de la unidad de datos. Tenemos un trabajo bastante organizado con roles asignados”. Como puede observarse, las colaboraciones en *El Mundo*, *Eldiario.es* y *Elconfidencial.com* tienden a realizarse según las fortalezas de cada periodista de datos, destacando la labor del desarrollador o programador dentro del equipo.

Al no pertenecer el CEPID a ningún tipo de estructura mediática más grande y vertical, los distintos perfiles del equipo complementan perfectamente cada uno de los procesos de producción noticiosa en el PD, ya que son tres periodistas, dos programadores y un diseñador. Javier Galán nos explica que “los periodistas idean, se apoyan en los programadores y el aspecto gráfico lo incorpora el diseñador”. A primera vista se ve como estos emprendedores pudieron representar, al menos a nivel de estructura, el ideal de un equipo de PD. El tener al menos un especialista en cada uno de los procesos de producción noticiosa es algo que el coordinador de El Mundo Data, Hugo Garrido, echó en falta en su equipo: “tuvimos un equipo pleno hasta finales de junio, luego se aplicó una interregulación de empleo y echaron a unas de las personas del equipo justo en los perfiles que eran más diferenciados”. El perfil más diferenciado al que se refirió Garrido es el diseñador o infografista, encargado de la visualización de datos y perfil clave para la mejor comunicación de la información creada por los periodistas de datos. Este perfil, junto con el del periodista-programador, es una de las piezas clave a la hora de impulsar el PD en España según Frank Belyeu. El editor de uno de los equipos de PD más completos de la muestra dijo claramente que para 2015, entre los problemas para el correcto desarrollo del PD en España estaba que las redacciones no habían conseguido traer a los perfiles mixtos de diseñadores gráficos y programadores “que se

dediquen igual que los periodistas a hacer información”. Con esto hacía una clara alusión a la incorporación de estos perfiles mixtos en el día a día de las redacciones.

### **V.3.1. Estructura y dinámica de los equipos de PD**

Todos los equipos retratados durante las entrevistas trabajan de forma independiente, de manera más o menos transversal, con temas de actualidad y sin presiones derivadas de la línea editorial en el caso de los medios. Sin embargo, en este último caso la flexibilidad del trabajo transversal que realizan se puede ver afectada por el nivel de verticalidad de la organización a la que se circunscriben, lo cual suele ser directamente proporcional al tamaño de esta. En este sentido, a pesar de que los temas de periodismo de datos en sus medios surgen a partir del interés de la unidad de datos y de las secciones, todos estos equipos de PD apoyan en el día a día a las secciones de la redacción cuando estas lo requieren, lo cual suele ocurrir con visualizaciones, estructuración y análisis de datos. En el caso de los medios nativos digitales, hay reciprocidad en la ayuda según su tamaño. En *Eldiario.es* el equipo de PD suele recurrir a las secciones cuando se ven desbordados en sus proyectos, tal y como ha señalado David Ruiz:

“Al día a día, va saliendo un proyecto de periodismo de datos, algo menor: una visualización, algún mapa. Se intenta sacar en el proceso de *Eldiario.es*. Pero cuando queremos sacar algo con un poquito más de chicha, tenemos que recurrir al resto de la gente para conseguir sacar un poco más de capacidad de trabajo”.

Belén Picazo, refiriéndose al equipo de PD como *el Lab* y su colaboración con el resto de las secciones del medio, aseguró que las ideas “no surgen sólo de El Lab, no somos sólo un departamento: se arrima gente de todas las secciones para investigar, para hacer cosas: estamos bastante apoyados por todas las secciones que conforman *Eldiario.es*”. Por su parte, la unidad de datos de *Elconfidencial.com* apoya al resto de las secciones en el día a día según

el tipo de información estructurada por las secciones. Según Jesús Escudero, en la unidad de datos “podemos encargarnos de la recopilación de los datos o sólo de la visualización cuando ya la sección tiene la información estructurada: es en función del proyecto o la noticia”. A su vez, tal y como asegura Adrián Blanco, esta unidad se apoya en Elconfidencial.lab cuando elaboran cierto tipo de productos sin perder su independencia como departamento: “somos independientes de la redacción, pero esta nos usa cuando necesita análisis de bases de datos. Es una doble vía: gráficos y bases de datos. Con el lab desarrollamos productos mucho más complejos”.

Una característica de todas las unidades de datos de los medios españoles de la muestra es que, a la colaboración con las distintas secciones, se añade una agenda propia que mantiene la producción independiente de la unidad. Además, todas son itinerantes dentro de la estructura de su organización. Incluso El Mundo Data colabora con las distintas secciones según los requerimientos de estas, aunque debido a la verticalidad de la gran estructura de este medio, no se ve apoyada por las mismas como en el caso de *Eldiario.es*. Por otro lado, al no tener *El Mundo* un laboratorio de innovación no tiene a quién acudir dentro del medio para apoyarse en la realización de productos más complejos, tal como hace *Elconfidencial.com*. La verticalidad de la estructura de *El Mundo*, a diferencia de la estructura de los otros dos medios digitales, le da un peso mayor a la unidireccionalidad desde las secciones a la unidad de datos, por lo que la transversalidad del equipo incluso en la elección de temas puede estar supeditada a la confirmación de los jefes de sección:

“Proponemos temas, te vas por afinidad a los temas que más te gustan y vas pensando en la actualidad. Si quiero trabajar por dos meses tengo que buscar una efeméride o algo para ir trabajado esa información... a veces te dan el tema” (Hugo Garrido)

Sin embargo y precisamente por su gran tamaño y recorrido, *El Mundo* participa desde finales de 2015 en la red europea de colaboraciones en periodismo en profundidad *European*



*Investigative Collaborations* (EIC por sus siglas en inglés), al cual suele asignar siempre a un periodista de datos de El Mundo Data. Esto suele afectar la producción periodística de piezas de PD en el día a día, pero beneficia los productos de mediano y largo plazo que fijan en la agenda de forma independiente.

Por su parte, al ser –en el momento de la entrevista- el CEPID un organismo independiente de periodismo de investigación y datos no tiene ningún problema de verticalidad en su estructura. Son pocos y trabajan juntos, de manera totalmente transversal, cobran por proyecto y son inmunes a lo que su editor, Frank Belyeu, denominó la coacción a los medios por “el poder económico: “intereses económicos de los bancos, de la publicidad”. Sin embargo, las piezas de PD no son su principal fuente de ingreso: “la principal forma de ingreso es la formación” (Javier Galán).

#### **V.4. El futuro del PD español en la estructura y dinámica de los medios de comunicación**

El coordinador de El Mundo Data, Hugo Garrido, destacó que el futuro del periodismo de datos en España es incierto y apeló a los escasos ejemplos de equipos de PD existentes. Concretamente, en su medio “la situación es un poco incierta por las dinámicas de la empresa y el accionariado de la institución”. De hecho, desde el nacimiento de El Mundo Data y hasta el momento de la entrevista, *El Mundo* había tenido ya tres directores distintos debido a esta relación de fuerzas entre el accionariado y la empresa. Según Garrido, cada director venía con una agenda propia y proyectos a tomar en consideración, cambiando las relaciones e inercia de trabajo de toda la plantilla y, sobre todo, de la unidad de datos: “no todos estaban al tanto de los beneficios y funcionamiento óptimo de El Mundo Data”. Esta situación del PD en grandes organizaciones con estructuras verticales señalada por Garrido concuerda con lo dicho por Frank Belyeu en torno a lo poco que se practica el periodismo de datos en las redacciones: “todavía cuesta creérselo en ciertas instancias de los periódicos, en las

estructuras de toda la vida”. En este sentido, Adrián Blanco afirmó que el PD español “tiene mucho margen de mejora y de que se amplíe”, en referencia a los pocos medios españoles con unidades de datos.

Este futuro incierto del PD en España en relación con la situación actual en la estructura y dinámica de los medios de comunicación no sólo es una realidad en grandes instituciones de toda la vida, sino también en medios nativos digitales. En el caso de *Elconfidencial.com*, Jesús Escudero afirmó: “el periodismo de datos en España está en un estado incipiente: nosotros somos la primera unidad de datos de España y tenemos sólo dos años, con lo que podemos decir que no estamos desarrollados totalmente”, cita que tiene que entenderse en el contexto del momento en que fueron llevadas a cabo las entrevistas. Por su parte, desde *Eldiario.es* Belén Picazo aseguró que en España “ahora mismo [2015] se está haciendo en PD lo que se puede, pero creo que será de mayor calidad y por supuesto, mayores medios dedicarán su esfuerzo económico a cubrirlo”.

Todos los entrevistados aseguraron que para mejorar el estado del periodismo de datos español la mayoría de los medios tendrían que apostar por él. Todos destacaron el trabajo de PD realizado fuera de los medios de comunicación, tal como el de las organizaciones activistas CIVIO y OpenKratio, el colectivo de emprendedores Outliers Collective y los proyectos específicos financiados como *TheMigrantsfiles.com*. En este sentido, Javier Galán afirmó que el grupo de periodismo de datos en España es un grupo reducido en el que el contacto entre sus miembros es constante y que, “con algo de retraso con respecto a los grupos pequeños, los medios de comunicación han comenzado a crear unidades de datos. Sin embargo, tal como comentó el coordinador de El Mundo Data y antiguo miembro de CIVIO, Hugo Garrido, en 2016 *El Mundo* despedía a unos de los perfiles más diferenciados del equipo de PD y el nativo digital *El Español* cerraba su unidad de datos, por lo que la apuesta

por crear unidades de periodismo de datos en los medios de comunicación se ha mantenido incierta.

Otro problema destacado por Frank Belyeu del periodismo de datos en la estructura y dinámica de los medios de comunicación tradicionales, es que este no puede caer en el trasvase de tareas diarias, que sirva para todo, como un periodista orquesta: “no le puedes pedir al periodista de datos que haga una información diaria. Eso puede ser un problema en el que caiga el PD”. Jesús Escudero aseguró que las principales dificultades para ejercer el periodismo de datos es el tiempo: “como mínimo un reportaje rápido nos toma dos días”. Por su parte, David Ruiz recalcó que en el día a día realiza proyectos de PD menores: “una visualización, un mapa”, pero cuando “se quiere sacar algo más complejo se tiene que recurrir al resto de la redacción”. Es decir, existen dificultades para incorporar las piezas de PD en el día a día de un medio de comunicación, aunque este sea un medio nativo digital.

Para Adrián Blanco, una de estas dificultades relacionadas con los criterios de trabajo impuestos en las redacciones se presenta en la elección de temas: “muchas veces los propios periódicos no apuestan por ciertos temas de periodismo de datos que yo considero tienen más importancia que otro tipo de temas del día a día”. Según todos los entrevistados, la mayoría de estas dificultades vienen dadas por la inmediatez que te exige el medio de comunicación al tratar con temas de actualidad. Blanco relaciona estas dificultades a dos hechos concretos: 1- las pocas unidades de datos que hay en España y 2- su tamaño respecto al resto de la organización a las que pertenecen: “En España hay periodismo de datos en *Elconfidencial.com*, *Eldiario.es* y *El Mundo*, pero son unidades muy pequeñas con respecto al global de la organización, un porcentaje muy pequeño”. Todo esto deriva tanto en la imposición de temas por parte las secciones como en la inversión de tiempo en la realización de piezas periodísticas que no forman parte la unidad de datos, lo cual deja muy poco tiempo para la realización de piezas de PD.

De todas las organizaciones de la muestra, la única que no se veía afectada por este tipo de problemas fue el CEPID, ya que la forma de trabajar de este colectivo es por proyectos y no responde ante secciones que forman parte de una estructura más grande.

### **V.5. El PD español está en un estado incipiente**

La mayoría de los entrevistados relacionan las dificultades para el ejercicio del periodismo de datos en España con su incipiente estado y lo comparan con el de otras latitudes, especialmente con el del mundo anglosajón. El editor del CEPID, Frank Belyeu, destacó la existencia de un PD de calidad en EEUU que puede financiarse de forma filantrópica sin necesidad de pertenecer a ninguna estructura mediática tradicional:

“Hay claros ejemplos de que el PD se financia con organizaciones filantrópicas desinteresadas, como el de los ganadores del Pulitzer *Propublica*. Con ellos siempre me inspiro: tienen una financiación totalmente filantrópica y realizan el periodismo de investigación de mayor calidad de todo EEUU. Hay ejemplos, aunque de momento no en España. Tal vez porque no haya un medio como *Propublica*, pero si ha pasado en EEUU”.

A lo largo de las entrevistas con los miembros del CEPID se vio que el modelo de *Propublica* efectivamente ha sido su inspiración, aunque sin la retribución económica filantrópica que ha permitido a *Propublica* continuar con su propuesta hasta nuestros días. Tomando en consideración que Javier Galán ha dicho que la principal fuente de ingreso del CEPID fue la formación y que en relación con las piezas de PD han “trabajado a veces por cero euros y en otras por grandes cantidades, la falta de viabilidad económica de proyectos de periodismo de datos en el CEPID es otro de los motivos del estado incipiente de esta disciplina, según estos periodistas de datos. En este sentido el desarrollador de *Eldiario.es*, David Ruiz, aseguró que “hay que buscar la repercusión económica al ejercer el PD”. En cuanto a la posibilidad de un periodismo *freelance* en España, su compañera de plantilla, Belén Picazo, se hacía la

siguiente pregunta: “¿cuánto te pueden llegar a pagar por una pieza de PD como la que yo he estado trabajando todo un mes?”. Picazo comparte con la periodista de El Mundo Data, Paula Guisado, su visión de un mejor PD en España con la inclusión de esta disciplina en las redacciones. Según Guisado, el estado incipiente del PD español mejorará en un futuro:

“El periodismo de datos en España se encuentra en un estado incipiente, en el que ya empieza a consolidarse en algunos medios, otros medios comienzan a iniciarse y algunos aún no han tomado la iniciativa. Sin embargo, creo que el periodismo de datos ha llegado al panorama mediático español para quedarse”.

El factor económico de los medios de comunicación españoles juega en contra del estado del PD y su futuro, ya que muchos periodistas de datos con perfiles mixtos han tenido que emigrar para poder ejercer correctamente esta disciplina. En torno a este hecho, Picazo aseguró lo siguiente: “me gustaría creer que el futuro del PD en España es bueno, aunque los mejores periodistas de toda la vida que se han dedicado a esto al final se han tenido que ir fuera porque aquí o han perdido el trabajo o no les dejan hacer lo que quieren”.

Otro punto que juega en contra del estado del periodismo de datos es su grado de innovación, ya que las piezas de PD más punteras en España son vistas por sus mismos creadores como un trabajo poco innovador si se le compara con trabajos realizados en otras latitudes. Según Jesús Escudero, “el periodismo de datos en España está en un estado incipiente” y aunque “todavía seguimos yendo hacia adelante haciendo cosas que en España es innovador, en otros medios [extranjeros] se han hecho dos o tres años atrás”. Este periodista de datos de *Elconfidencial.com* se refiere al Prometómetro, una base de datos hecha por su unidad de datos en *Elconfidencial.com* que recoge todas las promesas económicas electorales de los partidos políticos susceptibles de cuantificación. Escudero destacó que este reportaje de datos “está basado en lo que hizo *The Guardian* en la versión australiana de hace dos años. Con lo cual todavía estamos creciendo y somos incipientes”. Esta comparación con otros países es un

punto común en casi todas las entrevistas. Frank Belyeu aseguró que aún queda muchísimo recorrido en el PD español: “ahora está como por lo menos cinco años por detrás de Estados Unidos”. En este caso, Belyeu abogó por una diferenciación del PD español con respecto al de EEUU: “lamentablemente en España no vamos a innovar, vamos a seguir los pasos de Estados Unidos. Ellos van muy por delante y les seguiremos los pasos. Estaría bien que consiguiésemos diferenciarnos, hacer algo innovador, estaría de lujo”.

En este punto el editor del CEPID relacionó la financiación de los proyectos con el grado de innovación en el periodismo de datos. Después de asegurar que en España “estamos acostumbrados al todo gratis”, destacó la diferencia cultural española con respecto a otras latitudes cuando afirmó que “si el *crowdfunding* se hace en otras partes del mundo, pues entonces se hace aquí”. A pesar de esto, Belyeu mostró un matiz algo optimista cuando aseguró que en 2015 estábamos en su momento culmen con la creación en los medios generalistas de la sección de PD: “este es el año, está empezando todo ahora”. Esto concuerda con las aseveraciones hechas en 2016 por el coordinador de El Mundo Data, Hugo Garrido, cuando habló del estado incipiente del PD español y el estancamiento de su primer impulso: “en los medios digitales hubo más o menos un boom y la cosa ya no está muy bien”.

A lo largo de la mayoría de las entrevistas se vio que la comparación con el PD del mundo anglosajón tiene al menos dos constantes: 1- la financiación de los proyectos y 2- la falta de innovación periodística. Ambas se utilizaron para señalar que el PD español está en un estado incipiente.

## **V.6. Cultura de la transparencia: el problema de acceder a información pública en España**

La relación *open data* y PD ha sido uno de los condicionantes más señalados por los periodistas de la muestra como causa directa de la falta de innovación y menor calidad

periodística en el proceso de producción noticiosa del PD español. Después de afirmar que el *open data* está mucho más desarrollado en otros países, como es el caso de Chile, Jesús Escudero destacó piezas periodísticas producto del “análisis de datos de más de 300.000 registros públicos” en EEUU y Reino Unido, comparándolas con piezas hechas en España. Seguidamente, afirmó lo siguiente: “no creo que hayamos llegado a ese punto de que en el PD en España se hayan publicado grandes investigaciones. Queda mucho por recorrer, estamos muy lejos de medios anglosajones como *The Washington Post* y *The Guardian*”.

Del mismo modo, la mayoría de los entrevistados relacionaron las lagunas temáticas en el PD español con la falta de información pública. Paula Guisado, de El Mundo Data, afirmó que “el acceso a los datos es a menudo un problema a la hora de abordar un tema”, mientras que el director del CEPID, Frank Belyeu, aseguró que en España “el periodismo de datos tiene lagunas por la falta de datos: no creo que las haya por su parte. España está muy retrasado con esto”. De esta manera se volvió a posicionar al PD español por detrás del practicado en otras partes del mundo. Según la periodista de datos de *Eldiario.es*, Belén Picazo, “Sí hay lagunas en el PD, pero no en su tratamiento sino en la oferta de información. Hay cosas que no se pueden investigar porque no hay ninguna base de datos ni ninguna fuente que publique esa información”.

En este sentido los periodistas de datos destacaron varias “lagunas temáticas” debido a un problema de acceso a los datos públicos, como por ejemplo en los casos de la educación pública en relación con la iglesia católica, la relación Iglesia-Estado en España, el gasto militar o uso de dinero público por parte de las instituciones militares españolas, así como en el acceso a los datos de la renta y declaración de bienes de los diputados del congreso. En torno a la información sobre los gastos del Estado con la Iglesia, Frank Belyeu se preguntó: “¿hasta que punto el Estado es laico?”. Para Belén Picazo, las lagunas en la relación Iglesia-Estado pueden observarse al investigar la educación concertada:

“Cuando hicimos lo de los colegios concertados en el MediaLab investigamos con la información que ofrece el Ministerio de Educación, que es básicamente nula (...) el tema de la iglesia yo creo que no es complejo, sino lo siguiente: la iglesia no da información, con lo cual no es lo mismo acceder a un colegio concertado que acceder directamente a la iglesia”.

El editor del CEPID, Frank Belyeu, esperaba cierta mejoría con la Ley de Transparencia, “pero hay lagunas: por ejemplo, el ejército. Se escudan por la seguridad y tienen entonces motivos para negar una petición de información. Esto le resta a la investigación”.

Otra de las dificultades para acceder a información pública según varios de los entrevistados son los portales en donde aparece publicada. David Ruiz afirmó que “hay datos que no están donde deberían estar”. Además, la mayoría de los datos no están estructurados en una base de datos uniforme que facilite el trabajar con ellos. El coordinador de El Mundo Data, Hugo Garrido, lo comentó cuando explicaba una de las piezas de PD más completas y difíciles de realizar hecha por su unidad de datos:

“A nivel de trabajar con un volumen masivo, un proyecto que empezamos en marzo y seguimos con él: la declaración de bienes, renta y actividades de los parlamentarios. Me interesaba porque vengo de CIVIO y tengo una vena más activista. Luego también hemos tenido una etapa muy convulsa donde la transparencia estaba en la boca de todos y nos topamos con el problema de transparencia en España: un pdf escaneado... tuvimos que volcar la información una por una en una base de datos. Es una labor de sistematización que no está haciendo el Congreso. Luego te das cuenta de que nadie supervisa aquello”.

Belén Picazo destacó esta dificultad técnica como signo de opacidad o falta de transparencia por parte del gobierno cuando aseguró que en España no hay “ningún tipo de gobierno abierto ni de datos que realmente sean importantes”. A lo largo de su entrevista, esta periodista también hizo referencia a la declaración de bienes del Congreso como un ejemplo de opacidad institucional:



“La declaración de bienes de los diputados del congreso es vergonzosa: no puedes hacer un OCR porque no siguen las mismas normas, hay algunos que declaran una cosa y otra no, hay otros que declaran todo y otros que no declaran nada. El PD se hace de una fuente en la que te están ofreciendo PDF que nada tiene que ver lo uno con lo otro: no son abiertos y dicen que lo son”.

Según estos periodistas de datos, la sistematización de datos no estructurados es un trabajo que lleva mucho tiempo y que, al ser datos públicos, no es algo de lo que se tendría que ocupar el periodista: deberían estar totalmente abiertos. Esto concuerda con lo dicho por el periodista de datos de *Elconfidencial.com*, Adrián Blanco, cuando aseguró que la investigación periodística está por encima de las filtraciones en el PD: “idealmente se usan más las bases de datos públicas y se crean más bases de datos propias a partir de información pública que de filtraciones”. Sin embargo y debido a la opacidad institucional, este no es el caso del periodismo de datos en España. Frank Belyeu aseguró que “hay muchísimo más periodismo de filtración que PD en España” y que así, “pierde calidad el periodismo: la información filtrada siempre va a ser interesada”. Su compañero del CEPID, Javier Galán, tiene una opinión similar cuando asegura que “los asuntos que más repercusión han tenido en los medios se han nutrido de filtraciones”, aunque “la gran mayoría de los artículos de PD se basan en la investigación del periodista u observación de qué datos publican los poderes públicos”. En España, tal y como lo afirmó Picazo explícitamente, en el *open data* del gobierno español “se publican cosas obvias que al final lo que están haciendo es dificultar el trabajo del periodista de datos”, por lo que en el PD español han tenido más peso las filtraciones que las investigaciones basadas en datos públicos gracias a la falta de oferta de información pública.

### V.6.1. Incumplimiento e insuficiencia de la Ley de Transparencia

A partir de las respuestas de casi todos los entrevistados, la Ley de Transparencia y el portal de transparencia del gobierno no ayudan lo que deberían al ejercicio del periodismo de datos y, en algunos casos, hasta dificulta la investigación periodística en general. Para el desarrollador del equipo de PD de *Eldiario.es*, David Ruiz, el portal de transparencia es insuficiente y tendría que seguir un proceso de mayor apertura de datos: “si nos dicen que eso es todo y hasta aquí van a llegar, obviamente será insuficiente”. Desde el punto de vista técnico, Ruiz aseguró que “el portal en sí si se centra en una información que no es lógico que contenga” y que tiene un error de concepto grave: “debería ser una clave para entender el resto de información pública que hay, no simplemente intentar abrazar toda la información”. Para la periodista de El Mundo Data, Paula Guisado, la Ley de Transparencia es un punto de partida con mucho camino por recorrer: “el portal de transparencia necesita más voluntad política”. Al igual que Guisado, muchos periodistas de la muestra relacionaron la insuficiencia de la ley y el portal con la voluntad política. El editor del CEPID, Frank Belyeu, aseguró que la ley “es un primer paso muy, muy, lejano de lo que tiene que llegar a ser una Ley de Transparencia. Creo que es un simple acto electoral: la transparencia del gobierno es totalmente insuficiente”. Por su parte, el coordinador de El Mundo Data, Hugo Garrido, afirmó que el portal de la transparencia “condensó como ha entendido este gobierno la transparencia y la rendición de cuentas: de cara a la galería. La ley es manifiestamente mejorable”.

Esta percepción de insuficiencia de la ley y el portal también se vincula en la mayoría de los casos con la falta de apertura de datos, el mal funcionamiento del portal y los fallos en las respuestas a las peticiones de información pública. Muchos ejemplos de los entrevistados apuntan en esa dirección, considerando algunos incluso que más que ayudar, la ley y el portal

dificultan su trabajo como periodistas de datos. Belén Picazo comentó lo siguiente al respecto:

“Yo creo que el portal de transparencia dificulta más el trabajo. El primer día dijimos: ‘mira, aquí realmente tampoco hay información que no viéramos’, que sea realmente relevante para la ciudadanía. La información que se da son cosas muy institucionales. Dan pinceladas de datos, de información, pero no se puede investigar más, hacer noticias: para seguir necesitas pedir más y al final, casi siempre es una negativa”.

A partir de todas las entrevistas se evidencia como los periodistas de datos perciben como los principales problemas del ejercicio del PD en España tienen que ver con la tardanza en responder las peticiones de información pública y la negación de estas por parte de la administración, incluso entre aquellos periodistas que consideran que la Ley de Transparencia es adecuada. En este sentido, Javier Galán aseguró que “la Ley de Transparencia española es adecuada en mecanismos y plazos, pero en la práctica no se está aplicando correctamente: no se cumplen los plazos, lo he comprobado”. Por su parte, Hugo Garrido afirmó que “a veces dependes de una petición de información y tenemos que jugar con los plazos legislativos: a lo mejor hasta dentro de un mes o dos meses no tienes acceso a la información que pediste”. Esto quiere decir que incluso en aquellos casos en donde la ley puede servir para la elaboración de una pieza de PD en España, la cultura de la transparencia en la administración pública impide el cumplimiento de la ley. Galán aseguró lo siguiente en torno a la inmediatez con que algunas solicitudes son denegadas: “me da la sensación de que, ante algunas peticiones, todo se basa en quitarse el muerto de encima en menos de un mes”. Por su parte, Jesús Escudero recaló que los funcionarios encargados de dar información pública intentan poner las excusas de órdenes de inadmisión o límites: “los límites deberían ser la excepción y no la regla. Pero en la administración pública es la regla: denegar información por si acaso esta información me pueda traer males”.

Cada vez que la administración tarda más del tiempo establecido para responder las peticiones de información pública se incumple la Ley de Transparencia y todos los periodistas de datos españoles entrevistados han pasado por esta situación varias veces. Sin embargo, este incumplimiento de la ley se hace efectivo cuando se da el caso de que la administración responde a las solicitudes de información pública, ya que según la mayoría de los entrevistados, la negación de estas a través del portal no son la excepción, sino la regla, lo cual muestra su deficiencia y reafirma su insuficiencia. Según Belén Picazo “la Ley de Transparencia actual es totalmente insuficiente. Los formatos en los que se publican tampoco son correctos, ni se publica todo lo que se debería publicar. Se puede pedir información, pero tardan muchísimo”. De manera muy similar, el periodista de datos de *Elconfidencial.com*, Adrián Blanco, afirmó lo siguiente:

“La Ley de Transparencia es insuficiente claramente, bastante deficiente. Tienen un mes para responderte y el silencio vale como respuesta, es decir, no tienen por qué contestarte y muchas veces no te llega la información. En la mayoría de los casos te niegan la información”.

Jesús Escudero volvió recalcar que esta problemática se da, porque "hace falta cultura de publicar los datos en España" y “no es tanto el problema de falta de la ley sino de cultura de transparencia, de que en la administración pública se den cuenta de que toda la información pública es de los ciudadanos y tienen que facilitarla”.

#### **V.6.2. La Ley Orgánica de Protección de Datos como traba para solicitar información pública**

Otra problemática recurrente a lo largo de todas las entrevistas en torno a la negación de solicitudes de información pública es el uso de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD): la mayoría de las solicitudes denegadas se dan por temas de protección de datos,

citándose la LOPD como motivo por el cual se niega la información. En este sentido, Adrián Blanco aseguró que la administración siempre se escuda en la ley de protección de datos, “que es una barbaridad en España. Es bastante mala, es como una barrera, que hay que solucionar, porque pierdes informaciones que por esa ley no facilitan”. Para Paula Guisado la ley de protección de datos “es a menudo una excusa esgrimida para no dar información que debería ser pública. Desde luego que es importante tener en cuenta la protección de datos, pero se abusa de ella como escudo frente a la obligación de compartir información incómoda”. Por su parte, Hugo Garrido apeló al nivel jurídico de la Ley de Transparencia y la de la LOPD, para asegurar que “la LOPD prima sobre la de transparencia. Tal como se hizo la ley no podía ser de otra forma. Es una ley marco para según qué ámbito”. Para explicar el uso de la LOPD para denegar solicitudes de acceso a información pública, Escudero lo relacionó con la insuficiencia de la Ley de Transparencia y el miedo al periodismo de investigación por parte de la administración:

“Creo que está bien que por primera vez haya una Ley de Transparencia, pero tiene inconvenientes: no se puede acceder a e-mails, a información. Los datos privados se tienen muy en cuenta a la hora de negar información y, en el caso del periodismo de investigación, yo todavía veo mucho miedo por parte de la administración de dar a conocer esos datos públicos”.

La periodista de datos de *Eldiario.es*, Belén Picazo, señaló que no se le debería negar información de altos funcionarios a los periodistas ya que “hay cierta información que sí que es verdad que, si puede ser más informativa o dar contexto, siempre y cuando se respete la privacidad de las personas”. Al CEPID también le negaron numerosas solicitudes de información que involucraba datos de funcionarios públicos. Su editor, Frank Belyeu, aseguró que esto no debería ocurrir y que todos los funcionarios públicos deberían estar expuestos a un escrutinio público absoluto: “todo lo que pueda manejar dinero público tiene que estar

transparente”. Su compañero de trabajo, Javier Galán, tuvo una respuesta similar sobre las negativas a sus peticiones de información pública que involucraba a funcionarios: “Me gustaría poder saber el horario, reuniones y remuneración del funcionario, y al servidor público le debería parecer bien. De su vida privada no me interesa nada, siempre y cuando no tenga ninguna vinculación con su cargo”. El periodista de datos de *Elconfidencial.com*, Adrián Blanco, señaló que la predominancia de la LOPD por sobre la Ley de Transparencia no es algo exclusivo de peticiones de información pública que involucran cargos públicos, sino que es una realidad que se da en casi cualquier temática:

“Pedí información de las notas de alumnos de Educación secundaria y se escudaron en que no podían darme los nombres para negarme toda la información. Son cosas absurdas que, por si acaso, te niegan la solicitud de información pública por la Ley Orgánica de Protección de Datos. Creo que es un problema bastante gordo”.

Su compañero de plantilla, Jesús Escudero, reiteró el incumplimiento de la Ley de Transparencia por parte de los funcionarios al citar un documento firmado por el Consejo de Transparencia y la Agencia Española de Protección de Datos que establece el siguiente criterio: “en los altos cargos, los datos personales tienen que estar supeditados a la Ley de Transparencia. Otra cosa es que se cumpla la ley o no”. Sin embargo, matizó que “otra pregunta es si estos datos privados han de ser extensibles a todos los funcionarios públicos: un médico, un profesor, etc”, aunque luego de reafirmar que en España debería ser así en al menos los casos de subdirectores generales y cargos superiores, destacó ejemplos de otros países en donde tal cosa si es extensible:

“Hay ejemplos, como en Chile, en donde en el portal de transparencia está publicado todo lo que cobra un funcionario público desde el presidente de gobierno hasta el profesor de una escuela rural. Detalladamente cada mes y al año. Y allí no ves ese miedo, esa protección a la privacidad: se cree que lo público está por encima de lo privado”.

Frank Belyeu destacó lo absurdo de la situación en España si se toma en cuenta que la protección de datos personales debería servir, sobre todo, cuando hay gigantes como Google o Facebook que tienen toda esa información “que usan tus datos para venderlos: la ley hay que implementarla y reforzarla contra ese tipo de aplicaciones o programas que pueden saberlo todo de ti”.

### **V.6.3. El Consejo de Transparencia, su capacidad sancionadora y la falta de organismos de arbitraje independientes a nivel autonómico**

Otro de los problemas para el correcto cumplimiento de la Ley de Transparencia en España según los entrevistados es el hecho de que el Consejo de la Transparencia no tiene capacidad sancionadora. Después de asegurar que en este organismo “las resoluciones son ejecutivas, pero no tienes por qué hacerles caso”, Jesús Escudero señaló que se depende de la buena voluntad de la administración si el Consejo resuelve en su contra:

“Ya hay varios contenciosos administrativos abiertos en contra de una emisión del Consejo de Transparencia: por ejemplo, el Consejo de Transparencia instó a TVE a publicar sus facturas de Eurovisión de este año, y TVE ha llevado a juicio al Consejo de Transparencia (...) hemos llegado a la paradoja de que una empresa pública ha llevado a juicio a otra institución pública para evitar publicar información pública como es el dinero de todos los contribuyentes que se ha utilizado para costear el festival de Eurovisión”.

Según algunos periodistas de la muestra, la insuficiencia de la ley y su incumplimiento se agrava y complejiza aún más a nivel autonómico. La periodista de datos de *Eldiario.es*, Belén Picazo, se encontró con períodos especialmente lentos a la hora de pedir información a la Comunidad Autónoma de Madrid: “con la comunidad de Madrid haces una petición y pueden tardar en contestarte meses y luego, esa información no está como la deseas, necesitas hacer otra petición. El tiempo burocrático y los plazos son superlentos, interminables”. Hugo Garrido profundizó en las causas de la problemática de la insuficiencia de Ley de

Transparencia a nivel autonómico. Después de señalar que la ley no se aplica directamente en las Comunidades Autónomas, comentó que en sus normativas internas “ponen de alguna manera el espíritu de transparencia y la aplican como a ellos les parece”, por lo que no hay un organismo independiente que resuelva las apelaciones administrativas cuando se niega una petición de información pública:

“Lo que me encuentro cuando trabajo en el día a día, en este caso con las asambleas y cámaras legislativas [autonómicas] es que como cada una de ellas tiene su propio reglamento, es un órgano interno el que resuelve y si quieres apelar por vía administrativa son ellos quienes resuelven, entonces todo queda en casa”.

#### **V.6.6. La Ley de Transparencia como ley de mínimos**

El coordinador de El Mundo Data, Hugo Garrido, explicó que todas las situaciones expuestas hasta ahora se dan porque “en España hay una Ley de Transparencia de mínimos (...) hay un problema muy grande: cuando se desarrolla la ley, al anclarla a derecho en la constitución, no se incluye en el bloque de derechos fundamentales”.

Por su parte, Frank Belyeu destacó la insuficiencia de la Ley de Transparencia al comparar las intenciones iniciales antes de promulgarla con su resultado final:

“Respecto a la Ley de Transparencia, en el anteproyecto iba a ser buena, como la del Reino Unido, y ahora ha quedado en algo que prácticamente no tiene sentido: cuando cualquier petición de información se puede denegar por un simple trámite administrativo, implica que ya la ley no va a dar frutos”.

Garrido resaltó lo deplorable de tal situación si, además, se tiene en cuenta que, dentro de la UE, “España ha llegado de los últimos” en aprobar una Ley de Transparencia, por lo que “hubiera sido bueno incluir toda la experiencia previa”. Recurriendo como es común en todas las entrevistas a la comparación con el mundo anglosajón, afirmó que en contra partida al



caso español “Reino Unido también es un país que se ha incorporado de forma tardía, 2005-2006, pero ha hecho una de las leyes más vanguardistas”. Para explicar estas incongruencias en torno a la Ley de Transparencia, el coordinador de El Mundo Data aseguró que tienen que ver con la voluntad política del gobierno que la promulgó: “tres años después de aprobarse la ley no se ha aprobado el reglamento y, por lo tanto, lo que tienes son las señales inequívocas de cuál es la voluntad real de que ese ejercicio sea efectivo o que el ejercicio de ese derecho sea pleno”.

### **V.7. La visión de periodistas de datos internacionales y expertos: definición de periodismo de datos y el perfil del periodista de datos**

Para el periodista de datos de EEUU, Steve Doig, el PD se diferencia del tradicional básicamente por la parte técnica: no deja de ser periodismo que se ejerce con escepticismo y equilibrio informativo para que cada parte cuente su historia, aunque use herramientas informáticas para obtener y analizar conjuntos de datos:

“No es distinto del periodismo regular, excepto que estás usando datos como fuente, del mismo modo que el periodista siempre ha usado documentos y personas como fuentes de información (...) las habilidades adicionales están en que el periodista de datos puede usar herramientas informáticas para adquirir datos, usualmente de fuentes gubernamentales, pero no siempre. Es la habilidad de usar habilidades informáticas para encontrar patrones en los datos, lo que usualmente se llama entrevistar a los datos”.

Según esta concepción, en el PD los conjuntos de datos se obtienen en su mayor parte de fuentes públicas, siendo utilizados para encontrar patrones que revelan temas noticiosos que de otra forma no podríamos ver. Steve Doig no diferencia al periodismo de datos del PP ni del CAR y engloba a estos últimos dentro del PD. De acuerdo a esta visión, comenzó a ejercer como periodista de datos a comienzos de los 80 cuando “EEUU ya tenía una larga tradición de investigaciones hechas con datos que se remontaban a los 60”, en época de Philip Meyer.

Doig puso el énfasis en que el PD comenzó a surgir en Europa hace unos 15 años aproximadamente, en la época que *El País* comenzó a llamarlo a él y otros colegas para impartir cursos de verano a periodistas.

Es una concepción muy similar a la que tiene el catedrático de periodismo José Luis Dader, quien aseguró que periodismo de precisión y PD son los mismo: “no hay ninguna diferencia”. Para este académico es un tema de moda que en algún momento se utiliza una etiqueta y en otro momento otra: “PP o periodismo de datos es cualquier tipo de información periodística que utiliza y analiza datos numéricos y alfanuméricos de manera sistemática para generar contenidos de interés noticioso”. Mientras Steve Doig destacó que el perfil básico del periodista de datos es usar herramientas informáticas como Excel para encontrar patrones en los datos, Dader profundizó más allá en lo que percibe como PP y PD al aproximar esta búsqueda de patrones que menciona Doig con la búsqueda de tendencias del científico social:

“Al PP le diferencia una perspectiva más sociológica, cercana a los académicos de las ciencias sociales a la hora de observar la actualidad. Muchas veces la óptica de un periodista tradicional está marcada por la búsqueda de lo excepcional, lo raro, y de la narración de acontecimientos que además son relevantes para la economía o la política. El periodista de precisión o de datos va, más bien, a buscar lo contrario: cual es la tendencia real de algo que no se conoce bien. Su noticia está en descubrir estructuras... como cuales son las estructuras estadísticas de la pobreza, si es una tendencia en un país y si esa situación está asociada a unas variables”.

Es así como para este académico el perfil del periodista de datos no está marcado por un perfil más tecnológico que el del periodista tradicional, sino por una visión más sociológica del periodismo. Tanto Doig como Dader no solo concuerdan con que periodismo de precisión y periodismo de datos sean lo mismo, sino que no consideran que todo PP o PD sea parte del

PI. En este sentido, Doig afirmó que hoy en día algunas historias de PD son el parámetro del periodismo de todos los días y no implican investigación alguna:

“Como en los EEUU los políticos que se postulan a un cargo tienen que archivar todo tipo de información acerca de quienes están donando en la campaña, ahora es rutina para los reporteros que cubren las elecciones esperar hasta la fecha próxima de archivo de la financiación de precampaña para tomar esos datos y analizarlos: eso ni siquiera es periodismo de investigación”.

Por su parte, Dader, a pesar de compartir con Doig que estas historias no son piezas de PI, las tachó de “muy superficiales” como para considerarlas periodismo de datos o de precisión: no importa el hecho de que hayan sido realizadas con avances tecnológicos impensables en los tiempos de mayor apogeo del PP:

“Se presentan, por ejemplo, algunas visualizaciones de datos muy espectaculares y que además evidencian el potencial que tienen las nuevas tecnologías para presentar tablas dinámicas e interactivas imposibles de hacer cuando la prensa de papel... pero se han hecho simplemente con una tablita publicada y puesta en circulación por alguna institución pública donde no se ha trabajado nada más: ha habido un alarde tecnológico de qué hacer con unos números que ya estaba en una hoja de Excel”.

Para este catedrático son tan sólo “historias que llaman de datos en los medios”. El académico español justifica esta postura al considerar que a estas historias les falta una perspectiva más cercana a las ciencias sociales. Según Dader, hay periodismo de precisión o de datos cuando se cumple la siguiente afirmación:

“Es el periodista el que imagina que tipo de datos necesita para responder unas preguntas, es capaz de buscar los datos que puedan responder a las preguntas e incluso relacionar bases de datos diferentes para crear nuevos niveles de comparación que no estaban en los datos originales”.

Para explicar que puedan existir historias de PD que no sean periodismo de investigación, Dader aseguró que se puede hacer un periodismo de datos que no entre en conflicto con las fuentes, simplemente analizando unos datos de forma sistemática y creando información que de otra forma no se averiguaría, es decir, siendo el periodista creador de información más allá de reproducirla o visualizarla -independientemente de las herramientas tecnológicas utilizadas.

A lo largo de toda la entrevista, Steve Doig expresó una visión del PD como una herramienta para hacer mejor el trabajo periodístico, una forma de ver a esta disciplina similar a la expresada por el periodista de datos finlandés, Temo Teebest. Este periodista de YLE aseguró que “el PD es una herramienta y el periodismo de investigación siempre ha tratado con datos. Lo que ocurre es que PD es un término de moda, entendible”. A diferencia de Doig, Teebest parece equiparar al periodismo de datos con el PI: en su concepción pareciera no haber diferencias en la naturaleza de los datos del periodismo de investigación de años atrás con los que forman parte del PD actual, algo muy similar a lo expresado por Dader. Sin embargo, Teebest parece contradecir esta concepción cuando deja al descubierto que muchas de las grandes historias que él considera de datos no son de investigación, llegando a afirmar que “tanto la investigación como el uso creativo de los datos son muy importantes en el PD: ambos pueden hacer grandes historias, incluso algunas más de entretenimiento que de investigación”.

La concepción de varios de los entrevistados de que el PI siempre ha utilizado datos y que el PD es una herramienta, parte de afirmaciones como la hecha por el profesor e investigador de periodismo de datos y transparencia de la Universidad de Jyväskylä, Heikki Kuutti, de que “los datos no tienen ningún uso por sí mismos” y “tienes que saber usarlos”. Es así como para Kuutti PD es ante todo periodismo y se trata de la “recolección y estructuración de grandes cantidades de información para su análisis”, desde donde se pueden sacar conclusiones

válidas. Aunque no considera al PP y al PD la misma cosa, coincide con Dader en no considerar como periodismo de datos muchas historias denominadas “de datos” en los medios de comunicación:

“Me deprime mucho actualmente la actitud de algunos periodistas sobre el uso de los datos, no tienen idea del propósito de recabarlos y hacer historias con ellos. Sólo lo hacen porque es posible, el mismo tipo de trabajo que cualquiera pudiera hacer. Siempre les digo que analizar los resultados es solo el principio del trabajo periodístico, pero por lo general publican los resultados, la fase inicial, como una historia en sí misma. Deberían estar haciendo algo más”.

En este sentido lo que separa al PD de otras ramas del periodismo es la perspectiva metodológica que Dader relacionó con un acercamiento a las ciencias sociales. Sin embargo, además de concebir al PD como parte del PI, Kuutti enfatizó dos aspectos fundamentales del PD que están directamente relacionados con un cambio en la naturaleza de los datos:

“De hecho es una idea vieja... Cuando visité los EEUU hace 20 años, había algunas cintas de ordenadores y no este tipo de *big data*, pero si no hubieran recolectado toda esta información en formatos electrónicos hubiera sido imposible descubrir sus historias, por lo que técnicamente ha cambiado, pero la idea sigue siendo la misma. También ha cambiado mucho el acceso a la información pública, ya que la información oficial se guarda en formatos electrónicos”.

El investigador finlandés admite de forma explícita que las grandes cantidades de información han cambiado y no es el mismo tipo de “*big data*”. Además, al destacar que la información pública también ha evolucionado, deja entrever que la velocidad y la variedad de los datos también lo han hecho: es algo implícito en la forma de hacer PI hoy en día y no de lo que se hacía hace 20 años en EEUU, cuando el CAR estaba en pleno auge.

### V.7.1. Cuantificación de hechos noticiables y reforzamiento de valores periodísticos en el PD

Todos los periodistas de datos internacionales y expertos entrevistados destacaron la importancia que tiene para el PD la cuantificación de los hechos noticiables, lo cual a su vez está supeditado a los valores periodísticos. En este sentido, después de recalcar que, ante todo, PD es periodismo, el profesor e investigador de periodismo de datos de la universidad de Jyväskylä, Turo Uskali, aseguró que PD es periodismo basado en grandes cantidades de datos de la siguiente manera:

“Se trata de los datos e incluye mucho de matemáticas y estadísticas. Los datos sólo son una herramienta para el periodismo, no son nada por sí solos, por lo que tienes que usarlos. Se trata de manejar grandes cantidades de información, recabarla y estructurarla para su análisis y así llegar a algún tipo de conclusión”.

Su compañero de departamento, Heikki Kuutti, definió PD al tiempo que describía el perfil de estos profesionales. Destacó que, a pesar del perfil técnico, PD es periodismo: “A veces un periodista de datos también puede programar, por lo que puede escribir código, a veces es conocido por sus visualizaciones, pero lo más importante es que sea bueno como periodista. No olvidemos esa parte”.

Según el criterio de todos los expertos y periodistas de datos internacionales, la objetividad es uno de los valores más reforzados por el PD. En todo esto coinciden con lo dicho por todos los periodistas de datos españoles, bien sea a través de la tan mencionada reproducibilidad de la información, verificación o *fact-checking*. Doig lo expresó de manera muy concisa cuando dijo que el PD como herramienta permite al periodista “ir más allá de la mera anécdota” y “poner evidencias” en sus historias: “el PD ha añadido valor y credibilidad al periodismo”. La directora de Access Info Europe, Helen Darbishire, precisó desde la

perspectiva del activismo por la transparencia que, aunque esta objetividad que persiguió el PD también lo hizo el periodismo de investigación en el siglo XX “e incluso a finales del siglo XIX”, con el auge de las *fake news* y otros fenómenos propios de la era del *big data*, la comprobación de los hechos vinculada al ejercicio del PD se hace hoy en día más necesaria que nunca:

“Muchas veces la gente tiene prejuicios y el periodismo de datos va a comprobar las fuentes... si tenemos mejor información, la idea es tomar decisiones con mejor conocimiento y así mejorarlas, al tiempo que los debates. Es lo que pasa en Europa con temas como migración y Cataluña ahora: hay tanta información y tantos datos falsos que es imprescindible tener a los periodistas realizando *fact checking*. Yo vi muchos periodistas publicando información falsa: los necesitamos verificando todo”.

### **V.7.2. Relación entre perfiles, procesos y equipos en el PD**

Al igual que los periodistas de datos españoles de la muestra, los periodistas de datos extranjeros y expertos estuvieron de acuerdo con la necesidad de una experiencia técnica mínima para ser periodista de datos. La experta en transparencia, Helen Darbshire, resaltó el uso de nuevas tecnologías en el PD para mejorar la calidad periodística y el refuerzo de valores como la objetividad y la veracidad de la información, entre otros. Reiteró que lo que más diferencia al periodista de datos del tradicional es su conocimiento técnico, destacando al igual que muchos otros entrevistados que saber manejar Excel y un poco de visualización es fundamental: “Verificar y comunicar. Sabiendo manejar Excel sabes cómo verificar mejor. Saber utilizar datos de visualizaciones te ayudan a explicar, pero los reflejos son los mismos de cualquier buen periodista”.

Del mismo modo, todos los entrevistados saben que la existencia de una sola persona que abarque todos los aspectos técnicos del proceso de producción noticiosa en el PD -definición de periodismo de datos y el perfil del periodista de datos- no es nada común. En este sentido,

el académico finlandés Turo Uskali afirmó que “periodistas de datos totalmente habilidosos son como los unicornios: muy, pero muy raros... es muy raro encontrar una persona que sea capaz de hacerlo todo. Por eso la forma más común de proceder es formar un equipo”. Su compañero de departamento en la Universidad de Jyväskylä, Heikki Kuutti, dijo algo similar al hablar del perfil del periodista de datos y la necesidad de equipos en el PD:

“No puedes hacer PD sin algún tipo de experticia técnica... los periodistas tradicionales han trabajado con palabras, no entienden de números y cuando encuentran algo de números es difícil: no suelen ser personas matemáticas, pero son buenos expresándose, por lo que necesitan un técnico avanzado que sepa que se puede y no se puede hacer con los ordenadores y darles instrucciones de lo que quieren escribir sobre los datos”.

Al hablar sobre su experiencia personal como periodista de datos, Steve Doig destacó su habilidad para analizar datos y encontrar historias en contraposición a su capacidad para comunicarlas de forma interactiva y efectivamente, resaltando así la necesidad de equipos de PD:

“Un aspecto fundamental es que mi nicho particular en el PD es el análisis de datos para encontrar historias. Nunca me involucro en la parte de presentación y comunicación interactiva de ellas. Hay algunos unicornios que pueden hacerlo todo, pero yo no soy uno de ellos definitivamente: yo sólo analizo los datos, lo que hacen después de eso para mí es magia. La mayoría de esos magos tampoco serían tan buenos para analizar datos y encontrar historias”.

Por su parte, el periodista de datos finlandés, Temo Teebest, fue más allá de destacar su experticia técnica y recalcó que se considera periodista de datos “porque es un término fácil y entendible en estos tiempos”, aunque “no existe un perfil del periodista de datos: es un trabajo en equipo”. Es precisamente esta concepción del trabajo colaborativo por sobre el perfil del



periodista de datos lo que lo acerca a los aspectos fundamentales más señalados por sus colegas españoles:

“No hay mucha diferencia entre el periodista de datos y el tradicional. Como trabajamos en equipo - programadores, diseñadores y periodistas especializados-, la diferencia estaría en el hecho de que cooperamos con otras secciones y equipos... PD ha cambiado a los periodistas lobos solitarios. Se ha hecho bastante conocido como el trabajo colaborativo es mejor que guardarse los datos para sí mismo”.

Similar a lo expresado por periodistas de datos españoles, Teebest expuso que la colaboración es tanto interna como externa: interna dentro de la estructura de su medio - al colaborar con otras secciones - y externas fuera de YLE, hecho corroborado por los académicos finlandeses que más han estudiado este fenómeno. En este sentido, Heikki Kuutti aseguró lo siguiente:

“En el PD se trabaja en equipos, como en *YLE* y *Helsingin Sanomat*: tienen personas con experticias distintas... el perfil del periodista de datos depende de que tanto se le use en la oficina. Tengo dos ejemplos que trabajan con todo el mundo, por lo que cualquiera puede preguntarles sobre esto: pueden usarse [los periodistas de datos] en la sección de deportes, cultura, economía o cualquiera, no hay límites”.

Mientras Kuutti afirmó que el perfil del periodista de datos en los dos medios más grandes de Finlandia es moldeado por su colaboración con otras secciones -colaboración interna-. Su colega de departamento en la Universidad de Jyväskylä, Turo Uskali, destacó el trabajo colaborativo entre las unidades de datos de los dos medios más grandes de Finlandia, YLE y Helsingin Sanomat. Este ejemplo de colaboración externa es muy llamativo debido a que se realiza entre los dos medios que más compiten entre sí en el país nórdico:

“*YLE* y *Helsingin Sanomat* han compartido secretos en un grupo de Facebook. Son dos competidores, las únicas organizaciones con unidades de datos, y comparten ideas y comentarios especialmente si ven errores o fallos en lo que la otra organización está

haciendo... Dos veces al año cada uno tiene una especie de visita a la redacción del otro y debaten sobre lo que han estado haciendo, que tipo de proyectos están desarrollando y que han aprendido, compartiendo estas prácticas de manera abierta”.

Esta concepción de PD en donde el trabajo colaborativo es un aspecto fundamental fue señalada por Dader como *Data Base Journalism*, incluyéndola dentro de los aspectos que forman parte de su concepción del PP. Para este académico español, cuando los periodistas de los 80s y 90s hablaban de *Data Base Journalism* “simplemente estaban hablando de *big data*, sólo que no estaba inventada la expresión: el volumen de datos que algunos de esos periodistas manejaban también eran de millones”. Según Dader, la única diferencia es que ahora los datos están más accesibles, ya que la colaboración ya era algo habitual en las redacciones estadounidenses de estas décadas:

“La colaboración ya existía desde el principio: entre expertos (multidisciplinariedad) y de colaboración de metodologías diferentes. Ambas ya estaban presentes en esa época. En el año 89 se estaba creando una unidad en *The New York Times* donde trabaja un sociólogo, un informático, un estadístico y un periodista: todos al servicio de todo el periódico. Entonces se construyó desde arriba porque había mucha capacidad económica, ahora se ha construido desde abajo por la situación de los medios”.

Sin embargo, la concepción de *big data* expresada por Dader nuevamente no tiene en consideración la naturaleza de los datos de hoy en día, a pesar de haber recalcado que con las nuevas tecnologías están más accesibles. La comparación que hace este académico entre el trabajo colaborativo del PD actual con la creación en 1989 de equipos multidisciplinarios en algunas redacciones de los EEUU tampoco ha tomado en cuenta la colaboración exoinstitucional de los equipos de la actualidad: tal como dijo Teebest, en el PD existe cada vez menos la figura del periodista lobo solitario.

### **V.7.2.1. Los papeles de Panamá como ejemplo ideal: la evolución de la cultura de la transparencia en las prácticas periodísticas**

Un ejemplo ideal de la necesidad de colaboración en el PD debido a la naturaleza de los datos de hoy en día fue mencionado por todos los expertos y periodistas de datos extranjeros de la muestra: los *Panamá Papers* o Papeles de Panamá. En ese sentido, el académico finlandés, Turo Uskali, destacó el carácter exoinstitucional de esta colaboración y sus implicaciones en las prácticas periodísticas:

“Los Papeles de Panamá que, por supuesto han sido la mayor filtración que jamás haya ocurrido, ha sido la demostración más potente del poder de los conjuntos de datos, y también han afianzado la necesidad de cooperación entre distintas redacciones. Ni siquiera la redacción con más recursos puede, por sí misma, hacer noticias con estos datos: necesitan compartir y cooperar con otros colegas, y han sido entre 300 y 400 periodistas cooperando con los Papeles de Panamá: de cierta forma, creo que es un ejemplo de cultura de la transparencia en el periodismo”.

Esto no quiere decir que el PD se circunscriba únicamente al procesamiento de grandes cantidades de conjuntos de datos que sólo puedan tratarse con colaboración en gran escala. Según Steve Doig, las piezas de periodismo de datos a gran escala y las más pequeñas comparten formas de trabajar similares, por lo que el tamaño de los datos no es un determinante:

“Los Papeles de Panamá son otro ejemplo de una cantidad enorme de datos sin procesar que requiere de técnicas muy especiales para poder organizar y analizar sintácticamente entre varios periodistas y resultados. En esos casos no es trivial, pero una gran cantidad de otras historias se han hecho con Excel en un ordenador. Excel puede funcionar muy bien con más de un millón de registros y normalmente tendrás que tratar con tan sólo un par de miles: no es un problema de cantidad o escala”

Aunque puede haber piezas de PD mucho más pequeñas, lo más importante señalado por periodistas de datos y expertos es el cambio cultural que estas prácticas implican en los valores del periodismo. Según el académico finlandés, Heikki Kuutti, si bien la naturaleza de los datos en la era del *big data* tiene mucho que ver con la posibilidad de investigaciones en gran escala como en el caso de los Papeles de Panamá, son las prácticas culturales con respecto a estas tecnologías y el acceso a la información lo que las hace posible:

“Está muy bien tener este tipo de ambiente - *big data* -, porque tiene que ver mucho con la tecnología, pero quizás más con el acceso a la información. Si la tecnología por sí misma no es suficiente, tienes que tener un buen acceso. Hay avances técnicos y unas buenas prácticas en el uso de estas tecnologías”.

Es así como más allá de las grandes cantidades de datos que Dader relacionó con el *Database Journalism* del PP y el trabajo colaborativo de *The New York Times* entre los 80's y 90s del siglo XX, la nueva cultura de la transparencia que forma parte del PD estudiado por Uskali y Kuutti no solo se da gracias a la democratización de las herramientas tecnológicas, sino que tiene que ver con una nueva cultura periodística. Para Turo Uskali, el PD está cambiando los valores de transparencia en las prácticas periodísticas, algo directamente relacionado con grupos activistas por la transparencia insertos en una lógica propia de la cultura del *software libre*:

“PD está cambiando los valores de la transparencia en las prácticas periodísticas, porque es algo nuevo cuando compartes las fuentes que has recolectado: no suele compartirse el conocimiento de cómo hacer las entrevistas, pero de alguna manera los conjuntos de datos representan distintos tipos de posibilidades. Sin embargo, hay un espacio entre el ideal de que todo sea transparente y la realidad: de vez en cuando se publican algunos conjuntos de datos y no hay transparencia total todavía, pero hay una especie de fuerza que está pensando y abriéndose para brindar nuevas oportunidades: la idea detrás en la cultura de datos que viene con la cultura de *software libre*”.

Para el experto finlandés, el movimiento de datos abiertos que tanto ha influido en el desarrollo del periodismo de datos tiene un “ethos” que forma parte de la cultura del *software* libre. Para la experta en transparencia, Helen Darbshire, es el movimiento de datos abiertos junto con el desarrollo de nuevas tecnologías lo que ha hecho posible un PD como lo concebimos hoy en día mediante el impulso del periodismo de investigación:

“Ahora con las nuevas tecnologías los gobiernos están manejando muchos más datos así que los periodistas pueden hacer cosas nuevas con los datos, como hace CIVIO. Las nuevas tecnologías han dado muchas más posibilidades para procesar y entender los datos de manera más fácil, que es algo muy importante: si tenemos mejor información, la idea es tener decisiones en mejor conocimiento y así mejorarlas, al tiempo que los debates... Hemos tenido en el desarrollo del PI la posibilidad de tener acceso a la información disponible de forma proactiva o reactiva desde los gobiernos. Aquí el movimiento de datos abiertos ha impulsado mucho la cosa”.

Esta transformación cultural en las prácticas periodísticas está en pleno proceso, no es un hecho ya establecido en la mayoría de las grandes o pequeñas redacciones, por más que tengan equipos de periodismo de datos en ellas. En este sentido, cuando Uskali se refirió al estado de PD en Finlandia, resaltó que esta disciplina, como proceso, está conviviendo con otras prácticas que no son propias de la cultura de la transparencia relacionada con el PD y su tendencia al trabajo colaborativo. Una vez más, este académico finlandés usó el ejemplo ideal de PD que representa los Papeles de Panamá para hablar de “viejas políticas” en medios con unidades de datos tanto en Finlandia como en EEUU:

“Lo que es interesante es que, por ejemplo, en Finlandia solo *YLE* ha sido parte de los Papeles de Panamá, y no *Helsingin Sanomat*. Puede ser que todavía haya viejas políticas en *Helsingin Sanomat* que no quieren que el medio se conforme en equipos a nivel nacional. *YLE* puede ser más liberal en este aspecto, más abierto a la cooperación, pero esta es tan sólo mi interpretación: tampoco *The New York Times* colaboró con los Papeles de Panamá

porque tienen un recorrido en políticas que les obliga a hacer todo por sí mismos, incluso cuando tienen experiencia en el campo, ya que colaboraron con WikiLeaks”.

Este tipo de choque cultural entre la mentalidad de las juntas directivas de los medios y la de los periodistas de datos, que ven en la cooperación un aspecto fundamental de su práctica profesional, ha sido una constante en los estudios de este experto. Es algo que ha encontrado no solo en Finlandia, sino en los países nórdicos, Gran Bretaña y los EEUU. Uno de los ejemplos más destacados de esto -en su investigación en curso- es precisamente sobre uno de los medios más abiertos a la cooperación en Finlandia, *YLE*:

“Aún hay este tipo de apertura de cualidades, ideas y practicidad entre todos los periodistas de datos finlandeses y en otros lugares también: son libres de compartir ideas, pero incluso en *YLE* cuando querían compartir los códigos en *GitHub*,<sup>7</sup> la gerencia les dijo: ‘no hagan eso’, por lo que no han podido ser más abiertos y transparentes de lo que la gerencia hubiera querido ser respecto a la competencia y otras organizaciones”.

### **V.7.3. Cultura de la transparencia en el PD: *open data* y filosofía de datos abiertos**

Casi todos los expertos y periodistas de datos extranjeros de la muestra estuvieron de acuerdo en que, sin el *open data* y la filosofía de datos abiertos asociada a este movimiento no puede haber periodismo de datos. José Luis Dader fue el único entrevistado en expresar desacuerdo con esta afirmación al relacionar los datos abiertos y su filosofía con la disponibilidad y apertura de datos por parte de un órgano susceptible de ser investigado:

“Sin la filosofía de *open data* es difícil que haya PD, hace falta el mayor acceso posible a los datos, pero a veces puede haber datos que no facilitan las instituciones y sin embargo los periodistas pueden recuperar esos datos u obtenerlos de otras fuentes para demostrar prácticamente lo mismo”.

---

<sup>7</sup> *GitHub* es una plataforma de desarrollo colaborativo de software para alojar proyectos utilizando el sistema de control de versiones *Git*. Varios proyectos de PD lo utilizan para compartir información.

El académico aprovechó esta argumentación para reiterar que PD y periodismo de precisión son la misma cosa y que, en realidad, “el problema tiene que ver con la imaginación sociológica”, es decir, “por qué vía indirecta el periodista podría recurrir para obtener los datos que le hacen falta para responder a sus preguntas”. Sin embargo, el periodista de datos estadounidense, Steve Doig, quién a su vez también considera PD y PP la misma cosa, fue muy claro al decir que sin *open data* y la filosofía de datos abiertos no puede haber periodismo de datos:

“Sin la publicación de los datos utilizados y la filosofía de datos abiertos no hay PD. Una de las cosas más importantes para hacer este tipo de periodismo es poner nuestros datos a disposición de otros para que los vean. Después de todo, debemos ser transparentes en torno al método que utilizamos y cómo hemos obtenido esos datos”.

Es así como en la filosofía de datos abiertos y *open data*, Doig le da más importancia a la cultura de la transparencia asociada al periodista de datos que a la apertura de algún organismo susceptible de ser investigado, la misma que Dader relacionó con el método científico y la posibilidad de que cualquier otro investigador pudiera reproducir los resultados de una investigación o historia de datos. Por otro lado, todos los finlandeses de la muestra no perciben en términos absolutos la relación entre el PD y el *open data* y la filosofía de datos abiertos. En este sentido, el periodista de datos, Temo Teebest entiende “que los estudiosos quieren una definición absoluta, que prefieran definirlo así, pero la respuesta no es algo ‘binario’ o ‘blanco’ y ‘negro’”. Este finlandés afirmó que “entre los grises está la respuesta: mientras más *open data* más PD y PI”. De manera similar, el académico Turo Uskali destacó que la relación entre el periodismo de datos y el *open data* y la filosofía de datos abiertos “no es el tipo de cosa que se ve en blanco y negro”, ya que hay más grises en ella:

“Creo que depende del nivel de las culturas y, por supuesto, en ellas hay un gran espectro. Podríamos hacer un mapeo de trabajo basado en diferentes indicadores: que tan abierta es la

sociedad, si tienen un mínimo de leyes de acceso a la información y cuantos periodistas de investigación y de datos hay en ese país. Puedes ver una gran separación entre naciones, al ver en qué nivel están, y cómo de fácil es hacer piezas de PD. Creo que esa es la principal diferencia entre Finlandia y España en muchos procesos: estamos en el mismo planeta, pero en general, en España se tiene que trabajar mucho más para obtener la información que en Finlandia, pero aun así es posible hacer PD en todos los países, ¡incluso en Corea del Norte!”.

Por su parte, el académico Heikki Kuutti se refirió a la relación entre *open data* y periodismo de datos como parte del contexto del *big data*, en donde la democratización tecnológica es fundamental: “Es bueno tener este tipo de ambiente *-big data-*, ya que no tendríamos un PD como lo conocemos, de gran tamaño y cantidad de datos”. Sin embargo y al igual que sus compatriotas, Kuutti señaló que esta relación “no es tan blanco y negro, sino más bien gris”, ya que es un proceso en pleno desarrollo en donde la tecnología y el uso cultural de esta van de la mano:

“Puedo decir que es algo raro, desarrollándose todo el tiempo y expandiéndose. La tecnología está avanzando y no se sabe las posibilidades de lo que estás haciendo en unos años. Al principio no había computadoras personales, 20 años atrás podías tenerlas y ahora tienes todos estos *softwares*, pero hay gran cantidad de aspectos éticos sobre lo que obtienes y lo que debes publicar”.

Como se puede observar, en todos los testimonios se observa como la democratización tecnológica, la apertura de datos, el periodismo de investigación y las leyes de acceso a la información están directamente relacionadas con el PD. Además, son factores que todos los entrevistados han tenido en cuenta a la hora de valorar el estado del PD en sus respectivos países y las distintas regiones en las que han trabajado como periodistas de datos o investigadores de este fenómeno.



#### V.7.4. Estado del PD en EEUU, Finlandia, países nórdicos y Europa

El periodista de datos Steve Doig aseguró que el PD en EEUU está muy bien y atrincherado. Esta afirmación parte de una concepción que considera al PP, CAR y PD la misma cosa. Por esta razón, en su afirmación destacó que el periodismo de datos en EEUU está muy bien, entre otras cosas, por su larga trayectoria:

“Difícilmente hay ahora una redacción que no haga lo que decimos que hacemos, algún grado de PD. Ha estado tomando impulso desde los últimos 30 años, porque tiene una larga historia aquí... Ya no hay ningún argumento sobre si el periodismo de datos debe ser parte de las redacciones. Como profesor, recibo llamadas particulares de editores de todo el país preguntando por alguien que pueda ejercerlo, un estudiante: alguien joven, barato pero muy bueno haciendo PD. Alguien siempre está siendo contratado en un estado contiguo”.

Por su parte, Kuutti se refirió al estado del PD en aquellas partes en las que lo ha estudiado: EEUU, los países nórdicos y en particular, su país: Finlandia. En su caso, al indicar en donde hay mejor periodismo de datos, enfatizó cantidad y calidad del periodismo de investigación que hay en cada país o región, destacando de esta manera el PD de EEUU, Gran Bretaña y los países nórdicos:

“EEUU por su puesto es el número uno. Tienen muchos periodistas y sistemas tan buenos como el IRE y NICAR<sup>8</sup>... Suecia está por delante de nosotros, tal vez también Dinamarca. En general, están los países nórdicos, EEUU y Gran Bretaña... de hecho sólo hay dos unidades de datos en Finlandia: en YLE y Helsingin Sanomat, con pocas personas, pero son muy buenos... todo esto tiene que ver con el PI: los mejores periodistas de datos son periodistas de investigación. Encuentran las razones de algunos comportamientos y

---

<sup>8</sup> IRE es el acrónimo de *Investigative Reporters and Editors*, organización sin fines de lucro fundada en 1975 para que periodistas de investigación de todo el mundo se ayudasen compartiendo ideas, técnicas de recolección de información y fuentes. NICAR es el acrónimo del *National Institute for Computer-Assisted Reporting*, programa del IRE creado en 1989 para fomentar el CAR y que se ha convertido en un referente del PD alrededor del mundo.

explicaciones a situaciones que pueden explicarse con ordenadores y luego, después de eso, hacen una investigación basada en lo que encuentran aquí”.

De manera similar, Uskali destacó el PI en los países nórdicos al asegurar que las grandes filtraciones y el periodismo de investigación van de la mano en el PD: “de hecho, aquellos que trabajan en los Papeles de Panamá son periodistas de investigación. Es un ejemplo perfecto de cómo periodistas de investigación y periodistas de datos colaboran: más de 16 se reunieron en Helsinki la primavera pasada”. Desde la perspectiva de que en un futuro todos los periodistas, en general, deberían tener las habilidades necesarias para ser periodistas de datos, también afirmó que “en muchos países estamos en una etapa temprana”. Dijo esto después de asegurar lo siguiente en torno al estado del PD en Finlandia y los países nórdicos:

“Sólo tenemos dos unidades de datos, con tan sólo 10 ó 12 personas trabajando en cada una de ellas, cuando las redacciones de esos medios tienen al menos unos 200 periodistas... Hay algo en diarios locales, especialmente los más grandes, pero no tienen unidades de datos y no se llaman a sí mismos periodistas de datos... en general los noruegos están muy bien, han sido de los mejores desde el principio en los países nórdicos. Tienen buenos activos y también en el plano internacional han podido ganar algunos premios. Creo que ese es una buena medida: el premio que la Global Editors Network da anualmente”.

Al relacionar la democratización tecnológica de los últimos tiempos con la creación de grandes piezas de PD, Steve Doig también usó los premios al mejor periodismo de datos como indicador del estado de esta disciplina alrededor del mundo. Al igual que Kuutti, Doig destacó el papel de organizaciones como el IRE en la mejora y disseminación del PD a nivel mundial:

“El PD está definitivamente en todo el mundo. Una de las mejores formas de ver esto es a través de la competición *Data Journalism Awards*... muchas de las ideas más impresionantes no vienen de las grandes organizaciones noticiosas, sino de redacciones muy pequeñas, de cinco personas, y piezas hechas en talleres online. Darse cuenta de que

las herramientas no son tan difíciles de utilizar una vez te entrenes un poco tiene que ver con esto... en la última conferencia del IRE en Nueva Orleans tuvimos 1800 periodistas, muchos de los cuales vinieron a participar en los talleres de cómo usar Excel, Access y escribir programas en Python. Así es como se expande esto”.

Es así como en la categorización del estado del PD alrededor del mundo, el tema de la formación e incentivos saltó como algo fundamental. En este sentido y refiriéndose al periodismo de datos finlandés, Turo Uskali mencionó al hacktivista Antti Poikola de la *Open Knowledge Foundation* como parte del germen de los primeros proyectos junto con la escuela de periodismo de Jyväskylä, donde Uskali imparte clases de PD:

“Poikola está inmerso en la cultura de datos abiertos y tenía esta competición de creatividad con *open data* para hacer aplicaciones basadas en conjuntos de datos... fue el primero en dar un curso de PD en Finlandia en una de esas escuelas menores, no a nivel universitario, y empezó en 2013... ahora creo que somos la única escuela de periodismo que ha podido mantener regularmente cursos de PD desde entonces. Quizás pasarán un par de años antes de que se organicen otros cursos. En Helsinki no hay ninguno y creo que somos el mejor establecido para aprender periodismo de datos y los primeros en tener un libro de texto en finés basado en nuestras investigaciones, también en finés”.

Por su parte, Helen Darbshire aseguró que en España el PD “está avanzando, pero no tenemos mucho: es un campo nuevo en España. Hay otros países como Reino Unido en donde hay mucho más”. Según Darbshire, la razón de esto es que la mayoría de los medios y periodistas no tienen tiempo ni recursos para hacer periodismo de datos, aunque “felizmente tenemos periodistas que hacen mucho con su tiempo libre, con una dedicación impresionante”. En su experiencia, el PD se nutre del *open data* y el periodismo de investigación, con lo que se infiere que, sin el activismo por la transparencia y la dedicación del PI, el PD es muy difícil de ejercer. Una visión diferente a la del académico José Luis Dader, quien aseguró que el PD en España está en una situación realmente pobre al

compararlo con piezas hechas en la década de los 90s del siglo XX. En este sentido, Dader explicó -sin utilizar términos como PP o PD- que “había periodistas que, sin ponerle nombre y pura intuición, estaban haciendo reportajes o análisis de tendencias sociales que eran mucho más ricos y en la tradición del periodismo de precisión de calidad”.

Ambos expertos aseguran que el estado de PD no está bien, aunque Dader lo hace comparando al PD de hoy con un PP ejercido hace ya varias décadas por periodistas que no se molestaban en asignar estas etiquetas a ningún trabajo periodístico. En la visión de Darbshire, el periodismo de datos español es algo nuevo y su vinculación con la cultura de transparencia es muy similar a la que anteriormente tenía esta cultura con el PI. En su concepción relaciona estos tipos de periodismo con el desarrollo de la ciencia y la necesidad de más transparencia por parte de la sociedad:

“Es interesante porque hay periodistas que han hecho periodismo de investigación antes de las leyes de transparencia. Durante todo el siglo XX y unas cuantas personas en el siglo XIX. Muy en línea con el desarrollo de la ciencia y la concepción de que el conocimiento es real... La sociedad civil ha crecido, por ejemplo, CIVIO - estamos en el patronato - nació hace cinco años, *Access Info* hace once. Hemos intentado animar a otras ONG a existir y trabajar en eso, y felizmente tenemos muchas más ONG trabajando en promover y defender la democracia ahora que hace once años. Es importante”.

La perspectiva de Darbshire le da más importancia a la sociedad civil española, a la que ha visto crecer en valores democráticos como la transparencia hasta el punto de que una fundación sin fines de lucro nacida a finales de 2011, CIVIO, es un ejemplo español e internacional del ejercicio del PD y del activismo por la transparencia. En este sentido, la Ley de Transparencia española es un hito para el PD, ya que “la clase política sabe al menos de qué estamos hablando”, estamos hablando de transparencia: “antes de la aprobación de la ley

no sabían de que estábamos hablando. Ahora se entiende que implica transparencia y ha madurado un montón en el discurso”.

#### **V.7.5. Cultura de la transparencia en la administración pública y el derecho de acceso a la información: PD, leyes de transparencia y cultura burocrática**

Desde el activismo, Helen Darbshire afirmó que “la transparencia es el resultado de tener derecho a la información y el derecho de acceso a la información es sobre lo que está pasando, lo que están haciendo los gobiernos”. Esta tiene dos caras, la obligación de los gobiernos de publicar de forma proactiva y el derecho ciudadano de solicitar información y recibir una respuesta clara o una explicación de las solicitudes denegadas. Desde esta perspectiva aseguró que, tanto en España como en Europa, cuando tengamos una buena cantidad de información de los entes públicos, se podrá hablar de administraciones transparentes:

“Pero en la mayoría de los casos no estamos totalmente allí, con lo cual hemos avanzado mucho en los últimos 15 o 20 años en cuanto a estos derechos, pero estamos todavía en ello... mucha de la información necesaria para seguir y participar en la toma de decisiones aún no está disponible y es ahí donde estamos”.

En este sentido dijo que una administración transparente es aquella que da buena información al público, por lo que una Ley de Transparencia es una herramienta esencial para defender los derechos humanos en democracia. Desde su experiencia, la falta de información pública y de voluntad política para generarla y entregarla por parte de la administración son un problema en España, por lo que para controlar la ley es imprescindible que exista un Consejo de Transparencia con fallos vinculantes, capacidad sancionadora y labores de inspección. Para explicar esto hizo una comparación entre solicitudes de información pública similares hechas

a la UE y al Estado español en relación con los lobbies. En el caso de la solicitud a la UE aseguró lo siguiente:

“Tenemos un caso con los lobbies de la UE en donde estamos intentando obtener un documento de valoración legal de los abogados de la Comisión Europea sobre el futuro del registro de la Ley de Transparencia y de lobbies. Recibimos la semana pasada un acta de la visita de la inspección que se hizo a las oficinas de la Comisión Europea, para verificar cuales son los documentos que tienen con respecto a nuestra solicitud, lo cual es fenomenal. No tenemos los documentos, porque están peleando [en pleito] para no publicarlos, pero habían estado inspeccionado los documentos y tenemos hasta los nombres de la gente presente durante la inspección: es fascinante”.

Sin embargo, ante solicitudes similares en España, Darbshire ha recibido comunicados de ministerios que niegan de forma implícita la existencia de la documentación solicitada, y no hay manera de inspeccionar tal afirmación por parte de un organismo independiente que vele por el cumplimiento de la Ley de Transparencia:

“En España tenemos un problema con la información de los lobbies durante la elaboración de la ley que regula el autoconsumo de energía en España, porque el ministerio dice, pero no explícitamente, que no había más documentos entregados en un período de dos años y estamos seguros de que los lobistas entregaron documentos. El Consejo de Transparencia no puede exigir o ir a inspeccionar o pedir un listado de los documentos: estamos bloqueados”.

Este es un caso que coincide con la experiencia de los periodistas de datos españoles de la muestra en torno a la insuficiencia de la Ley de Transparencia. Darbshire también admitió que en este y muchos otros casos “no todo son leyes, es la cultura”, por lo que en la estrategia de su ONG está la transformación cultural de la sociedad española: “estamos en el proceso de cambiar la cultura”. Es una perspectiva que enriquece lo dicho hasta ahora por los académicos finlandeses en torno a la nueva cultura de transparencia entre periodistas de datos finlandeses,

quienes tienden a colaborar y compartir información de forma similar que los periodistas de datos españoles de la muestra. Como afirmó Darbshire, hay una cultura de transparencia vinculada a “una realidad que es natural en la burocracia en todos los países: la información es poder y la burocracia - incluso cuando no está haciendo nada malo - tiene resistencia al cambio. Incluso si eliminamos la corrupción, tiene dificultades para mostrar como han hecho su trabajo”. Esta cultura de la transparencia -o más bien de la opacidad- en la administración pública choca frontalmente con la nueva cultura de transparencia adquirida por periodistas de datos de todo el mundo. Sin embargo, hay diferencias y niveles de choques según cada país y región.

#### **V.7.5.1. Cultura de la transparencia y acceso a la información pública en Finlandia**

Los finlandeses de la muestra no sólo consideran que su Ley de Transparencia es suficiente, sino que, en la práctica, la cultura de la transparencia de la administración finlandesa facilita el acceso a la información pública que en otros países no es posible. Turo Uskali dio más importancia en su país a la cultura de la transparencia vinculada a las prácticas de pedir información pública que a la suficiencia de la ley de acceso a la información pública:

“Creo que la ley es suficiente, muy liberal y ofrece grandes oportunidades a los ciudadanos y periodistas especializados. Hemos tenido leyes de acceso a la información pública desde hace 250 años más o menos, por lo que la ley no es tan importante: es teoría y eso está bien, está en excelente forma. Pero también está el lado práctico, cuando es fácil o no conseguir la información. Sin embargo, también tenemos varios problemas”.

Su compañero de departamento, Heikki Kuutti, elogió estas prácticas culturales en la administración pública local de la ciudad de Jyväskylä, en donde la publicación proactiva de los ayuntamientos y gobiernos locales son bastante transparentes y no exigen ni firma electrónica, ni nacionalidad, para acceder a los datos. Además, a diferencia de la experiencia

de los periodistas de datos españoles con nuestra administración pública, realizan estas publicaciones desde formatos que facilitan su lectura y análisis, como las hojas de cálculo Excel o CSV:

“Tenemos un portal de acceso abierto (Open Access) aquí en la ciudad de Jyväskylä que publica toda la información, todos los datos que llevan a otras compañías: todo lo que usan. Todo tipo de datos en formatos de Excel con cientos de miles de individuos ... información de cómo la ciudad está usando este dinero y todo lo que estén comprando de cualquier compañía y con qué propósito. Es muy transparente y eso es una forma muy conveniente de encontrar cualquier tipo de información basada en donde se mueve el dinero, ese es el punto principal... en Finlandia todo este tipo de datos está en abierto, tú mismo puedes consultarlo en internet”.

Por su parte, el periodista de datos Temo Teebes elogió la ley de acceso a la información de su país, aunque acusó de la externalización de los servicios públicos a compañías privadas, como un nuevo impedimento al acceso de información pública que solían exponer las distintas administraciones:

“La ley de acceso a la información en Finlandia es muy buena. Hay una gran diferencia con otras partes del mundo. Sin embargo, los poderes públicos están externalizando sus funciones al sector privado y en ese sentido la ley es insuficiente, ya que cualquier cosa que involucre dinero de los contribuyentes debería ser transparente”.

Se puede observar cómo tanto a nivel nacional como municipal la publicación de información de forma proactiva goza de muy buena salud en Finlandia. También se ve cómo, al igual que los periodistas de datos españoles de la muestra, en Finlandia el periodismo de datos comparte la visión de que todo aquello que involucre dinero público debe ser transparente. Sin embargo, la suficiencia de la ley de acceso a información pública y la cultura de la transparencia en la administración pública en Finlandia están sufriendo contratiempos debido a la ocultación de información pública que también es considerada



secreto comercial de empresas privadas. Al respecto, Heikki Kuutti consideró que tanto las autoridades como las empresas mixtas también tienen intereses y esto es un gran problema:

“Ahora mismo algunas actividades públicas se han mudado a actividades empresariales por lo que las autoridades están actuando con la mentalidad de ahorrar dinero y denegar todos los canales de información, porque forman parte de sus intereses comerciales... Hay un buen ejemplo en Helsinki con la renovación del metro por parte de una compañía de la que la ciudad también es propietaria: los otros propietarios han hecho una investigación y han encontrado muchos problemas para reconstruir el metro, pero la compañía no quiere dar esa información a nadie. La quieren mantener para sí incluso cuando la misma ciudad la quiere abierta: la junta de la compañía niega esto porque, de acuerdo con la ley, ella es responsable del dinero ganado por la empresa”.

Este es un problema que deriva de la cultura empresarial del sector privado que ha estado gestionando asuntos públicos, pero puede verse como desde los límites de la cultura burocrática, la cultura de la transparencia en Finlandia está muy desarrollada, lo que ayuda al mejor desempeño del periodismo de datos. Tal como asegura Turo Uskali, los conflictos entre leyes de privacidad y el derecho de acceso a la información que denunciaron los periodistas de datos españoles no es un problema en Finlandia: “No creo que sea un gran asunto. Después de todo, las autoridades saben que los periodistas respetarán la privacidad y por lo que he estudiado, no ha habido ningún gran problema hasta ahora”.

#### **V.7.5.2. LOPD, DNI electrónico y cultura de la transparencia en la administración pública española: comparación con otras realidades**

Muy diferente ha sido la experiencia contada por los periodistas de datos españoles de la muestra debido a la *Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal* (LOPD), que puede rastrearse como origen de muchos de los problemas de incumplimiento de la Ley de Transparencia española actual. Dader habló sobre este tema en

el periodismo español destacando que, la *Ley de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común* - Ley 30/1992 de 26 de noviembre de 1992 -, que regulaba el derecho al acceso de la información pública, “no marcó un hito en nuevas historias de periodismo de precisión en España, porque ya había una ley de procedimiento administrativo de la época de Franco muy similar, sin grandes cambios”. De hecho, según este académico la ley de 1992 añadió muchas más “excepciones que permitían al funcionario eludir el dar la documentación” que las que contenía la ley anterior de la época de la dictadura -Ley de 20 de julio de 1957 sobre régimen jurídico de la administración del Estado -, aunque lo que fue verdaderamente nefasto desde el punto de vista de la transparencia y el ejercicio del periodismo fue la LOPD de 1999:

“Esta ley fue una falsificación de la directiva europea de protección de datos: se hizo una ley mucho más restrictiva de lo que dice la ley europea. Se hizo una interpretación terriblemente cerrada y restrictiva que puso por encima el derecho a la intimidad y privacidad en detrimento del derecho a la información pública. A partir de ahí se generó un miedo en el funcionariado de dar datos... Ahora mismo la Ley de Transparencia actual sigue maniatada por la LOPD”.

La LOPD es un factor que impide el cumplimiento de la Ley de Transparencia actual y que ha ayudado a crear una cultura burocrática alejada de una cultura de la transparencia más próxima a la ejercida por el periodismo de datos, lo cual confirma lo dicho por Helen Darbshire en cuanto a la escala Norte-Sur en cultura de transparencia en Europa: “están los países nórdicos como Suecia, con sus leyes de 1766 y Finlandia - que a su vez era parte de Suecia en esta época-... tanto en Finlandia como en Noruega hay una cultura de transparencia más integrada en la cultura burocrática”. Estas afirmaciones coinciden con lo expresado por los expertos y periodistas de datos finlandeses, quienes no suelen tener mayores problemas al solicitar información pública. Si además tomamos en cuenta lo dicho por Kuutti, quien aseguró que “cualquier persona del mundo, incluso tú, pues hacer una petición de información

en inglés y tendrás una respuesta en pocos días”, la facilidad de pedir información parece ser una de las mayores diferencias entre esas “dos Europas” mencionadas por Darbshire:

“Desde Access Info hemos solicitado información en la gran mayoría de los países europeos y la facilidad de obtener información depende de donde estamos hablando. Tenemos un ejemplo del año pasado donde solicitamos información un viernes basándonos en una foto que habíamos visto del primer ministro de Finlandia el 18 de marzo de 2016: solicitamos el día siguiente y el lunes recibimos una versión pdf de lo que estaba enseñando un jueves”.

En su exposición sobre los distintos grados de transparencia y acceso a la información en la UE, Darbshire mencionó que uno de los indicadores clave para medir la transformación cultural es la cantidad de personas que solicitan información a través de los portales de transparencia. En el caso español señaló un freno muy importante en esta transformación cultural, también destacado por Dader cuando habló de la cultura de transparencia en la administración pública española: el DNI electrónico. En este sentido, proyectos de *Access Info* como *AsktheUE.org*, el cual consiste en utilizar su plataforma para ayudar a particulares a hacer solicitudes de información pública a la UE, son imposibles de realizar a nivel español. Al respecto, Darbshire explicó lo siguiente al comparar la situación española con la de México:

“Hemos tenido que cerrar Tu Derecho a Saber porque no se puede, es imposible con el requisito de acceso a la información: en España se exige un requisito de identidad a través del certificado digital. En México tienen una plataforma que puedes solicitar información desde todo el país, aquí no se puede, porque necesitas un certificado digital. Es una tristeza, porque esto se ha facilitado en la UE y permite este tipo de plataformas que, en muchos países, están impulsando a los solicitantes. Con *AsktheEU.org* hemos contribuido a ayudar a solicitar información”.

Al igual que Darbshire, el académico José Luis Dader relacionó la implementación de este requisito con la voluntad política de hacer efectiva las solicitudes de información pública: “el DNI electrónico o firma digital es uno de los principales problemas. En la práctica restringe mucho la posibilidad de que muchas personas puedan hacer consultas. En la administración se ha intentado establecer unas dificultades tecnológicas que no generalicen el uso del portal de transparencia”.

Después de asegurar que una Ley de Transparencia es una herramienta esencial para poder defender los derechos humanos y avanzar en las democracias, Darbshire resaltó que en España está lejos de ser suficiente, más aún si se la compararla con la situación de Europa del norte. En este sentido, Darbshire considera que la voluntad política desde los puestos de representación y de las personas que forman parte del funcionariado de las instituciones son claves para un cambio cultural:

“Las leyes escandinavas son más viejas y más débiles, pero funcionan mejor por la cultura y la voluntad política ...una persona en un ministerio que entiende y que quiere impulsar la transparencia puede cambiar toda la entidad... hemos visto casos en la UE. Cuando ha cambiado el jefe de la transparencia de la Comisión, ha cambiado de facto las solicitudes: puede depender de una persona y su actitud, que ha creado una cultura de la transparencia dentro de una administración”

### **V.7.5.3. Cultura de la transparencia y acceso a la información pública en Estados**

#### **Unidos**

Por su parte, Steve Doig aseguró que los EEUU tienen leyes de transparencia muy fuertes y pedir información no suele ser un problema. Sin embargo, al ser un Estado federado, cada estado tiene su propia constitución y las leyes de acceso a la información varían:

“En Florida, por ejemplo, la transparencia y registros oficiales están en la constitución del estado y es muy difícil para una agencia estatal denegar cualquiera información pública, con excepciones en cosas muy específicas. En otros estados tienen servicios más estrechos con la transparencia: hay poco espacio para que los burócratas y los políticos traten de no dar información pública. Algunas veces los mismos tipos de datos que he solicitado y me han dado en un estado como Florida, intentan no dármelos en otro estado como Arizona y tengo que ir a juicio para obtenerlos: al final los consigo, pero hay distintos niveles de acceso”.

En este sentido reiteró que la transparencia es una fuerza tan importante en los EEUU que va de un modo que no se considera en otras partes del mundo, ni siquiera en Europa. Según su experiencia, los periodistas europeos están pasando por el mismo proceso que él y sus colegas norteamericanos pasaron años atrás en EEUU: insistir en los informes, ir a juicio y no irte en el momento en que te dicen que no puedes tener la información solicitada: “tienes que presionar, eso fue lo que hicimos por décadas aquí en los EEUU. Creamos una transparencia que ahora es realidad”.

Con relación a las leyes de protección a la privacidad y la transparencia de cargos públicos, destacó que los funcionarios no deben esperar ningún tipo de privacidad en torno a la cantidad de dinero que reciben, las personas con que se relacionan en sus oficinas y quienes les piden o exigen: “es un requisito para las figuras políticas y este viene desde la era Nixon, cuando el candidato mostraba de forma rutinaria sus devoluciones de impuestos”. Este ejemplo en torno a la devolución de impuestos es muy importante en el caso de los EEUU, ya que en ese país “es una de las cosas más privadas para la gente común”. A pesar de esta cultura burocrática proclive a la transparencia, Doig ha presenciado casos en los que le han querido denegar datos por contener información médica personal:

“Hay ejemplos en torno a los reportes médicos: va en contra de la ley para los doctores y hospitales revelar datos sobre sus pacientes al menos que el paciente esté de acuerdo...”

Estoy buscando un conjunto de datos sobre cada persona que ha estado en hospitales estatales el último año, sin sus direcciones ni nombres personales... pero la agencia que tiene estos datos me los niega por decir que con filtrarlos y cruzarlos con otros puedo obtener información personal de algún reporte médico particular: no porque en teoría sea posible voy a hacer eso, por lo que está mal que me nieguen la información. Por eso estoy reclamando esos datos en los juzgados y eventualmente los tendré”.

Tanto en el caso de EEUU como en el de Finlandia, la mayoría de las denegaciones de información pública se dan por desconocimiento de la ley, por lo que se suelen obtener una vez se vaya a los juzgados, ya que denegarla sería incumplir la ley. Según Kuutti, a veces en la administración no saben si tienen que entregar los datos o no: “muchas de las denegaciones vienen con la explicación de que no saben si estos datos son públicos o no. Tienen que negarla para luego darla, porque siempre vamos al juzgado administrativo y obtenemos la resolución que decide si la información es pública o no. Tenemos cientos de casos así en Finlandia”. Es así como en Finlandia existe un organismo administrativo vinculante que obliga a los entes públicos a dar información que deniegan y, lo que es más importante: toda denegación de información tiene que venir acompañada de una explicación del porqué se está haciendo.

#### **V.7.5.4. Fallos de la Ley de Transparencia: su rango jurídico, incapacidad sancionadora del Consejo de Transparencia y el doble silencio administrativo**

Según Helen Darbshire, muchas de las denegaciones en España no se explican, ya que se escudan con el doble silencio administrativo de la ley que da por denegada una petición una vez pasa un tiempo sin contestación. En este sentido abogó por cambios en la ley para facilitar el acceso a la información para todos los periodistas y ciudadanos, “lo que facilitaría el buen periodismo y, por supuesto, el PD, porque los periodistas no tienen tiempo de hacer las

investigaciones, ni la paciencia y dedicación que tiene Jesús Escudero, que está trabajando y litigando”.

Otro de los grandes problemas que Access Info Europe ve en el funcionamiento de la Ley de Transparencia española tiene que ver con esta falta de tiempo para litigar por información solicitada. Se trata del hecho de que resoluciones del Consejo de Transparencia no son vinculantes. Además, este organismo no tiene capacidad sancionadora, por lo que “se tiene que ir a los juzgados a reclamar ciertas informaciones”, pero esto cuesta mucho tiempo y dinero que la mayoría de los periodistas no tienen. En este contexto mencionó el litigio estratégico como herramienta fundamental para el cambio cultural en España:

“En el caso OGP<sup>9</sup> no es lógico que en 2015 nos negaran informes entregados por los ministerios a la Moncloa sobre la aplicación e implementación del Plan de acción de Gobierno abierto... Ganamos una opinión favorable del Consejo de transparencia y el gobierno optó en litigar en contra del Consejo. Ganamos la primera instancia, el gobierno recurrió hasta segunda instancia, la Audiencia Nacional, y ahora - 2017 - es una decisión firme de la Audiencia Nacional: el gobierno debería entregarme la información y todavía no lo ha hecho. El tiempo ha pasado y la información es menos relevante, pero hemos ganado una interpretación de la ley que limita la aplicación del artículo 18”. (Helen Darbshire)

Este es un caso que recuerda el litigio de RTVE en contra de la resolución del Consejo de transparencia, mencionado por uno de los periodistas de datos españoles entrevistados: Jesús Escudero. Con el caso OGP, Darbshire nos ha mostrado incorrecciones en la aplicación de la cultura de la transparencia por parte del gobierno español al recurrir resoluciones del Consejo; incumplimiento de la ley al no entregar la información después de ir a los juzgados, e insuficiencia de la ley en el artículo 18:

---

<sup>9</sup> OGP son las siglas en inglés de Alianza para el Gobierno Abierto: Open Government Partnership.

“Es un artículo de excepciones muy amplio que dice que para aplicar las excepciones tienen que dar una justificación. Es muy útil la interpretación ya que han citado la presidencia del tribunal de Estrasburgo de Derechos Humanos. Con lo cual, esto es un ejemplo de un litigio que ha ganado tres cosas: conseguir la información, interpretar bien la ley y hacer referencia en España por primera vez a la naturaleza de derecho humano fundamental de este derecho”. (Helen Darbshire)

Es en este punto en donde resurge lo que se considera, según Access Info Europe, uno de los problemas más grave de la ley: su rango jurídico. Según Darbshire, cuando se estaba redactando la ley se intentó convencer en las campañas al gobierno español de que la ley es un derecho fundamental reconocido por el Tribunal Europeo de Derechos Humanos desde 2009: “No logramos eso, por eso no tenemos una Ley orgánica, sino una normal que entra en conflicto con muchas otras leyes”.

Darbshire insiste en que al rango jurídico de la ley se le suma la complicación de que tenemos en España la opción de distintos niveles de gobierno con diferentes opciones para cumplir la norma, lo cual suma el incumplimiento de la ley de muchos entes regionales y locales, que terminan por supeditarse a la ley estatal que “no es la mejor: tiene una puntuación de 79 sobre 150 puntos en nuestro ranking internacional y estamos en el puesto 80 sobre 115 a nivel global”. Sin embargo, también mencionó que esta complejidad del caso español con su legislación “distinta en diferentes partes, ministerios, regiones, etc..”, trae resultados en donde hay un poco de voluntad política, como en Madrid o en Barcelona, en donde, por ejemplo, no hace falta un registro electrónico para solicitar información:

“Tenemos diferentes niveles que más o menos no vienen de la ley, del marco legal sino de la voluntad política y con eso la posibilidad y la facilidad de solicitud y recibir información es muy diferente según el nivel y la entidad”.



## **V.8. Resumen analítico de resultados**

Este apartado es un análisis que resume los hallazgos de las entrevistas en profundidad llevadas a cabo en relación con los objetivos y preguntas de investigación. Este es un paso necesario para la correcta exposición de ideas en las conclusiones, las cuales deben ser lo más concretas posible en relación con nuestro objeto de estudio. En este sentido dividiremos este apartado en cinco ideas que aglutinan los hallazgos más importantes de esta parte de la investigación.

### **V.8.1. Caracterización del periodismo de datos a través del *big data* como elemento diferenciador de otras formas de periodismo**

Los periodistas de datos y expertos no llegan a admitir de forma explícita que el *big data* es un fenómeno sociocultural que diferencia al PD de otras formas de periodismo anteriores en las que se utilizaban bases de datos y se analizaban grandes conjuntos de datos. Sin embargo, si tenemos en cuenta el análisis de las unidades naturales de significado, observamos que sí reconocen en el PD elementos propios del *big data*, tales como:

1. La masificación de las herramientas para trabajar con los datos gracias al *software* libre y los activistas hacker o *hacktivistas*.
2. La enorme importancia de la existencia de datos abiertos y el reclamo de una mayor transparencia, tanto institucional como por parte del periodista o equipo que realiza las historias con datos.
3. El trabajo colaborativo en: 1- los equipos de periodismo de datos, 2- entre el equipo de PD y otras secciones de su organización periodística y 3-, entre distintas organizaciones periodísticas.

4. El trabajo en equipo con grupos de profesionales multidisciplinares, con la noticia como objeto limítrofe entre los distintos perfiles que forman parte del equipo.
5. La tendencia a poner a disposición del público y colegas los datos y resultados de las historias de PD para su reutilización. Esta es una característica de los movimientos *open data* y *software libre*.
6. La visualización de los datos para comprender mejor la información recabada y al mismo tiempo hacer más “digeribles” los resultados para cualquier usuario.

Todas estas son características que forman parte del *big data* como fenómeno sociocultural, que incluyen a los movimientos *open data* y *software libre* y el trabajo colaborativo en las prácticas de los periodistas de datos de la muestra. Son prácticas que los expertos extranjeros finlandeses también han detectado en el periodismo de datos de Finlandia, Reino Unido y Estados Unidos, por lo que no es un fenómeno exclusivo de España y puede generalizarse a nivel internacional en al menos la esfera de los países occidentales.

No obstante, aunque algunos expertos insisten en que el periodismo de datos, el periodismo de precisión y el CAR son un mismo fenómeno en donde PD es una etiqueta de moda que indica tan solo un cambio de nombre, todos los entrevistados coincidieron en resaltar los avances tecnológicos que han beneficiado al periodismo de datos. De hecho, la digitalización y la posibilidad de contrastar datos –gracias a los avances tecnológicos– sí fueron considerados por varios entrevistados como diferenciadores o propios del PD frente a otros periodismos. No en vano, para los periodistas de datos y expertos entrevistados el PD es un periodismo más objetivo y con menos sesgos, con lo cual algunas de las mitologías del *big data* como fenómeno sociocultural forman parte de la concepción de periodismo de datos: la objetividad y veracidad de los datos.

En cuanto a los fenómenos culturales, los periodistas y expertos reconocen que un mayor acceso a los datos gracias a la filosofía de datos abiertos u *open data* es otro de los elementos característicos del periodismo de datos, con lo cual se establece otra diferencia con respecto a épocas anteriores en las que no existían las leyes de transparencia como las conocemos hoy en día. Dentro de esta cultura de los datos abiertos también se encuentra la posibilidad de reproducir los resultados o informaciones que usa el PD, si bien podríamos pensar que ya el periodismo de precisión aspiraba a ello mediante su acercamiento al método científico. Sin embargo, en las prácticas del PD podemos ver una evolución de la cultura de la transparencia en las prácticas periodísticas, ya que los propios periodistas de datos tienden a mostrar el proceso por el cual llegaron a sus informaciones y a poner los datos en bruto a disposición de otros investigadores. No existe la búsqueda *per se* propia del periodismo de precisión a prácticas de las ciencias sociales.

Concretamente, estas prácticas forman parte de una revalorización de la profesión a través de la precisión periodística y el refuerzo de los valores clásicos del periodismo por medio del uso de nuevas herramientas informáticas que no existían en los tiempos del PP y el CAR y que, en la actualidad, se han extendido gracias a la democratización de la tecnología a través de la comunidad hacker activista. Aunque estas prácticas de transparencia llevadas a cabo por los periodistas son similares a aquellas del método científico a las que aspiraba el periodismo de precisión, en realidad están más enraizadas en una visión similar a la de la comunidad de *software* libre –reutilización por otros actores- y que Himanen (2001) denominó ética hacker del trabajo.

Uno de los resultados más llamativos es que la mayoría de los entrevistados reconocen la importancia de la transparencia y otros elementos propios de la era del *big data* en el periodismo, como la verificación o *fact-checking* vinculado a la objetividad y verificación de los datos. En este sentido, estos dos elementos que forman parte de los valores clásicos del

periodismo tradicional se resignifican como parte de las mitologías del *big data*, estableciéndose como elementos diferenciadores del PD con respecto al periodismo de precisión y del CAR.

Desde el punto de vista tecnológico y sociocultural el periodismo de datos representa un cambio sustancial con respecto a otras formas de periodismo que utilizaban las bases de datos y el análisis de grandes conjuntos de datos que se resumen en los siguientes puntos:

1. El uso de técnicas para generar información y tratar grandes cantidades de datos como nunca se pudo hacer, con herramientas para acceder a esos datos y poder trabajarlos (cruzarlos, filtrarlos, analizarlos, etc.).
2. El planteamiento de un conflicto entre ente investigador y órgano investigado a través del movimiento de datos abiertos *open data* y la publicación de datos de forma activa y reactiva por parte de las administraciones.
3. El refuerzo de la profundidad e investigación periodística a través del rigor, la veracidad y verificación de la información con técnicas de *fact-checking* no existentes cuando surgieron el PP y CAR.
4. La resignificación de valores periodísticos tradicionales como la objetividad y veracidad de los datos dentro de las mitologías asociadas al *big data*, que hacen que se conciba al PD como una disciplina que refuerza la profundidad e investigación periodística.

Otro elemento diferenciador del PD que nos muestran los resultados de las entrevistas en profundidad proviene directamente de la imposibilidad de encontrar un periodista de datos que reúna todas las habilidades propias para ejercer el perfil ideal, mientras que en el PP y CAR existen nombres de periodistas asociados a estas prácticas que podían ejercer por sí solos, como Philip Meyer, David Burnham o Elliot Jaspín. Gracias a esta imposibilidad se han

incorporado nuevos actores culturales en el proceso de producción noticiosa, lo cual ha derivado en la organización de equipos en donde el trabajo colaborativo practicado por profesiones propias de la era del *big data*, como los programadores, los desarrolladores web y diseñadores de productos digitales, es fundamental. Este trabajo colaborativo -implícito en la cultura de *software* libre-, donde la noticia es un objeto limítrofe entre periodistas, programadores y diseñadores, es otro aspecto fundamental del PD que lo diferencia de las prácticas del PP y el CAR.

### **V.8.2. Ley de Transparencia y surgimiento del PD en España**

La *Ley 19/2013 de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno*, fue publicada por el BOE el 10 de diciembre de 2013. Su entrada en vigor de forma escalonada hizo que hasta un año después, a partir del 10 de diciembre de 2014, no se pudieran hacer peticiones de información ni consultar datos que la administración pública pusiera a disposición de los ciudadanos. Este hecho tiene un paralelismo evidente con la emergencia del PD en algunos medios españoles desde finales de 2013, su mayor desarrollo a lo largo de 2014 y su extensión a otros medios entre el 2015 y el 2017. Son datos que coinciden con la opinión de todos los entrevistados radicados en España sobre la situación de la transparencia en este país, a saber, que a pesar de sus carencias ha mejorado desde la promulgación de la ley y aún más desde su entrada en vigor un año después. Todo esto desde la perspectiva de un periodismo que a todas luces parece militar en pro de una mayor transparencia institucional en España.

Las mejoras a la transparencia se han dado porque la ley provee de mecanismos de acceso a la información pública por parte de los periodistas, activistas y ciudadanía en general que no existían antes, lo cual a su vez ha servido de plataforma para exigir más transparencia. Uno de los puntos en donde más se ha podido ver todo este proceso de mejoría fue después de la

entrada en vigor de la ley, debido a que se crearon algunos mecanismos autonómicos y municipales para acceder a información pública que intentaron sopesar algunas de sus insuficiencias. Este fue un punto destacado por la experta en transparencia Helen Darbshire y algunos de los periodistas de datos entrevistados. Sin embargo, el hecho de que se resaltaran estos mecanismos autonómicos y municipales es un claro indicativo de que algo está fallando en la ley a nivel del Estado español y su portal. En este sentido fueron muchos los periodistas de datos españoles que señalaron la insuficiencia de la ley y su incumplimiento, apoyando así lo dicho por Helen Darbshire en su entrevista.

### **V.8.3. Insuficiencia de la Ley de Transparencia**

La insuficiencia de la ley y del portal fue confirmada con una posición casi unánime en las entrevistas a periodistas de datos españoles y expertos. La falta de capacidad sancionadora de la ley y de un registro de lobbies evidenció esta insuficiencia en los resultados de las entrevistas. Además, ante el reiterado señalamiento de los periodistas de la muestra sobre la opacidad del gobierno español y el mal funcionamiento de su portal de transparencia, los mecanismos de la ley para pedir información pública que deberían sopesar estos fallos se encuentran con dos problemas ampliamente señalados:

- 1- La tardanza al responder las peticiones de información cuando se decide responderlas.
- 2- Las muchas negativas a responder las peticiones de información pública.

Esto último se debe a que la ley y el portal van de la mano: con una Ley de Transparencia insuficiente no se puede esperar un portal mejor que la ley desde la cual nace, a menos que los funcionarios públicos encargados de las peticiones de información y

publicación de los datos públicos tuvieran una cultura de la transparencia que los llevara a suplir esta insuficiencia de la ley: en el caso español este tampoco es el caso.

Un hallazgo interesante a partir de las entrevistas a expertos extranjeros fue que, a diferencia del caso español, en Finlandia parece haber una cultura de la transparencia en la administración pública que supliría posibles insuficiencias de su ley, la cual data de 1952. Por esta razón en Finlandia, con una ley de acceso a la información pública sesenta años más vieja que la Ley de Transparencia española, parece haber un ambiente más idóneo para el desarrollo del periodismo de datos. Lo mismo puede decirse de Estados Unidos según la experiencia del periodista de datos entrevistado, en donde la ley a rasgos generales se cumple y la cultura de la transparencia en la administración pública en estados como Arkansas y Florida permite un correcto desarrollo del periodismo de datos. Además, a nivel nacional, la separación de la privacidad de un cargo público con respecto a información de interés público está tan bien establecida en Estados Unidos que desde hace ya varias décadas existe una tradición de publicación de datos económicos y sociales de personalidades políticas.

Según todos los periodistas de datos españoles entrevistados, el experto académico en periodismo de precisión y la experta en transparencia, escasea una cultura de la transparencia en la administración pública española, a lo cual se suma la falta de capacidad sancionadora del Consejo de Transparencia, el mal funcionamiento de portal, la exigencia de un DNI electrónico para poder hacer peticiones de información pública y la falta de voluntad política por parte del entonces gobierno del Partido Popular que promulgó la *Ley 19/2013 de Transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno*.

#### **V.8.4. Cultura de la transparencia en España e incumplimiento de la *Ley 19/2013 de transparencia y buen gobierno***

Entre los resultados de las entrevistas a periodistas de datos españoles y expertos, incluso la más conciliadora de las declaraciones en torno a la Ley de Transparencia - en este caso, la hecha por el periodista de datos del CEPID, Javier Galán-, formaba parte de la opinión generalizada entre todos los entrevistados radicados en España de que la administración pública española carecía de suficiente cultura de la transparencia. En este sentido, Galán puntualizó que a pesar de que la ley era apropiada en plazos, estos se incumplían. Todas las opiniones en torno al funcionamiento de la ley y el portal apuntan a una falta de cultura de transparencia en la administración pública, ejemplificada en los siguientes puntos:

- 1- El funcionamiento del portal: publica cosas obvias.
- 2- El doble silencio administrativo que permite dar por negada una petición si no se contesta y la gran cantidad de peticiones negadas por falta de contestación.
- 3- La tardanza en responder las peticiones de información pública, que en sí es prueba del incumplimiento de la ley.
- 4- Que la privacidad de un cargo público esté por encima de Ley de Transparencia en muchas de las contestaciones a peticiones de información pública, todo esto a pesar del criterio interpretativo CI/004/2015 entre la Agencia Española de Protección de Datos y el Consejo de Transparencia en torno a los datos personales de una persona que ejerce un cargo público (CI/004/2015, 2015).

Además, la comparación constante con casos de transparencia relacionados con las grandes piezas de PD en EEUU, Reino Unido y el mundo anglosajón en general, los periodistas de datos entrevistados muestran una percepción de lo que debería ser el *open data* y el *open data*



*governing* que va más allá del que se ejerce en las instituciones españolas. Esta percepción sobre qué información es pública y cuál no lo es, revela una cultura de la transparencia muy distinta en los periodistas de datos entrevistados a la que es ejercida en la administración pública a través de su portal, evidenciada en las respuestas a las peticiones de información pública hecha por los periodistas de la muestra. Que los entrevistados hayan recalcado que el portal de España debiera ser como el de Chile, el cual muestra el sueldo y bienes de absolutamente todos los funcionarios públicos, es otro ejemplo de ello.

La percepción de que la Ley de Transparencia es una ley de mínimos de cara a la galería, que busca aparentar el cumplimiento de normativas europeas, pero que al mismo tiempo el gobierno busca que no sea efectiva, parece validarse tan sólo por el rango jurídico de la misma. Al ser la LOPD una ley orgánica y la Ley de Transparencia no, los encargados de responder las peticiones de información pública tienen un rango muy amplio para basar la negación de información solicitada. Desde los altos cargos de las instituciones se sabe esto y parece validar la tesis apuntada por los periodistas de datos españoles y expertos entrevistados: la ley fue un acto electoral.

La insuficiencia de la ley también se evidencia al no haber mecanismos para hacerla cumplir, en donde la falta de capacidad sancionadora por parte del Consejo de Transparencia es un punto crucial. Ante la falta de lo que Escudero y Darbshire denominaron “cultura de la transparencia”, habría que modificar la ley para obligar a los funcionarios a cumplir con los tiempos establecidos en la misma, al tiempo que obligara y no “instara” a las instituciones públicas a publicar sus datos: nada de esto es posible sin una ley con facultades sancionadoras. De allí que Escudero destacara el contencioso-administrativo que RTVE presentó ante el recurso del Consejo de Transparencia que le instaba a publicar el desglose de los gastos de Eurovisión 2015, mientras que Darbshire resaltó el caso OGP en donde el

gobierno español recurrió resoluciones del Consejo de Transparencia y la petición de información tuvo que elevarse hasta el Tribunal Supremo.

En este sentido, el litigio estratégico como herramienta fundamental en el activismo por la transparencia y el ejercicio del PD en España es una muestra más de la insuficiencia de la Ley de Transparencia y sus mecanismos para hacerse cumplir, ya que la mayoría de los periodistas de datos no cuentan con recursos -ni económicos ni temporales- para adentrarse en litigios con el Estado para obtener información pública. Por esta razón, sin una facultad sancionadora de la ley y el actual silencio administrativo negativo que la rige no podrá haber una apertura de datos efectiva. Esto repercute directamente en el ejercicio del PD y los periodistas de datos y expertos lo corroboran. Por tanto, no es casual que el PD en España continúe en un estado incipiente a pesar del boom que tuvo a lo largo de 2015.

#### **V.8.5. Desequilibrio entre la LOPD y la Ley de Transparencia**

Otro punto a tener en cuenta es el desequilibrio entre la protección de datos personales de un funcionario público y la Ley de Transparencia. A pesar de que, en el caso de los altos cargos públicos, tanto el Consejo de Transparencia como la Agencia Española de Protección de Datos acordaran que la información personal está supeditada a la Ley de Transparencia (CI/004/2015, 2015), los entrevistados ofrecieron diversos ejemplos de negativas a peticiones de información escudadas en la LOPD.

Podemos concluir que desde el surgimiento del PD en España ha habido un boom en esta disciplina directamente relacionado con la entrada en vigor de la Ley de Transparencia y el funcionamiento del portal de transparencia. Sin embargo, la insuficiencia de la ley a través del silencio administrativo negativo y su incapacidad sancionadora han estancado el crecimiento de esta disciplina emergente, manteniéndola en un estado incipiente y dependiente de filtraciones de información que debería ser pública. A esto se le suma el incumplimiento de la

ley en cuanto a la supeditación de la privacidad de altos cargos públicos a la Ley de Transparencia, con lo cual podemos asegurar que las incongruencias entre esta ley y la LOPD que tanto el Consejo de Transparencia como la Agencia Española de Protección de Datos intentaron zanjar siguen vigentes en la práctica debido a una falta de cultura de transparencia en la administración pública.

Todos los periodistas españoles de la muestra destacaron sus valores periodísticos a través de un código deontológico que, entre otras cosas, debería ser tomado en cuenta a la hora de entregarles información pública con datos de altos funcionarios públicos. Esto quiere decir que más allá de las excusas de la administración para negar información basándose en la LOPD, estos periodistas de datos se diferencian aún más de los periodistas tradicionales al reafirmar que a diferencia de otros medios que publicaron información personal de alguna filtración, ellos siempre tienen en cuenta la privacidad de las personas y sólo publicarían datos que sean relevantes a la ciudadanía.

El hecho de que las piezas de PD con más impacto en la opinión pública provengan de filtraciones -Papeles de Panamá, Lista Falciani, Caso Cifuentes y Casado entre otros- que de información pública es un claro síntoma de falta de cultura de transparencia en la administración pública de España: la mayoría de los periodistas dijeron que las filtraciones se disparan cuando hay informaciones públicas de interés ciudadano que no se publican. Además, el apoyarse en el *crowdsourcing* es otra de las salidas que han tenido ante la falta de cultura de transparencia en la administración pública, la insuficiencia de la ley y su incumplimiento.



## CAPÍTULO VI

### RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO

En este capítulo presentaremos los resultados de la segunda fase de nuestro trabajo de campo: el análisis de contenido. Tal como se adelantó en el Capítulo II, la muestra inicial de la búsqueda de la palabra “transparencia” junto con la frase exacta “buen gobierno” en la hemeroteca digital *MyNews*, arrojó un total de 293 unidades de análisis entre el 20 de junio y 19 de diciembre de 2015. A ello se les sumaron algunos artículos de una búsqueda avanzada en Google en el mismo período con las palabras “transparencia” y “buen gobierno” en cada uno de los sitios web de los medios de la muestra, que no habían sido detectados por *MyNews*. Después de clasificar todas las publicaciones se depuró la muestra de repeticiones de artículos, reseñas de libros, artículos de suplementos de los grandes periódicos en físico y artículos de transparencia corporativa de la sección de negocios. De esta manera quedaron la muestra se compuso de 231 artículos publicados entre el 20 de junio y 19 de diciembre de 2015 por los medios *El País*, *El Mundo*, *Eldiario.es* y *Elconfidencial.com*.

Los resultados presentados aquí se dividirán en cuatro partes. Las primeras tres comprenden la cuantificación y análisis según la codificación y categorización de la muestra: resultados generales, por género periodístico, por temas y subtemas. La cuarta parte, el resumen analítico de resultados, extraerá de las tres primeras sólo aquellos elementos necesarios para alcanzar los objetivos y responder a las preguntas de investigación relacionadas con el análisis de contenido. Por último, se hace necesario esclarecer que en este capítulo las siglas PP forman parte del tipo de fuente o vocería política, por lo que significan Partido Popular en vez de lo que ha venido significando hasta ahora: periodismo de precisión.

## VI.1. Perspectiva general

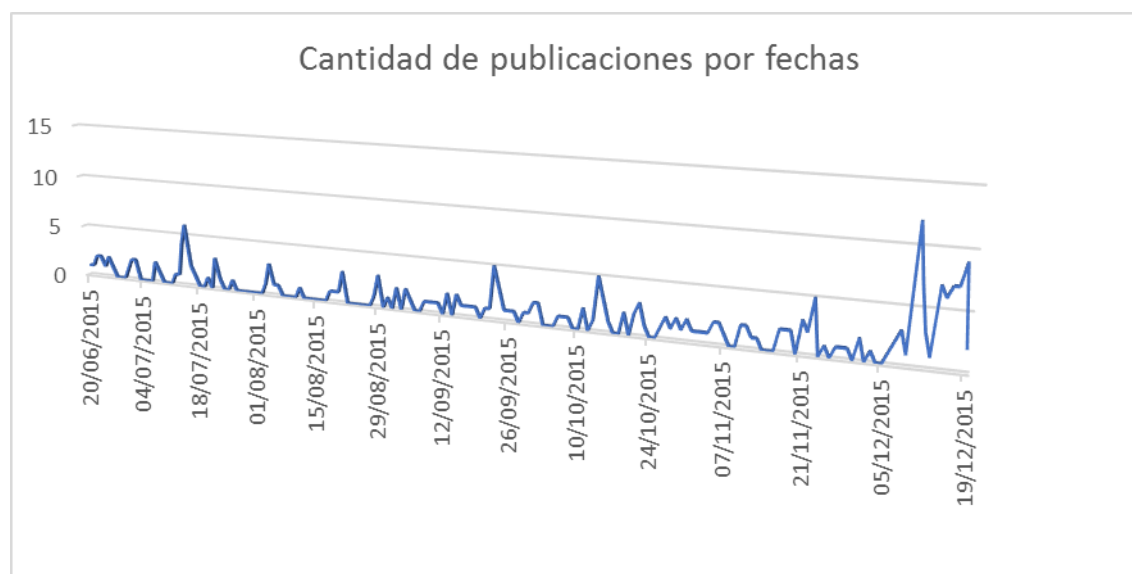


Gráfico 3. Cantidad de publicaciones por fechas. Elaboración propia.

Del total de los 183 días que componen la muestra (Anexo 3), no hubo publicaciones en 70 de ellos, por ello 0 es el mínimo de artículos publicados, mientras que el máximo fue de 12 piezas periodísticas. Este momento álgido se produjo el 10 de diciembre (9 días antes del periodo final de la muestra), coincidiendo con el primer aniversario de la entrada en vigor de la Ley de transparencia. El segundo día con mayor cantidad de publicaciones (9) fue el 18 de diciembre, último día de la campaña electoral de las elecciones del 20 de diciembre. Al día siguiente se celebraba la jornada de reflexión y, por consiguiente, no podía haber publicaciones relacionadas con los comicios.

De las 231 publicaciones 110 correspondieron a *Eldiario.es*, 45 a *Elconfidencial.com*, 48 a *El Mundo* y 28 a *El País*. Además, 155 artículos, equivalente al 67%, aparecieron en medios nativos digitales y el 33% en medios tradicionales (con 76 piezas). Esta diferencia se debe principalmente a la importante cantidad de artículos publicados por el diario de ideología progresista *Eldiario.es*, con 110 artículos (Tabla 5).

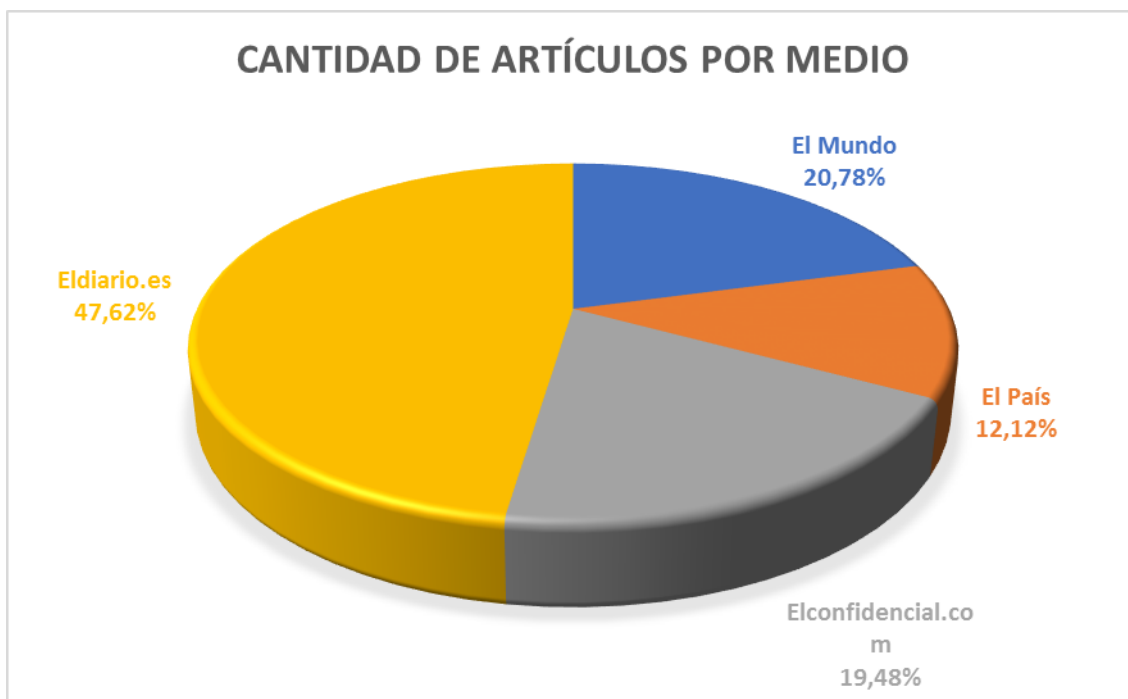


Gráfico 4. Cantidad de artículos por medio. Elaboración propia.

<b>TABLA DE DATOS DE CANTIDAD DE ARTÍCULOS POR MEDIO</b>		
<b>Medio</b>	<b>Número de artículos</b>	<b>Porcentaje</b>
<i>El Mundo</i>	48	20,78%
<i>El País</i>	28	12,12%
<i>Elconfidencial.com</i>	45	19,48%
<i>Eldiario.es</i>	110	47,62%
<b>Total</b>	<b>231</b>	<b>100%</b>

Tabla 5. Cantidad de artículos por medio. Elaboración propia.

Si excluimos a este nativo digital de la muestra, *El Mundo*, cabecera tradicional proveniente del papel, sería el medio que reuniría el mayor número de artículos (48), por lo que no puede asegurarse que las diferencias entre la cantidad de publicaciones de los medios se deban a su origen digital o impreso. Lo que sí es notable es que el *Eldiario.es*, el medio más pequeño, totalice casi la mitad de todos los artículos de la muestra.

#### **VI.1.1. Periodización de la muestra**

Los 183 días del período de la muestra representan la mitad del año 2015 y comprenden desde el 20 de junio hasta el 19 de diciembre. Los 183 días se dividieron entre 6, obteniendo seis

períodos análogos a un mes, unos con 30 días y otros con 31 días, comenzando el primer mes de la muestra en el 20 de junio y terminando el 19 de julio, y así sucesivamente hasta terminar el sexto mes y, concretamente, el último día de la muestra: el 19 de diciembre. De esta forma, los 6 períodos seleccionados de la muestra se denominaron de la siguiente manera:

- Mes 1: período comprendido entre el 20 de junio y 19 de julio de 2015.
- Mes 2: período comprendido entre el 20 de julio y 19 de agosto de 2015.
- Mes 3: período comprendido entre el 20 de agosto y 19 de septiembre de 2015.
- Mes 4: período comprendido entre el 20 de septiembre y 19 de octubre de 2015.
- Mes 5: período comprendido entre el 20 de octubre y 19 de noviembre de 2015.
- Mes 6: período comprendido entre el 20 de noviembre y 19 de diciembre de 2015.

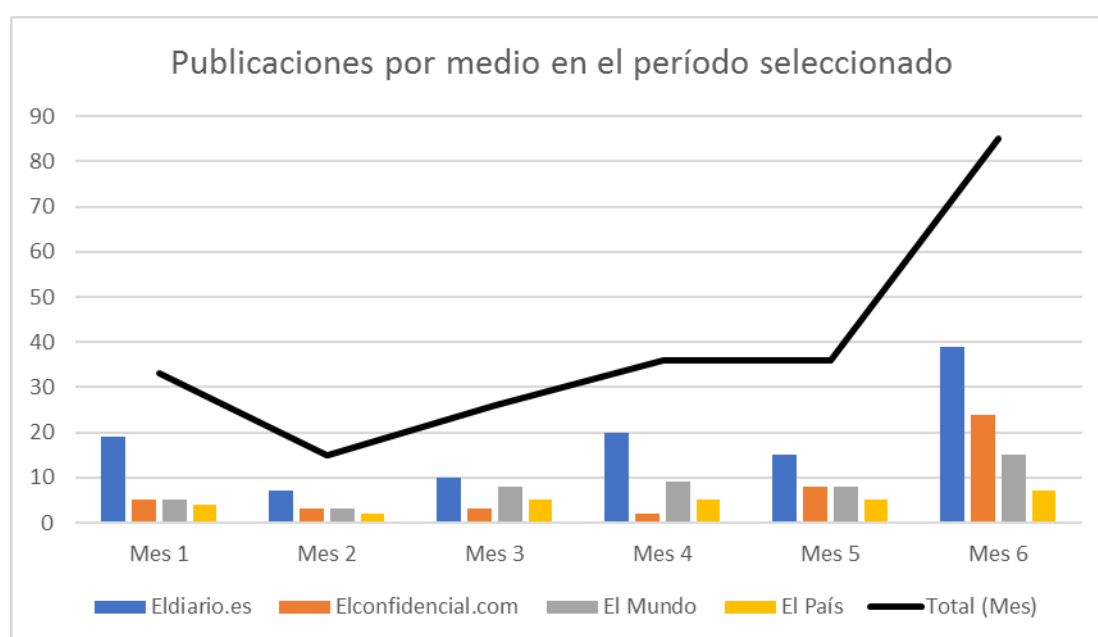


Gráfico 5. Publicaciones por medio a través del tiempo. Elaboración propia.

En casi todos los períodos seleccionados se observó cómo las publicaciones de *Eldiario.es* determinaron la tendencia general de la muestra, con excepción de las publicaciones entre los períodos septiembre-octubre (Mes 4) y octubre-noviembre (Mes 5), en donde la tendencia general se mantuvo prácticamente estable a pesar de que *Eldiario.es* bajara de 20



publicaciones (55,6% del total del Mes 4) a 15 (41,67% del total del Mes 5). Esta bajada del 13,89% entre los dos períodos por parte de *Eldiario.es* fue compensada por un aumento análogo del 13,89% entre los mismos períodos en el total de publicaciones del resto de los medios, que de sumar 16 artículos en el Mes 4 aumentaron a 21 en el Mes 5.

El repunte observado entre los dos últimos períodos seleccionados coincide con los dos acontecimientos ya señalados como relevantes para el análisis de la muestra: las elecciones generales del 20 de diciembre de 2015 y el aniversario de la entrada en vigor de la ley de transparencia el 10 de diciembre. Como se puede apreciar en el Gráfico 3, los meses que coinciden con menor actividad en las redacciones por las vacaciones de verano son los que menos publicaciones tienen en el total de artículos publicados de cada uno de los períodos seleccionados. Sin embargo, al observar con más detalle se aprecia que esta regla no se cumple en cada uno de los medios: los períodos con menos publicaciones en *Elconfidencial.com* han sido los meses 2, 3, y 4, mientras la tendencia general es a la baja en los mismos períodos que *Eldiario.es* reporta menor actividad, los meses 2 y 3.

Medio/Mes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Totales (%)
<i>Eldiario.es</i>	19	7	10	20	15	39	47,62%
<i>Elconfidencial.com</i>	5	3	3	2	8	24	19,48%
<i>El Mundo</i>	5	3	8	9	8	15	20,78%
<i>El País</i>	4	2	5	5	5	7	12,12%
<b>Totales</b>	33	15	26	36	36	85	100%
<b>Totales (%)</b>	14,29%	6,49%	11,26%	15,58%	15,58%	36,80%	

Tabla 6. Artículos publicados por medio a través del tiempo. Elaboración propia.

A primera vista, desde una perspectiva global y descriptiva (Tabla 6), podemos resumir los resultados más generales del análisis de contenido en los siguientes puntos:

- 1- Todos los medios han aumentado considerablemente sus publicaciones en el último período seleccionado, el mes 6.
- 2- *Eldiario.es* fue el medio que más publicaciones tuvo, un 47,62% de la muestra.

- 3- La diferencia en la cantidad de publicaciones no obedece a la naturaleza nativa-digital o tradicional de cada medio.

Estos resultados no son concluyentes hasta que se desglose la muestra por género y tema, por lo que a continuación se verán los resultados según el género periodístico.

## VI.2. Resultados según el género periodístico

De las 231 publicaciones analizadas sólo 4 pertenecían al género de la entrevista, cerca de un 2% de la muestra. Sin embargo, 27 piezas fueron artículos de opinión, lo que constituye un 11,7%, mientras que las 43 publicaciones del género del reportaje conformaron un 18,6% del total. La noticia fue el género con más publicaciones: con 157 artículos, alcanzando más del doble de la suma de los otros 3 géneros analizados y más del triple del reportaje, género que le sigue por cantidad de artículos publicados. Debido a la naturaleza de cada género, era de esperar que la noticia tuviera más publicaciones, seguido por el reportaje, los artículos de opinión y, por último, la entrevista.

<b>TABLA DE DATOS DE CANTIDAD DE ARTÍCULOS PUBLICADOS POR GÉNERO</b>		
<b>Género de la publicación</b>	<b>Número de artículos</b>	<b>Porcentaje</b>
Entrevista	4	1,7%
Noticia	157	68%
Opinión	27	11,7%
Reportaje	43	18,6%
Total	231	100%

Tabla 7. Cantidad de artículos publicados por género. Elaboración propia.

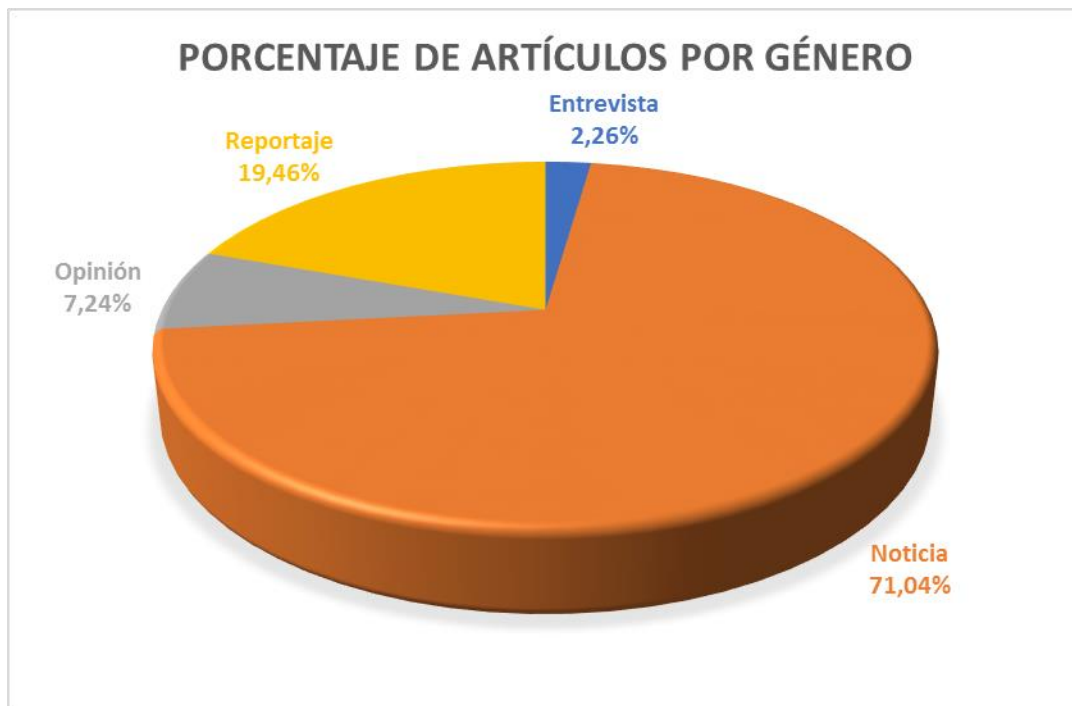


Gráfico 6. Porcentaje de artículos por género. Elaboración propia.

Si dividimos la cantidad de artículos publicados por género, en cada uno de los períodos seleccionados de la muestra, se observa un repunte análogo al señalado anteriormente en el análisis a través del tiempo.

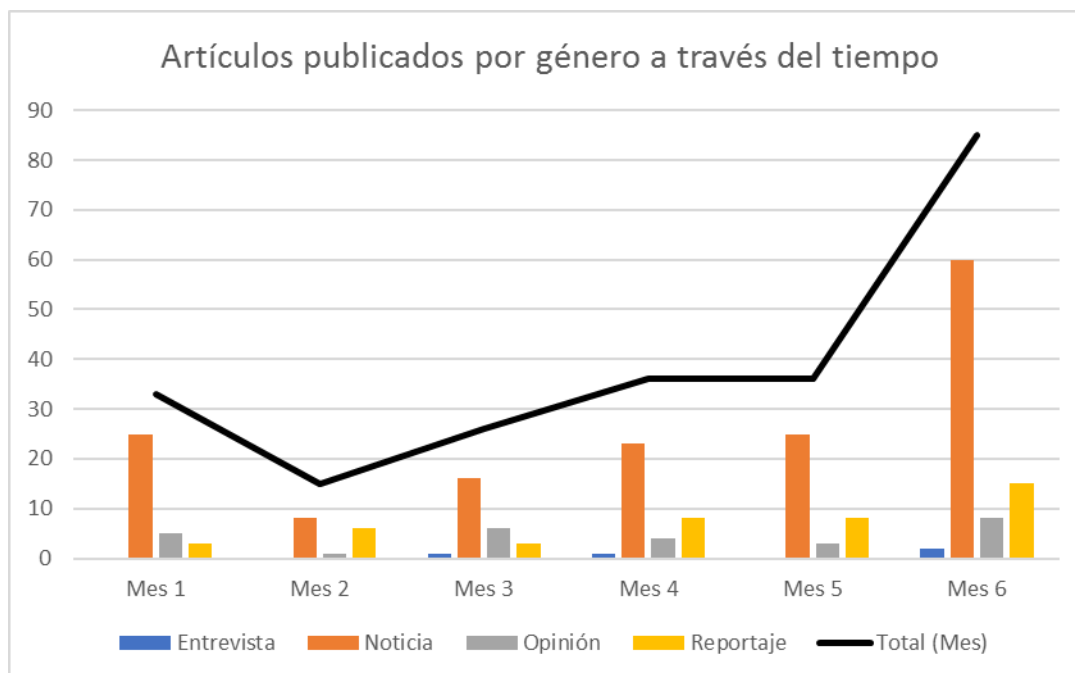


Gráfico 7. Artículos publicados por género a través del tiempo. Elaboración propia.

Aunque la noticia fue el género que más influyó en el repunte de la tendencia general (Gráfico 7), todos los géneros ayudaron entre los dos últimos períodos. En este sentido, la noticia pasó de 25 publicaciones a 60 en el último período, el reportaje de 8 a 15, el artículo de opinión de 3 a 8 y la entrevista de 0 a 2 (Tabla 8).

TABLA DE DATOS DE ARTÍCULOS PUBLICADOS POR GÉNERO A TRAVÉS DEL TIEMPO						
Género	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Entrevista	0	0	1	1	0	2
Noticia	25	8	16	23	25	60
Opinión	5	1	6	4	3	8
Reportaje	3	6	3	8	8	15

Tabla 8. Cantidad de publicaciones por género a través del tiempo. Elaboración propia.

Si desglosamos la cantidad de artículos publicados por género en función de los medios que forman parte de la muestra, se observa que el prodominio cuantitativo de *Eldiario.es* en el total de artículos publicados se debe sobre todo a la noticia. Con 88 artículos noticiosos, *Eldiario.es* tiene más del doble de la cantidad publicada por el segundo medio con mayor cantidad de noticias, *El Mundo*, cuyo total es 33.

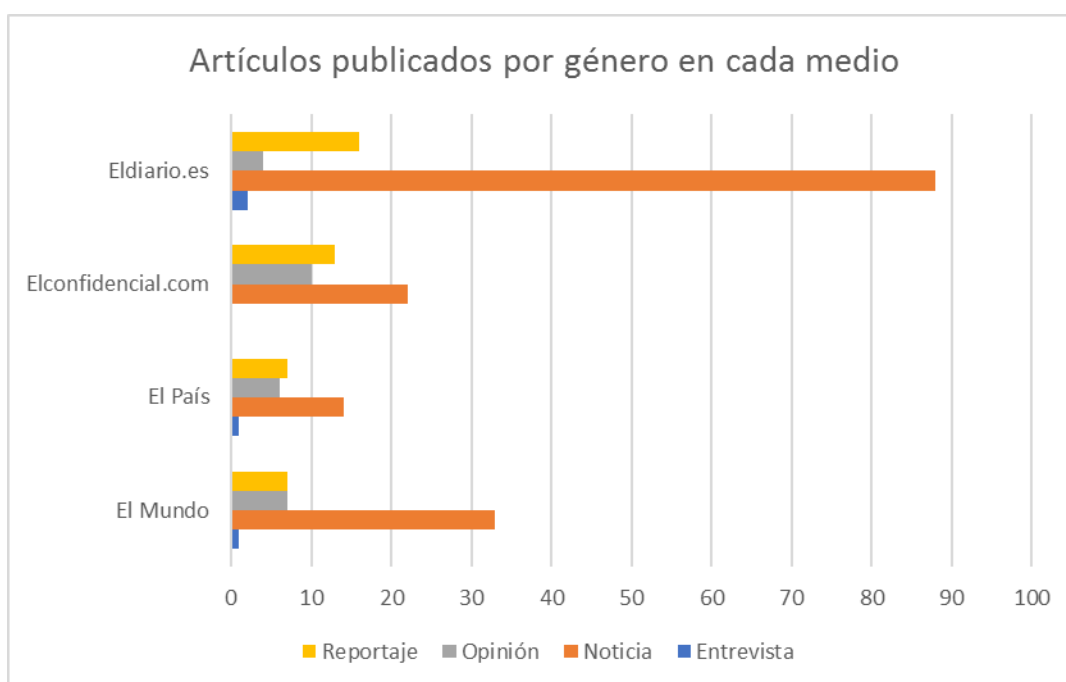


Gráfico 8. Artículos publicados por género en cada medio. Elaboración propia.

A pesar de que *Eldiario.es* también ha sido el medio con mayor cantidad de reportajes publicados en la muestra, sus 16 piezas no representan una diferencia tan significativa con respecto al medio que le sigue en número de reportajes publicados: *Elconfidencial.com* con 13. Sin embargo, mientras *Eldiario.es* publicó 2 de las 4 entrevistas que forman parte de la muestra, tan solo publicó 4 artículos de opinión, género en el cual *Elconfidencial.com* tienen la mayor cantidad publicaciones: 10. En este género, *El Mundo* publicó 7 y *El País* 6, y una entrevista cada uno. Por su parte, *Elconfidencial.com* no tiene ninguna entrevista publicada, siendo el único medio sin publicaciones en al menos uno de los géneros analizados en este estudio.

<b>TABLA DE DATOS DE ARTÍCULOS PUBLICADOS POR GÉNERO EN CADA MEDIO</b>				
<b>Género</b>	<i>El Mundo</i>	<i>El País</i>	<i>Elconfidencial.com</i>	<i>Eldiario.es</i>
<b>Entrevista</b>	1	1	0	2
<b>Noticia</b>	33	14	22	88
<b>Opinión</b>	7	6	10	4
<b>Reportaje</b>	7	7	13	16

Tabla 9. Cantidad de artículos publicados por género en cada medio. Elaboración propia.

### VI.2.1. Noticias

De las 157 noticias de la muestra el 56,05% son de *Eldiario.es*, un 21,02% de *El Mundo*, otro 14,01% de *Elconfidencial.com* y tan sólo un 8,92% de *El País*. Los medios nativos digitales suman 110 artículos noticiosos, el 70,06%, mientras que los tradicionales tienen el 29,94% con 47 publicaciones en este género.

<b>TABLA DE DATOS DE NOTICIAS POR MEDIO</b>		
<b>Medio</b>	<b>Cantidad de noticias</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
<i>El Mundo</i>	33	21,0
<i>El País</i>	14	8,9
<i>Elconfidencial.com</i>	22	14,0
<i>Eldiario.es</i>	88	56,1
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100,0</b>

Tabla 10. Cantidades de noticias por medio. Elaboración propia.

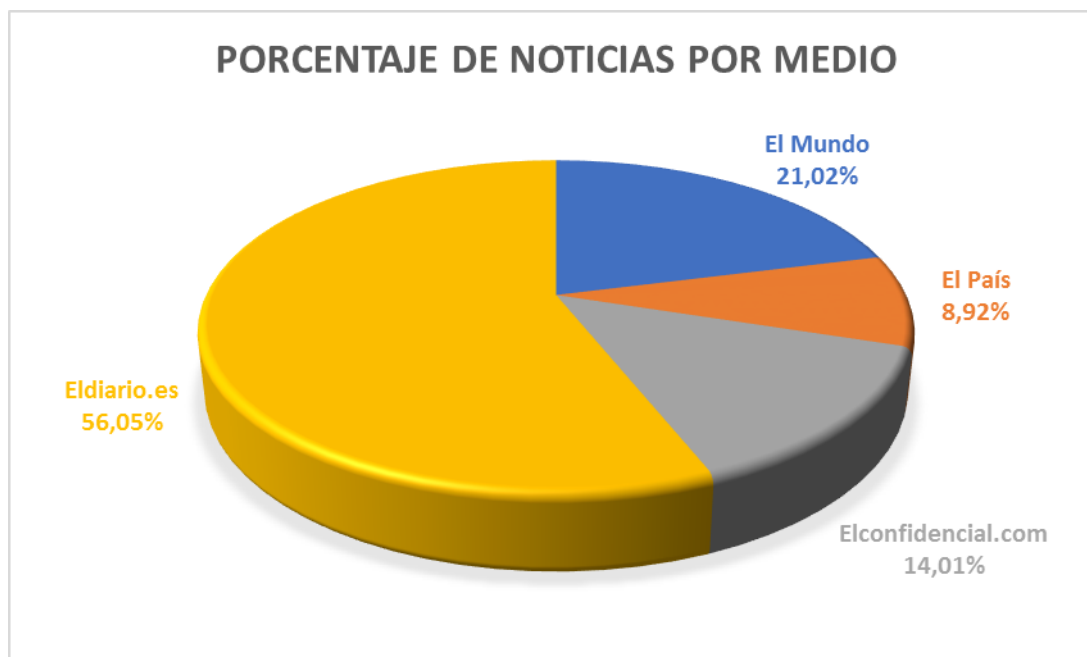


Gráfico 9. Porcentaje de noticias por medio. Elaboración propia.

La diferencia entre las noticias publicadas por los dos medios digitales es del 42,04%, cuadruplicando *Eldiario.es* las cantidades de *Elconfidencial.com*. Por su parte, *El Mundo* tuvo más del doble de publicaciones que *El País* en este género, con una diferencia del 12,1% entre la cantidad de noticias publicadas por ambos medios.

Al observar la cantidad de noticias publicadas por medio a través de los períodos seleccionados, nuevamente se ve como *Eldiario.es* el medio que más influye en la tendencia general de los artículos noticiosos.

<b>TABLA DE DATOS DE NOTICIAS PUBLICADAS POR MEDIO A TRAVÉS DEL TIEMPO</b>							
<b>Medio</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Totales</b>
<i>Eldiario.es</i>	16	6	8	15	12	31	88
<i>Elconfidencial.com</i>	3	0	0	0	3	16	22
<i>El Mundo</i>	4	2	5	7	6	9	33
<i>El País</i>	2	0	3	1	4	4	14
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>23</b>	<b>25</b>	<b>60</b>	<b>157</b>

Tabla 11. Cantidad de noticias publicadas por medio a través del tiempo. Elaboración propia.

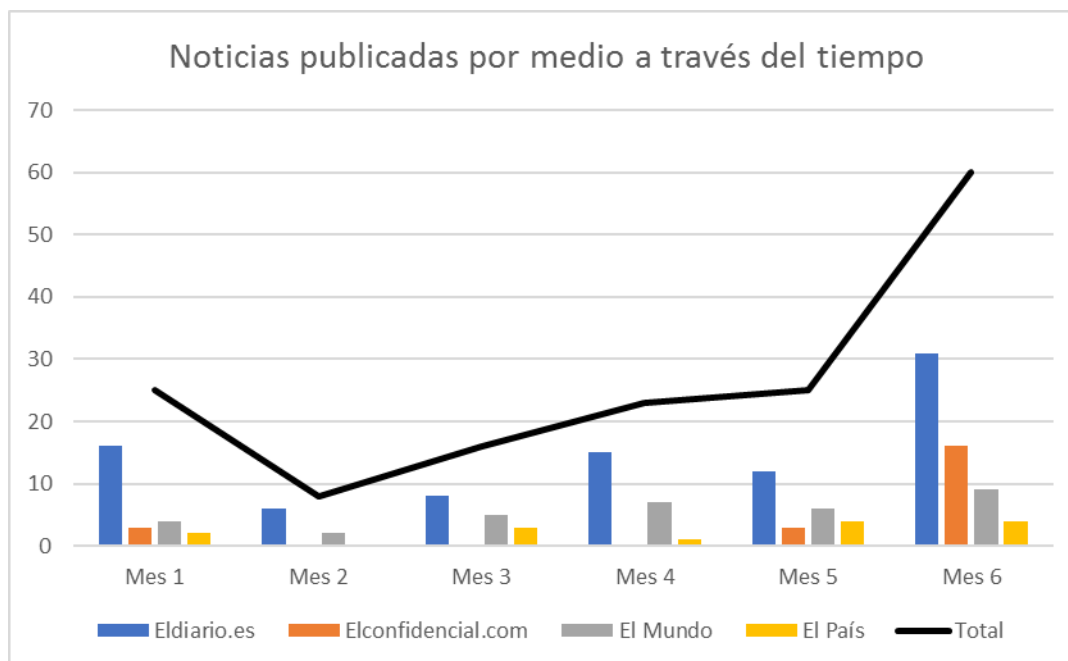


Gráfico 10. Noticias publicadas por medio a través del tiempo. Elaboración propia.

TENDENCIA PORCENTUAL DE LAS NOTICIAS PUBLICADAS POR MEDIO A TRAVÉS DEL TIEMPO					
Tendencia	Meses 1-2	Meses 2-3	Meses 3-4	Meses 4-5	Meses 5-6
<b>General (Total)</b>	-68%	+100%	+43,75%	8,69%	140%
<i>Eldiario.es</i>	-62,5%	+33,33%	+87,5%	-20%	158,33%
<i>Elconfidencial.com</i>	-300%	Estable	Estable	300%	433,33%
<i>El Mundo</i>	-50%	+150%	+40%	-14,28%	+50%
<i>El País</i>	-200%	+300%	-66,66%	300%	Estable

Tabla 12. Tendencia porcentual de las noticias publicadas a través del tiempo. Elaboración propia.

Todos los medios disminuyeron el volumen de noticias entre el primer y segundo período, mientras que entre el segundo y el tercero subieron, a excepción de *Elconfidencial.com* que se mantuvo sin publicar sobre esta temática. Ya entre el tercer y cuarto período es más evidente la influencia de *Eldiario.es* en la tendencia general al alza, ya que *Elconfidencial.com* siguió estable sin publicaciones y *El País* disminuyó el número de piezas noticiosas: sólo *El Mundo* los acompañó en el aumento de cantidades, aunque sus 7 publicaciones son menos de la mitad de las de *Eldiario.es*. Sin embargo, entre el cuarto y quinto período vemos un alza en la tendencia general que no se corresponde con la cantidad de noticias publicadas por

*Eldiario.es*, por lo que sería el único período en donde su influencia no fuera la predominante en el total de la muestra.

### VI.2.1.1. Por autoría

De las 157 noticias publicadas 45 son de la agencia EFE, 27 de EUROPA PRESS (EP) y 1 está creada a partir de varias noticias de agencias, lo que suma 73 publicaciones. Por su parte, cada medio se adjudicó la autoría de 35 noticias del total: 17 de *Eldiario.es*, 9 de *El Mundo*, 5 de *El País* y 4 de *Elconfidencial.com*. Destacaron dos noticias adjudicadas a medios aliados: 1 de *Asturias 24* y 1 de *La Palma Ahora*, ambas publicadas por *Eldiario.es*. Esto deja un total de 47 noticias con autoría nominal.

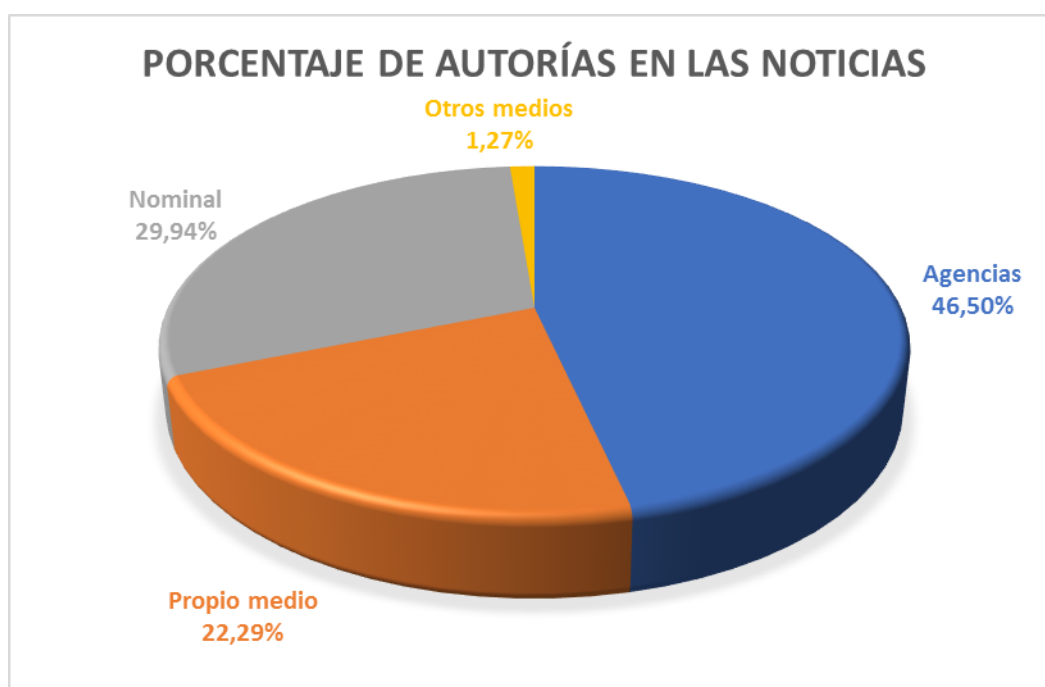


Gráfico 11. Porcentaje de autorías en las noticias. Elaboración propia.

Si observamos el total de noticias publicadas por medio según su autoría, de las 73 publicaciones de agencias, 44 son de *Eldiario.es*: 21 de EFE y 23 de EP. Otro medio con publicaciones de agencias diversas fue *El Mundo* que, de un total de 15, 11 fueron de EFE y 4 de EP, mientras que todas las 13 noticias de agencia de *Elconfidencial.com* pertenecían a EFE. *El País* tiene en total una sola publicación de agencia, cuya autoría adjudica a



“agencias”, dando a entender que se ha compuesto de varias informaciones de agencias distintas. Por otro lado, de las 47 autorías nominales, *Eldiario.es* tiene 25, *El Mundo* 9 y *El País* y *Elconfidencial.com* 5 respectivamente.

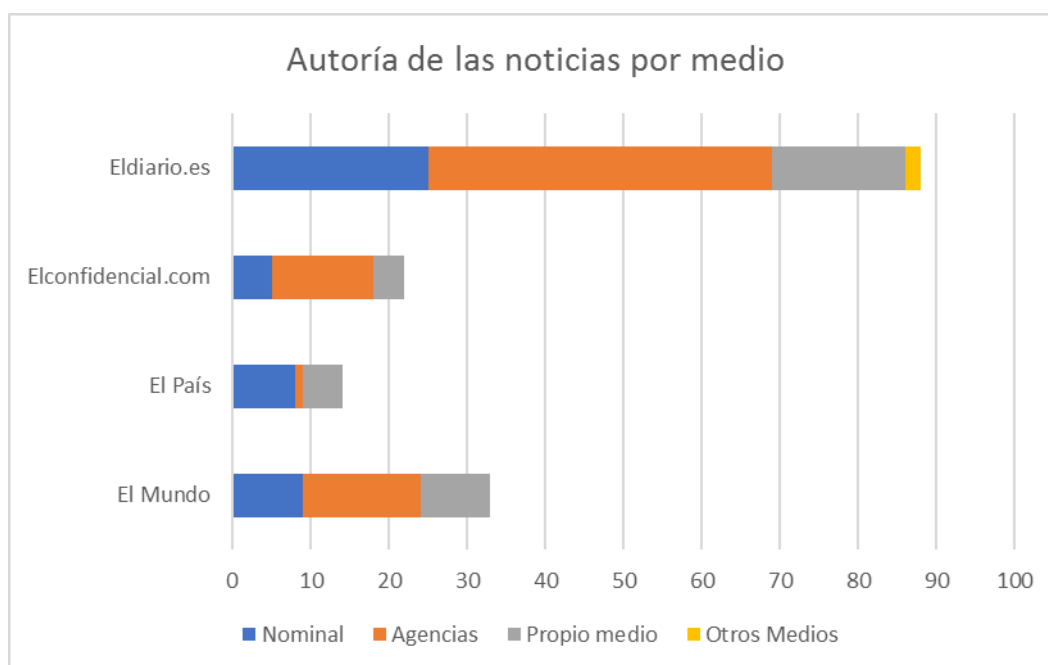


Gráfico 12. Autoría de las noticias por medio. Elaboración propia.

TABLA DE DATOS DE AUTORÍA DE NOTICIAS POR MEDIO					
Autoría	Medios				Total
	<i>El Mundo</i>	<i>El País</i>	<i>Elconfidencial.com</i>	<i>Eldiario.es</i>	
<b>Nominal</b>	9	8	5	25	47
<b>Agencias</b>	15	1	13	44	73
<b>Propio medio</b>	9	5	4	17	35
<b>Otros Medios</b>	0	0	0	2	2

Tabla 13. Autoría de las noticias por medio. Elaboración propia.

Al desglosar el total de las autorías nominales por medio en las noticias tenemos que la periodista de *Eldiario.es*, Alicia Avilés Pozo, es la autora con mayor cantidad de publicaciones con 4 noticias. Le siguen 6 periodistas con dos publicaciones cada uno: Adolf

Beltran Diego Jimeno Manrique y María José Alarcón de *Eldiario.es*, Marta Belber de *El Mundo*, Elisa Silió de *El País* y Miguel Ayuso de *Elconfidencial.com*.

<b>TABLA DE DATOS DE LAS NOTICIAS CON AUTORÍA NOMINAL POR MEDIO</b>					
<b>ELDIARIO.ES</b>		Pedro Serrano Solana	1	<b>EL PAÍS</b>	
Alicia Avilés Pozo	4	Rubén Vivar	1	Elisa Silió	2
Adolf Beltran	2	Salvador Lachica	1	Científicos particulares	1
Diego Jimeno Manrique	2	Toni Cuquerella / Voro Maroto	1	Esther Sánchez	1
Francisca bravo	2	TOTAL	25	Ivanna Vallespín	1
María José Alarcón	2	<b>EL MUNDO</b>		José Marcos	1
Ángel Falcón	1	Marta Belber	2	Luis R. Aizpeolea	1
Belén Carreño	1	Andrés Corpas	1	Miquel Alberola	1
Blanca Blay	1	Germán González	1	TOTAL	8
David Lombao	1	H. Sanjuan	1	<b>ELCONFIDENCIAL.COM</b>	
Iago Otero Paz	1	Luis Ángel Sanz	1	Miguel Ayuso	2
Jaron Rowan / Pedro Jiménez	1	Manuel M <sup>a</sup> Becerro	1	Amparo De La Gama	1
Lucrecia Hevia	1	María Hernández	1	David Fernández	1
Marta Peirano	1	R.N.G.	1	Jesús Escudero	1
Óscar F. Civieta	1	TOTAL	9	TOTAL	5

Tabla 14. Autoría nominal de las noticias por medio. Elaboración propia.

### VI.2.1.2. Por fuentes

De las 157 noticias de la muestra 131 reprodujeron directamente las informaciones interesadas de la fuente, lo cual es más del 80% de las noticias de la muestra. Entre las 131 noticias con fuentes interesadas, 93 eran de representantes o comunicados de algún partido político y 1 era reproducción del contenido programado de uno de estos, por lo que la utilización de partidos políticos como fuente directa de las noticias representó más del 68% de total de publicaciones noticiosas con fuentes directas interesadas, lo que a su vez representa casi el 60% del total de noticias de toda la muestra. Un total de 24 noticias utilizaron alguna

institución pública como fuente interesada, mientras que sólo 13 reprodujeron los intereses de alguna institución privada.

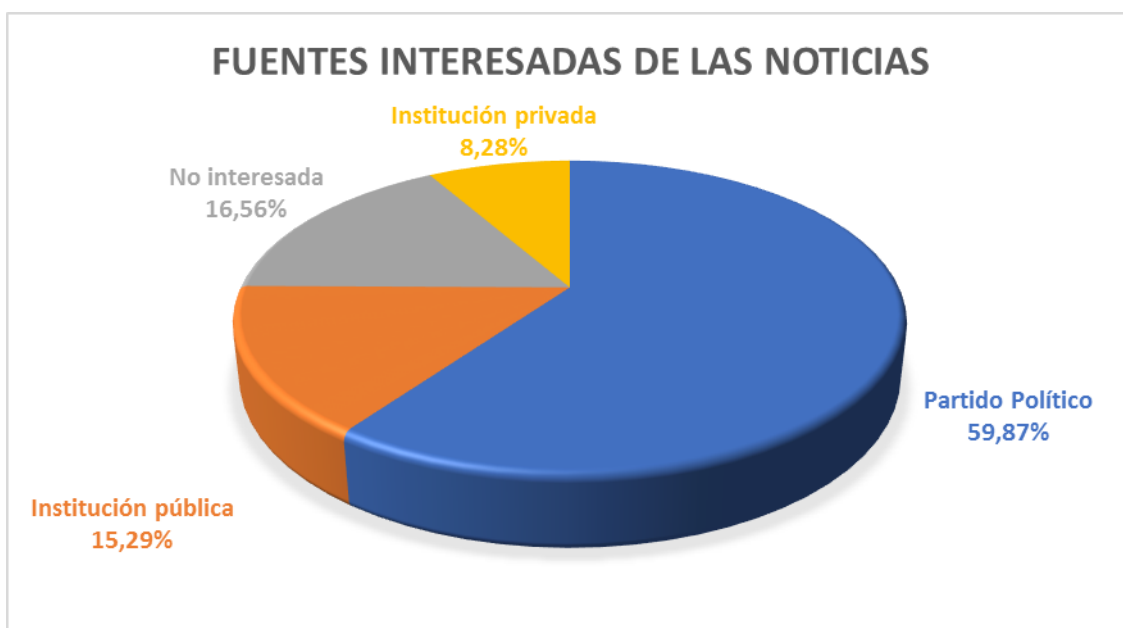


Gráfico 13. Porcentajes de las fuentes interesadas de las noticias. Elaboración propia.

El partido político con mayor cantidad de reproducciones directas en las noticias fue el PP, con 32 noticias que utilizaron a algún vocero de este partido como fuente del artículo. El PSOE fue el siguiente partido con mayor cantidad de reproducciones directas como fuente en las noticias, con 26 publicaciones. En cantidades le siguen Podemos con 10 noticias, aunque si sumamos el total de las confluencias con las que fue la formación morada ese año (En Comú Podem y Ahora Madrid), tuvo un total de 12 noticias que lo reprodujeron como fuente política interesada.

El siguiente partido en cantidades fue Compromís, con 6 noticias, mientras que el PNV fue reproducido en 4 artículos. Ciudadanos y Geroa Bai fueron reproducidos 3 veces cada uno. También hubo noticias con reproducción de fuentes políticas interesadas mixtas: una noticia reproduciendo voceros del PP y el PNV, otra del PSOE e IU y otra del PP y el PSOE.

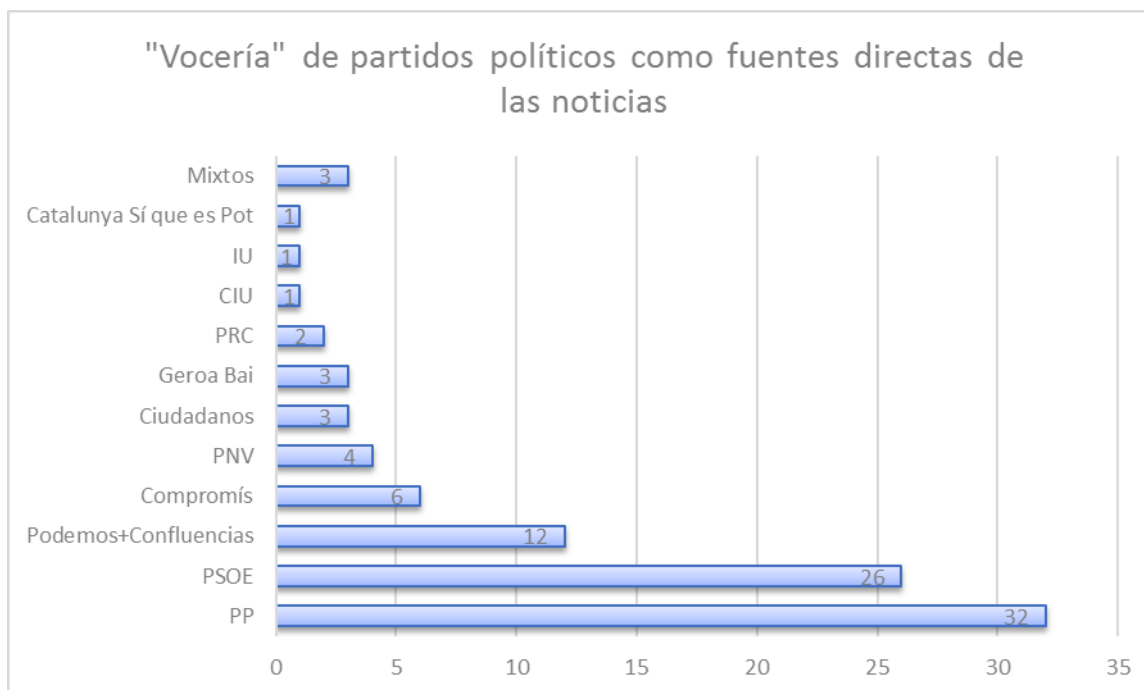


Gráfico 14. Vocería de partidos políticos como fuentes directas de las noticias. Elaboración propia.

Si desglosamos estos datos por medio, salta a la vista que el único medio en reproducir fuentes interesadas de Podemos fue *Eldiario.es*. También destaca como el PP fue reproducido unas 14 veces por este medio, 10 por *El Mundo* y 4 tanto en *Elconfidencial.com* como en *El País*, lo cual llama mucho la atención si tomamos en cuenta que *Eldiario.es* es un medio con una línea editorial adversa al PP. Sin embargo, si observamos la cantidad de reproducciones directas del PSOE por medio, tenemos que *Eldiario.es* superó en 4 unidades la cantidad de reproducciones directas que hizo del PP: sus 18 noticias fueron seguidas por *El Mundo* (4), *Elconfidencial.com* (2) y *El País* (2).

Destacan las pocas reproducciones del PSOE en *El País*, medio que solía tener una línea editorial más favorable hacia este partido en años anteriores, así como el hecho de que no publicó ninguna noticia que reprodujera alguna “vocería” de Compromís, Podemos y las confluencias e IU: sólo publicó voceros de partidos del bipartidismo, Ciudadanos y PNV.

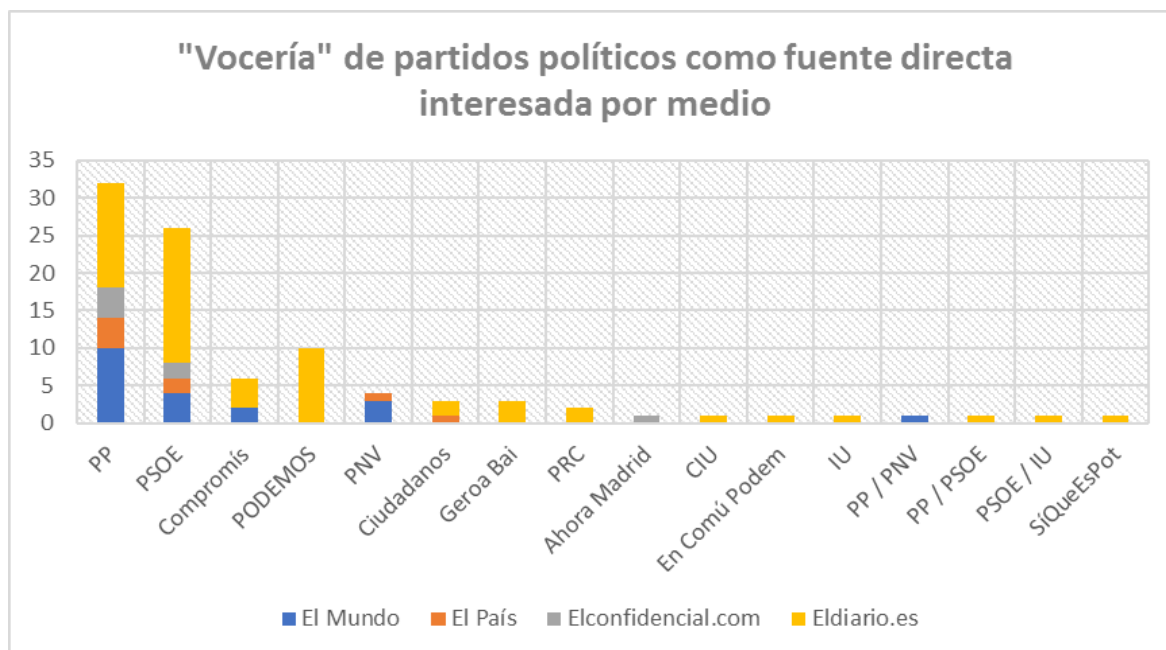


Gráfico 15. "Vocería" de partidos políticos como fuente directa interesada por medio en Noticias. Elaboración propia.

Tabla de datos de "Vocería" de partidos políticos como fuente directa interesada por medio en las noticias					
	<i>El Mundo</i>	<i>El País</i>	<i>Elconfidencial.com</i>	<i>Eldiario.es</i>	Total
<b>PP</b>	10	4	4	14	32
<b>PSOE</b>	4	2	2	18	26
<b>Compromís</b>	2	0	0	4	6
<b>PODEMOS</b>	0	0	0	10	10
<b>PNV</b>	3	1	0	0	4
<b>Ciudadanos</b>	0	1	0	2	3
<b>Geroa Bai</b>	0	0	0	3	3
<b>PRC</b>	0	0	0	2	2
<b>Ahora Madrid</b>	0	0	1	0	1
<b>CIU</b>	0	0	0	1	1
<b>En Comú Podem</b>	0	0	0	1	1
<b>IU</b>	0	0	0	1	1
<b>PP / PNV</b>	1	0	0	0	1
<b>PP / PSOE</b>	0	0	0	1	1
<b>PSOE / IU</b>	0	0	0	1	1
<b>Catalunya SíQueEsPot</b>	0	0	0	1	1

Tabla 15. "Vocería" de partidos políticos como fuente directa interesada por medio en las noticias. Elaboración propia.

Estas anomalías podrían explicarse si cuantificamos la cantidad de noticias que reproducen fuentes interesadas de los partidos políticos que proceden de una noticia de agencia. Así, de las 14 noticias que reproducen fuentes interesadas del PP en Eldiario.es, 10 de ellas proceden de agencias (6 de EFE y 4 de EP), mientras que 4 son de elaboración propia: 2 firmadas por la redacción y 2 por sus autores. Si analizamos los relatos periodísticos desde esta perspectiva, se puede apreciar con tan sólo ver los titulares como un exceso de noticias de agencias termina por posicionar voceros que no suelen destacar la línea editorial de este medio (Tabla 16):

TITULAR	AUTOR	FUENTE
Ayllón dice que ningún gobierno ha afrontado agenda tan contundente contra corrupción	EFE	José Luis Ayllón
Ayllón asegura que España está a medio camino en las reformas que necesita	EFE	José Luis Ayllón
Becerril apuesta por la transparencia y el control de gasto para evitar la corrupción	EFE	Soledad Becerril
Sáenz de Santamaría reta a rebatir el decálogo de mejoras que facilitan los PGE de 2016	EFE	Soraya Sáenz de Santamaría
Montoro dice que la administración pública ha superado la maldición de Larra: No queda afortunadamente nada	EP	José Alberto Martín-Toledano
Cifuentes se suma al plan del Ayuntamiento de Madrid para Ifema	EP	Cristina Cifuentes
PP afea a PSOE que pida fondos para Memoria mientras apoya a un Podemos antisemita con proclamas guerracivilistas	EP	Pedro Gómez de la Serna
El PP será exigente al máximo en transparencia pese a dejar sin aprobar su ley	<i>Eldiario.es</i>	PP Castilla La Mancha

Tabla 16. Ejemplos de noticias por autoría que reproducen fuentes interesadas del PP en *Eldiario.es*. Elaboración propia.

En todos los titulares con autoría de agencia de la tabla 16, *Eldiario.es* reprodujo directamente los intereses de algún vocero que hizo las declaraciones, mientras que en la noticia con autoría propia del medio intenta restar importancia a la declaración del PP de Castilla-La Mancha al publicarla junto con una crítica directa al partido en el mismo titular. Sin embargo, si hacemos el mismo ejercicio de análisis de titulares con las noticias de fuentes interesadas del PSOE en este medio, las diferencias en el tratamiento informativo de las noticias con autoría propia con respecto a las de agencias no son tan evidentes (Tabla 17).

TITULAR	AUTOR	FUENTE
El Gobierno canario inicia el proceso para regular las puertas giratorias	EFE	Aarón Afonso
El candidato del PSOE en Aragón atacará la corrupción con decisión y sin paliativos	EP	Javier Lambán
El candidato del PSOE en Aragón atacará la corrupción con decisión y sin paliativos	EP	Javier Lambán
El PSOE dice que invertirá 1.000 millones en dotar de competencias profesionales a 700.000 jóvenes	<i>Eldiario.es</i>	Pedro Sánchez
PSOE propone que Page y Cospedal expongan ante notario sus ingresos	<i>Eldiario.es</i>	Jesús Fernández Vaquero

Tabla 17. Ejemplos de noticias por autoría que reproducen fuentes interesadas del PSOE en *Eldiario.es*.  
Elaboración propia.

La misma tendencia vista en los titulares de las noticias con fuentes interesadas del PSOE se puede apreciar en las que tienen noticias interesadas de Compromís, PODEMOS y las confluencias. En este caso también pudo observarse como se aprovechó un titular con autoría propia de *Eldiario.es* para criticar a Ciudadanos de forma bastante similar a la vista en la tabla 14 en el artículo de autoría propia de *Eldiario.es* bajo el titular “El PP será exigente al máximo en transparencia pese a dejar sin aprobar su ley”. En el caso del ejemplo de la tabla 18, *Eldiario.es* critica la abstención de Ciudadanos a la propuesta de Ley de cuentas abiertas de Extremadura:

TÍTULAR	AUTOR	FUENTE
Podemos presenta una ley por la transparencia total de la administración	EFE	Diputados de PODEMOS
Podemos impulsa una Ley de Cuentas Abiertas para prevenir la corrupción	EFE	Diputados de PODEMOS
Podemos propone medidas para retirar el cargo a quien no cumpla sus compromisos electorales	EP	Juantxo López de Uralde
Victoria Anderica: Voy a crear una ordenanza que obligue a dar la máxima información posible	<i>Eldiario.es</i>	Victoria Anderica
Alcaraz garantiza la independencia y profesionalidad del Consejo de Transparencia	<i>Eldiario.es</i>	Conseller de Transparencia
Aprobada, con la abstención de C's, la propuesta de Ley de Cuentas Abiertas	<i>Eldiario.es</i>	Álvaro Jaén

Tabla 18. Ejemplos de noticias por autoría que reproducen fuentes interesadas de Compromís, Podemos y Confluencias en *Eldiario.es*. Elaboración propia.

Aunque en los ejemplos vistos las diferencias en el tratamiento o postura se observan desde los titulares, en la mayoría de los artículos se detectan en el cuerpo de la noticia, como

veremos en el apartado dedicado al análisis temático. Sin embargo, partiendo únicamente de los titulares de las noticias en relación con su autoría, fuente y voceros política, podemos decir que la anomalía vista en *El País* no ocurre por una situación similar a la de *Eldiario.es*: *El País* sólo tiene una noticia de agencias, por lo que a diferencia de *Eldiario.es*, no posiciona voceros políticos que no suelen destacarse en su línea editorial debido a un exceso de noticias de agencias. En el caso de *El Mundo*, de las 5 noticias con autoría propia del medio 4 reproducen directamente “vocerías” del PP como fuente interesada y 1 del PNV: 80% y 20% respectivamente (Tabla 19).

TITULAR	AUTOR	FUENTE
Unanimidad por la transparencia en el Gobierno Provincial	<i>El Mundo</i>	Diputados del PP
Abiertas a la ciudadanía las normativas de Transparencia y Participación	<i>El Mundo</i>	Luis Martínez
Provincias europeas firman en Castellón un compromiso de buen gobierno	<i>El Mundo</i>	Javier Moliner
Moliner busca el máximo consenso en la redacción de la Ley de Transparencia	<i>El Mundo</i>	Javier Moliner

Tabla 19. Noticias de *El Mundo* con autoría propia que reproducen fuentes interesadas del PP. Elaboración propia.

Si comparamos estas “vocerías” políticas con las 6 noticias de agencia de *El Mundo*, tanto el PP como Compromís son reproducidos un 33,33% y el PSOE un 16,66%, dejando una mayoría al PP si tomamos en cuenta que los voceros mixtos son diputados vascos del PP y PNV: dividiendo en dos el 16,66% de la “vocería” mixta, dejaría al PNV en un 8,33% y al PP con un total del 41,66%. Esto quiere decir que, tanto en las noticias de agencia como en las propias del medio, *El Mundo* muestra una predominancia en ciertos portavoces (PP y PNV), por lo que no hay discrepancias entre los voceros políticos posicionados según su autoría en relación con su línea editorial. Las noticias de agencia aportaron mayor diversidad de fuentes interesadas en las noticias de este medio tradicional (Tabla 20).



TITULAR	AUTOR	FUENTE	VOCERÍA
El PP lamenta que el Ayuntamiento 'se oponga a una proposición a favor de la transparencia'	EP	Marga Durán	PP
La Diputación de Alicante no tiene todo el dinero para el plan de libros de texto	EP	Cesar Sánchez	PP
El Parlamento pide medidas para acabar con el 'clientelismo político'	EFE	Diputados vascos	PP / PNV
Castellón presenta ante Alcaraz el primer modelo de transparencia	EFE	Manuel Alcaraz	Compromís
El Consell publicará gastos de viajes, retribuciones, regalos y subvenciones	EFE	Manuel Alcaraz	Compromís
En 100 días la Diputación ha dejado de avergonzarse a los valencianos'	EFE	Jorge Rodríguez	PSOE

Tabla 20. Noticias de *El Mundo* con autoría de agencias y vocería interesada de partidos políticos. Elaboración propia.

Por parte de *Elconfidencial.com*, de las 7 noticias con “vocería” interesada de los partidos políticos, 5 son de la agencia EFE, con 4 del PP y 1 del PSOE. El resto de las noticias con este tipo de declaraciones tienen 1 autoría nominal y 1 del propio medio, reproduciendo cada una al PSOE y Ahora Madrid, respectivamente. Sin embargo, las tendencias en los titulares de estas dos últimas noticias mantienen la misma línea editorial que presentan el conjunto de las noticias de agencia que reproducen declaraciones interesadas del PP, ya que la del PSOE y de Ahora Madrid fueron utilizadas para generar suspicacias en estas dos últimas formaciones políticas.

TITULAR	AUTOR	FUENTE	VOCERÍA
Montoro asegura que se ha actuado con diligencia sobre Arístegui y G. Serna	EFE	Cristobal Montoro	PP
Santamaría destaca rapidez de Oficina de Conflictos investigando a Arístegui	EFE	Soraya Sáenz de Santa María	PP
Posada recomienda a De la Serna que abandone la candidatura al Congreso	EFE	Jesús Posada	PP
España, premiada en Francia por la reforma de su Administración Pública	EFE	Ramón de Miguel	PP
Page no descarta la vía penal por los gastos de Villa con tarjetas de RTVCM	EFE	Emiliano García-Page	PSOE
El concejal de Fiestas del PP de Marbella gastó 14.600 euros en teléfono en un mes	Javier Porcuna	Amparo de la Gama	PSOE
Carmena admite la realización de dos pagos de 60.000 euros en metálico	<i>Elconfidencial.com</i>	Manuela Carmena	Ahora Madrid

Tabla 21. Noticias de *Elconfidencial.com* según autoría y vocería interesada de partidos políticos. Elaboración propia.

De las 24 noticias con reproducción directa de fuentes interesadas de instituciones públicas, 10 fueron de *Eldiario.es*, 6 de *El Mundo*, 5 de *Elconfidencial.com* y 3 de *El País*. De las 10 de *Eldiario.es* sólo una tenía autoría propia y 9 eran de agencias: 7 de EFE y 2 EP. En el caso de las 6 de *El Mundo*, 2 eran nominales y 4 de agencias: 3 de EFE y 1 de EP. Por parte de las 5 noticias de *Elconfidenmcial.com*, 4 eran de la agencia EFE y 1 nominal, mientras que de las 3 noticias de *El País*, 2 fueron nominales y 1 de elaboración propia.

En la mayoría de estas noticias no hubo gran diferencia entre el tratamiento informativo de los artículos con autoría de agencias respecto a los firmados por los propios redactores y por la redacción del medio: comunicados y declaraciones de entes públicos se mezclaban con informaciones de páginas web de parlamentos, diputaciones y oficinas públicas por igual. Así, publicaciones de salarios, presupuestos y autos de jueces se utilizaban como fuentes en noticias en donde de alguna manera la transparencia y el buen gobierno era el tema principal y, en muchos casos, servía de propaganda institucional (Tabla 22).

TITULAR	MEDIO	AUTOR	FUENTE
El Rey requiere transparencia a las empresas en su sentido más amplio	<i>El País</i>	Miquel Alberola	Felipe VI
La Asamblea designará un tribunal que vele por la buena gestión pública	<i>El País</i>	Elisa Silió	Asamblea de Madrid
Los ediles del Ayuntamiento de Manacor no cobrarán dietas ni aceptarán regalos	<i>El Mundo</i>	EFE	Joan Llodrà Gayà
Las rentas de los concejales serán públicas	<i>El Mundo</i>	Marta Belber	Ayuntamiento de Madrid
El Orfeón Pamplonés publicará en la web informes de auditorías externas dentro un Plan de Transparencia	<i>Eldiario.es</i>	EP	Orfeón Pamplonés
Las listas de espera han perdido diez mil pacientes en noviembre, según la Junta	<i>Eldiario.es</i>	<i>Eldiario.es</i>	Regina Leal (SESCAM)
La CNMV cree que España está en la vanguardia sobre gobierno corporativo	<i>Elconfidencial.com</i>	EFE	CNMV
La juez fija como fianza los 16 millones cobrados por la cúpula de Abengoa	<i>Elconfidencial.com</i>	EFE	Audiencia Nacional

Tabla 22. Ejemplos de noticias según autoría y vocería interesada de instituciones públicas. Elaboración propia.

Tal como puede observarse, en la mayoría de las noticias con vocería interesada de instituciones públicas no había mucha diferencia entre el tratamiento informativo por autoría:

tanto la nominal (firmada por un periodista), como la propia del medio (firmada por la redacción) y la de agencia, servían por igual para promocionar la institución en sí o, en algunos casos, al gobierno español y empresas españolas. Sin embargo, cuatro noticias de los medios nativo-digitales se diferenciaron de esta mayoría al tener como fuente al Consejo de Transparencia o su presidenta de entonces, Esther Arismendi. En este sentido, las 3 noticias de *Eldiario.es* con autoría de EFE y la de *Elconfidencial.com* con autoría nominal criticaban al gobierno, la oposición y la cultura de transparencia en la administración pública.

TITULAR	MEDIO	AUTOR	FUENTE
La cultura de la transparencia no existe en España. Hay que cambiar la mentalidad	<i>Elconfidencial.com</i>	Jesús Escudero	Consejo de Transparencia
La presidenta del Consejo de Transparencia denuncia dificultades y pocos recursos	<i>Eldiario.es</i>	EFE	Esther Arismendi
La presidenta del Consejo de Transparencia dice no tener jefe ante una oposición que le acusa de cubrir al Gobierno	<i>Eldiario.es</i>	EFE	Esther Arismendi
El Consejo de Transparencia critica que el Gobierno pretenda restringir información sobre sueldos públicos	<i>Eldiario.es</i>	EFE	Esther Arismendi

Tabla 23. Noticias con fuentes del Consejo de Transparencia. Elaboración propia.

En estos artículos el tipo de autoría no significa un cambio en el tratamiento informativo, por lo que podemos asegurar que, en las noticias con fuentes interesadas de instituciones públicas, es la fuente y no la autoría la que puede cambiar la tendencia informativa del medio. En el caso de las 13 noticias con fuentes interesadas de instituciones privadas, 7 fueron de agencias: 6 de EFE y una de EP, las cuales influyeron mucho en el contraste informativo que algunos medios quisieron presentar en su agenda mediática.

De las 6 noticias de *Elconfidencial.com*, 2 eran de autoría nominal, 1 de autoría propia del medio y 3 de la agencia EFE; de las 5 publicaciones de *Eldiario.es* 2 eran de EFE, 1 de EP y dos nominales, mientras que en *El Mundo* su única noticia era de la agencia EFE. En el caso de *El País*, con también una sola noticia que reprodujera intereses de fuentes de instituciones privadas, su publicación fue una carta abierta firmada por científicos del CSIC al que

suponían como futuro presidente de la institución. En la misma, firmada por “científicos y profesionales de la ciencia” que trabajan, trabajaron o son afines al CSIC, reclamaban un cambio en la institución según los parámetros de transparencia que cita la Ley 19/2013:

“Bajo su liderazgo y dirección, aspiramos a consolidar definitivamente la madurez que el sistema público de ciencia y tecnología debe alcanzar como corresponde a una sociedad libre, democrática, plural y abierta... La actual estructura y funcionamiento del CSIC no potencia la excelencia, sino que naturaliza un modelo de institución anclado en un arquetipo obsoleto de administración centralizada y burocratizada” (González-Ruibal et al., 2015).

Con excepción de una información de *Eldiario.es* titulada “Biscaytik reúne a representantes municipales y expertos en una jornada sobre protección de datos en el ámbito local” (EP, 2015), en donde la agencia EP reprodujo unas jornadas formativas de la Fundación BiscayTIK que buscaba superar posibles discrepancias entre la LOPD y la Ley de transparencia en el ámbito vasco, la mayoría de las fuentes interesadas de instituciones privadas contenían una carga reivindicativa en temas de transparencia institucional o corporativa.

Es así como la única noticia con estas características de *El Mundo*, con autoría de EFE, se basó en el secretario de Protección Social y Políticas Públicas de la Confederación Sindical de Comisiones Obreras (CCOO), Carlos Bravo, para denunciar las desigualdades y falta de transparencia en los altos cargos del IBEX. De forma similar, la agencia EFE reprodujo denuncias de la Plataforma de Afectados por Hepatitis C en 1 noticia de *Eldiario.es* y otra de *Elconfidencial.com*, así como de la Organización Médico Colegial en *Eldiario.es*: las 3 publicaciones destacaban la falta de financiación, discriminación e incumplimiento del plan elaborado por el Ministerio de Sanidad para tratar esta enfermedad. La agencia española también reprodujo denuncias de Transparencia Internacional en 1 publicación de

*Elconfidencial.com* y otra de la Asociación Española de Accionistas Minoritarios de Empresas Cotizadas contra el Consejo de Administración de Abengoa en el mismo medio, por lo que su influencia en las informaciones con fuentes privadas interesadas se hizo notar en las noticias de los medios de la muestra que intentaban ejercer de contrapoder en algunos temas.

A pesar de que podemos asegurar que las agencias tuvieron una influencia significativa en la reproducción de intereses de fuentes privadas en los medios de la muestra y que, además, estas solían ser ONGs, agrupaciones profesionales o ciudadanas que buscaban influenciar en la opinión pública, el hecho de que estas noticias representaran poco más del 8% del total de noticias indica que este efecto de contrapoder significó muy poco en el total.

Si analizamos el tipo de autores agrupándolos en agencias de noticias, autores nominales del medio y autoría del propio medio, cruzando los datos con el tipo de fuente, a su vez agrupadas en “vocerías” de instituciones privadas, instituciones públicas y partido políticos, se ve mucho más claro como en el total de las 131 noticias con “vocería” de fuentes interesadas, la predominancia de las fuentes de partidos políticos fue mayoritaria en todos los tipos de autoría.

También se observa una clara descompensación entre las noticias que utilizan fuentes de instituciones públicas y las privadas, siendo las primeras el doble de las segundas. De hecho, la intencionalidad de ejercer contrapoder desde los medios se cumplió en las noticias firmadas por periodistas de los medios (los autores nominales).

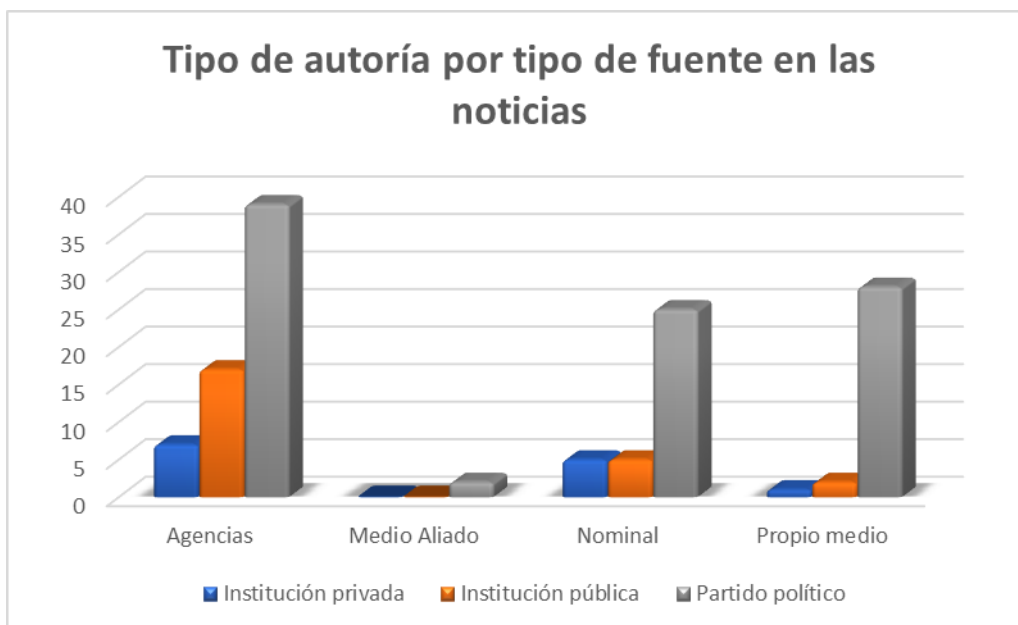


Gráfico 16. Tipo de autor por tipo de fuente en las noticias. Elaboración propia.

TABLA DE DATOS DE GRÁFICO 16					
		Vocería			Total
		Institución privada	Institución pública	Partido político	
Autoría	Agencias	7	17	39	63
	Medio Aliado	0	0	2	2
	Nominal	5	5	25	35
	Propio medio	1	2	28	31
Total		13	24	94	131

Tabla 24. Tipo de autor por tipo de fuente en las noticias. Elaboración propia.

De las 26 noticias sin reproducir directamente fuentes interesadas, 14 son de *Eldiario.es*, 6 de *El Mundo*, 4 de *Elconfidencial.com* y 2 de *El País*. De las 14 de *Eldiario.es*, 7 eran de agencias, 5 tenían autoría nominal y 2 eran del propio medio, mientras que *El Mundo* tuvo 4 autorías nominales, 2 de agencias y ninguna propia. *Elconfidencial.com* tuvo 2 autorías propias, 1 nominal y 1 de agencias, mientras que *El País* sólo tuvo 2 autorías nominales. En este caso, las noticias de agencias sólo influenciaron significativamente a *Eldiario.es* con el 50% de las autorías, ya que en *El Mundo* representaban el 33,33%, en *Elconfidencial.com* el 25% y, en *El País*, las agencias no tuvieron representación ninguna.

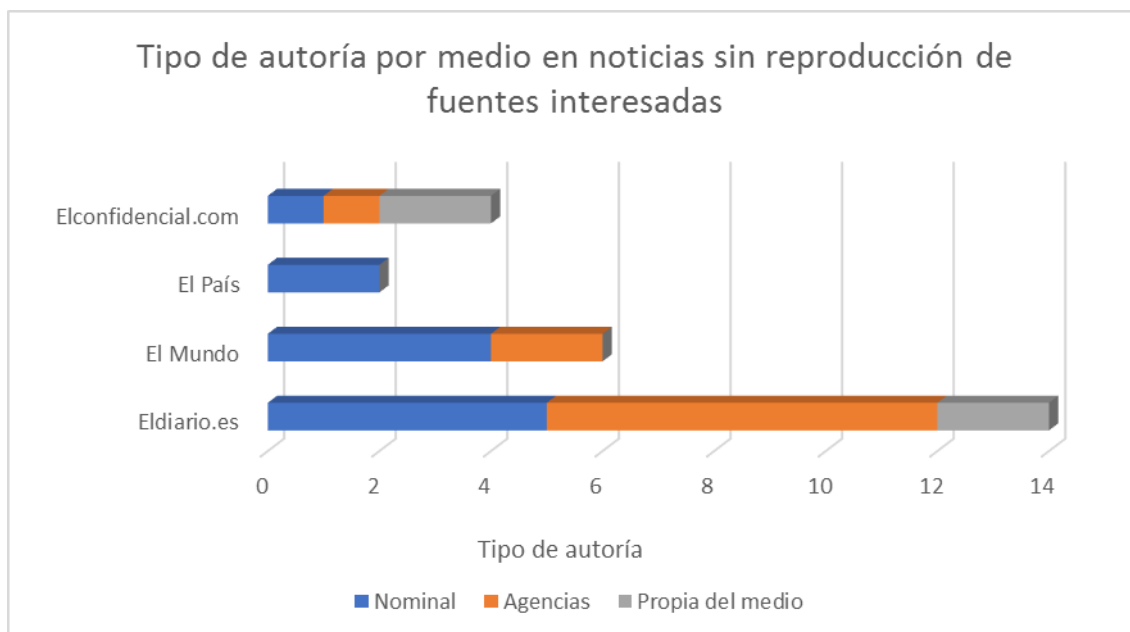


Gráfico 17. Tipo de autoría por medio en noticias sin reproducción de fuentes interesadas. Elaboración propia.

De las 26 noticias sin reproducir fuentes interesadas, 14 tienen fuentes múltiples, mostrando contraste informativo en 4 publicaciones con autoría de agencias, 2 de los propios medios y 8 nominales. Esto quiere decir que el 66,66% de las noticias con autoría nominal se hicieron con fuentes múltiples, mientras que en las autorías del propio medio el uso de estas fuentes representa un 50% y en el caso de las noticias de agencias, un 40%.

Dentro de las 12 noticias sin fuentes múltiples, una autoría nominal usó como fuente la página web de la Cámara baja del Congreso para denunciar como un diputado imputado y destituido seguía cobrando sueldos. Otras 2 autorías nominales usaron borradores que visibilizaban voluntades políticas para cambiar la situación de la transparencia en España, dando por hecho su insuficiencia: una ordenanza del ayuntamiento de Madrid y el Código de ética y buen gobierno de Valencia. La insuficiencia de la ley también fue destacada por Marta Peirano (2015) con las medidas de neutralidad de la red propuestas en el *Free Culture Forum 2015* (#FCForum2015) al señalar que “la ley de Transparencia no contempla ninguna medida para los alertadores”. La Ley de transparencia fue utilizada como fuente en una noticia de agencia publicada en *Eldiario.es* y otra con autoría propia de *Elconfidencial.com*, mientras que el

portal de transparencia fue utilizado como fuente en 4 noticias de agencias (3 publicadas en *Eldiario.es* y 1 en *Elconfidencial.com*). Por último, *El Mundo* publicó una noticia de EP que usó como fuente el pacto de gobernabilidad firmado en Baleares en 2015.

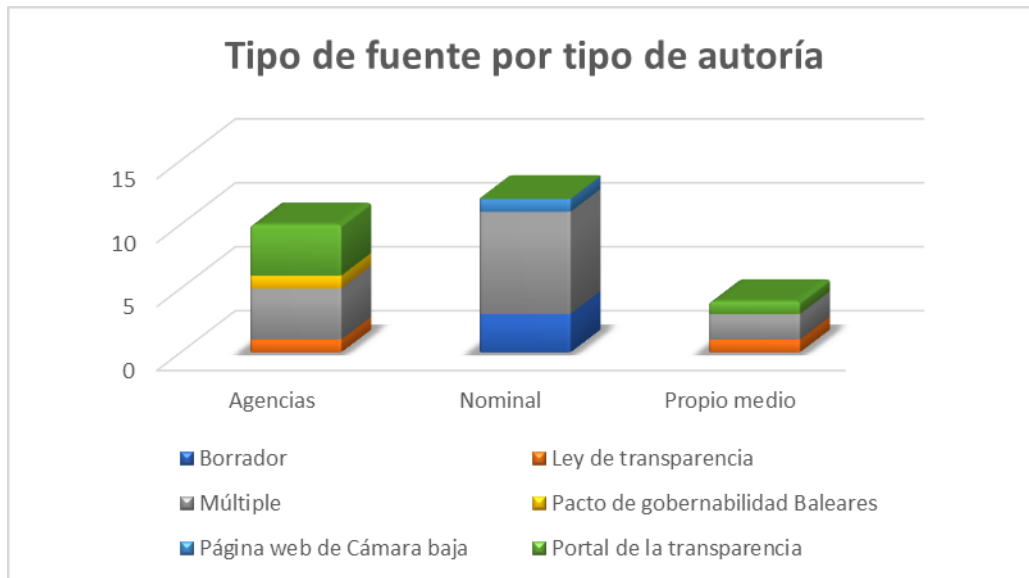


Gráfico 18. Tipo de fuente por tipo de autoría en noticias sin reproducción fuentes interesadas. Elaboración propia.

Si apartamos las noticias con autoría de agencias y aquellas con fuentes múltiples, destaca como los tres medios de la muestra con unidades de datos en aquel entonces intentaron influir en la política y políticas públicas de transparencia que afectan al periodismo: los nativo-digitales lo hicieron con noticias de autoría propia mientras que *El Mundo* lo hizo en un artículo firmado por Marta Belber (2015). En este sentido, en el artículo de *Eldiario.es* (2015a) titulado “El Portal de la Transparencia del gobierno se actualiza 24 horas después de una información de *Eldiario.es*”, el nativo-digital destacó que gracias a su rol de contrapoder, el gobierno tuvo que cumplir la Ley de Transparencia publicando en el portal de transparencia que cuatro exmiembros del gobierno abandonaron el servicio público para fichar por el sector privado:



“Este domingo denunciábamos que el Portal de la Transparencia no actualizaba los datos sobre la fiscalización a los altos cargos del gobierno desde enero. Es decir, no se mantienen al día los controles sobre las ‘puertas giratorias’ gobierno-sector privado a los que obliga la Ley de Transparencia. Tan solo 24 horas después de nuestra noticia, el Gobierno ha reaccionado y ha actualizado dichos datos”. (*Eldiario.es*, 2015)

A pesar de ser un artículo noticioso que auto publicita al medio y hace un llamamiento a la inscripción de más socios, no deja de ser llamativo cómo para este medio la transparencia y buen gobierno es un tema fundamental para ejercer presión en la política y políticas públicas que afectan al ejercicio del periodismo e intenta capitalizar esto para sumar más usuarios. De forma similar, *Elconfidencial.com* posicionó entre las 10 informaciones más importantes del 10 de diciembre de 2015 la entrada en vigor de la ley de transparencia en ayuntamientos y comunidades autónomas ese año, denunciando que para entonces “la mayoría de las autonomías no ha creado los órganos que han de velar por la correcta aplicación de todos los preceptos de la ley de Transparencia y que deberán gestionar las reclamaciones de los ciudadanos en esta materia” (*Elconfidencial.com*, 2015a). Al igual que en la última noticia citada de *Eldiario.es*, utilizó el portal de transparencia como fuente.

En *El Mundo*, la noticia de Marta Belber (2015) titulada “Los concejales de Madrid sólo podrán reunirse con 'lobbies' identificados”, se basó en el borrador de la ordenanza del Ayuntamiento de Madrid para destacar medidas que quieren “regular las puertas giratorias entre la política y la empresa privada”, como el registro de lobbies y multas de hasta 30 mil euros para funcionarios que se salten esta normativa. Que una noticia con autoría nominal de *El Mundo* se publicara con una tendencia favorable hacia Ahora Madrid es un hecho destacable si tomamos en consideración que, por la línea editorial de este medio, no se publicó ningún artículo que reprodujera fuentes interesadas de Podemos y las confluencias -la única excepción a reproducir fuentes interesadas del PP, PSOE y PNV fueron dos artículos de

EFE (2015a; 2015b) que reprodujeron una fuente de Compromís del gobierno de Valencia, donde el PSOE gobierna en coalición. Al igual que en último ejemplo de *Eldiario.es*, *El Mundo* también aprovechó la apertura de datos para denunciar actuaciones políticas: en un artículo del 13 de septiembre de 2015 titulado “El imputado Zarrías seguirá hasta febrero cobrando del Congreso” (Becerro, 2015), donde se valió de la página web de la cámara baja del Congreso para denunciar que el diputado nacional Gaspar Zarrías (PSOE), quién había dimitido en julio por haber sido confirmada su imputación por el Tribunal Supremo en el caso de los ERE, seguía cobrando del dinero de los contribuyentes.

De las 14 noticias sin reproducción de fuentes interesadas con fuentes múltiples, la autoría de las 8 de *Eldiario.es* fueron 3 de agencias, 4 nominales y 1 del propio medio. *El Mundo* tuvo una noticia de la agencia EFE y otra firmada por Andrés Corpas, mientras que *Elconfidencial.com* tuvo una del propio medio y otra de David Fernández. Por su parte, *El País* publicó 2 noticias nominales: una de Elisa Silió y otra de Ivanna Vallespín.

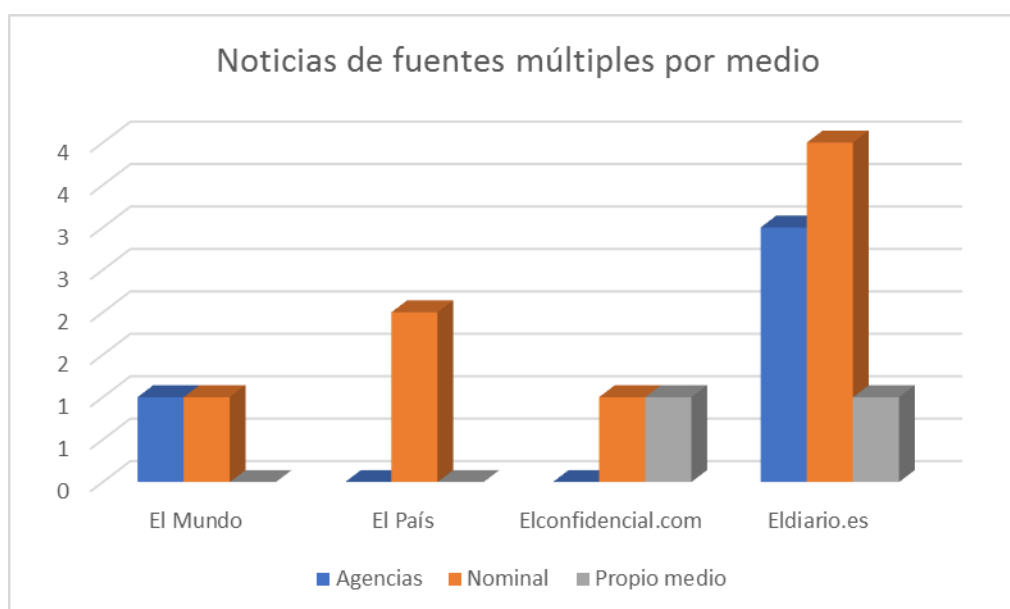


Gráfico 19. Noticias de fuentes múltiples por medio. Elaboración propia.

De las 4 noticias de agencias sin reproducción de fuentes interesadas con fuentes múltiples, 3 fueron publicadas por *Eldiario.es*: 1 de EFE y 2 de EP. Las dos noticias de EP anunciaban la

primera comparecencia de la presidenta del Consejo de Transparencia y Buen Gobierno, Esther Arizmendi, en el Congreso de los diputados. Estas noticias fueron redactadas de forma distinta por *Eldiario.es* a partir de la misma información de la agencia, lo cual señala un interés de este medio por visibilizar los acontecimientos previos a la misma que desvinculasen al partido de gobierno con iniciativas de transparencia: “Ella misma solicitó comparecer en sede parlamentaria después de que el PP vetara la petición del PSOE de que fuera citada para informar a la Cámara de la dotación de tres millones de euros con la que contará el Consejo en el próximo ejercicio” (EP, 2015b).

En otra noticia con estas características de la agencia EFE y publicada por este nativo-digital con el titular “Afonso reconoce la falta de medios humanos y materiales en la administración de Justicia canaria” (EFE, 2015c), se contrastó declaraciones de diversos políticos canarios del PP, PSOE y Podemos que utilizaban la transparencia como arma arrojada en contra de las formaciones políticas contrarias. Finalmente, la última de las noticias de agencias sin reproducción de fuentes interesadas con fuentes múltiples, fue publicada por *El Mundo* bajo el título “Presidencia aumenta presupuesto del CNI por amenaza del terrorismo yihadista” con la autoría de EFE (2015d). Esta noticia, aunque amplificó la comparecencia del subsecretario de la Presidencia, Federico Ramos (PP) ante la Comisión de Presupuestos del Congreso de los Diputados, no dejó de ser un ejemplo de algunos medios que intentan posicionar la transparencia y buen gobierno como tema principal de la agenda mediática: el contraste de múltiples fuentes posicionó a todos los diputados y portavoces que utilizaron la transparencia como bandera para atacar a representantes políticos adversos.

De entre las 8 noticias sin reproducción de fuentes interesadas con fuentes múltiples y autoría nominal, 4 fueron de *Eldiario.es*, 2 de *El País*, 1 de *Elconfidencial.com* y 1 de *El Mundo*. En estas se vio una diferencia en el tratamiento informativo entre medios nativo-digitales y tradicionales.

En la noticia de Ivanna Vallespín (2015) que *El País* publicó el 2 de julio de 2015 bajo el título “Mas declara 400.000 euros en ahorros y acciones”, se expuso de manera detallada las declaraciones de rentas, impuestos y bienes que los miembros de la Generalitat catalana publicaban en su portal de transparencia autonómico, contrastadas con fuentes funcionariales de la entidad autonómica. La otra noticia nominal de *El País*, de Elisa Silió (2015) y bajo el titular “La Asamblea designará un tribunal que vele por la buena gestión pública”, posicionó como los diputados de la Comunidad de Madrid batallaban en la asamblea autonómica para no sumarle al Tribunal de Contratación Pública de Madrid las “competencias velar por la transparencia en sustitución del Consejo Consultivo que va a desaparecer”.

Estas dos noticias del medio tradicional no mostraron un intento por influir en la política o políticas públicas que afectasen a la transparencia, a pesar de que Elisa Silió sí que posicionó batallas políticas por designación de cargos relacionados con la transparencia. Fue un tratamiento muy similar a la que tuvo la única noticia nominal sin reproducción de fuentes interesadas y con fuentes múltiples de *El Mundo*, la cual se limitó a relatar las distintas versiones del escándalo de corrupción de la Federación Catalana de Baloncesto bajo el titular “Presuntas prácticas corruptas” (Corpas, 2015). Sin embargo, las noticias con estas características de los medios nativo-digitales si intentaron influir en la política y políticas públicas de transparencia.

Artículos de *Eldiario.es* como el titulado “De la propiedad Intelectual al estatuto de artista: la cultura que prometen los partidos en cinco grandes hits”, con autoría compartida de Jaron Rowan y Pedro Jiménez (2015a), intentaron influir en la audiencia al dejar en evidencia al PP por su propuesta de mayor transparencia en las entidades de gestión de derechos de autor al afirmar que “para este partido el problema no reside en el modelo productivo, obsoleto y poco dado a cambiar, sino en que la ciudadanía ha de ser reeducada”. La noticia hizo esto al centrarse en “cómo los cinco partidos concursantes tratan los grandes temas que han marcado

la agenda cultural de los últimos años, de la Propiedad Intelectual a las ayudas al artista”. Por su parte, David Fernández en *Elconfidencial.com* atacó la gestión de Telemadrid que hizo el PP de Esperanza Aguirre y criticó que la propuesta de ley de la Comunidad de Madrid de entonces no tuviera un límite de gasto, intentando dejar en evidencia a Ciudadanos por “no ejercer la transparencia que pregona”:

“Ahora una norma con rango de ley estipula 600.000 euros como tope. PP y C's aprueban que ese límite lo fije, si quiere, el nuevo consejo de administración. Podemos quería 300.000 de máximo... El nuevo director general de Telemadrid no tendrá límite de gasto”.  
(Fernández, 2015a)

Del mismo modo, las únicas noticias de autoría propia del medio sin reproducción de fuentes interesadas y con fuentes múltiples pertenecieron a los dos medios nativo-digitales de la muestra. En la noticia de *Eldiario.es* titulada “Un redactor de deportes ganó más de 400.000 euros durante la época de Nacho Villa” (*Eldiario.es*, 2015), se vio un intento por influir en las políticas públicas de transparencia en Castilla-La Mancha al desvelar opacidad en el manejo de dinero público relacionado con los sueldos del exdirector de Radio Televisión Castilla-La Mancha, Nacho Villa, ensalzando así el ejercicio de transparencia ejercido a través del portal de transparencia autonómico de la nueva administración:

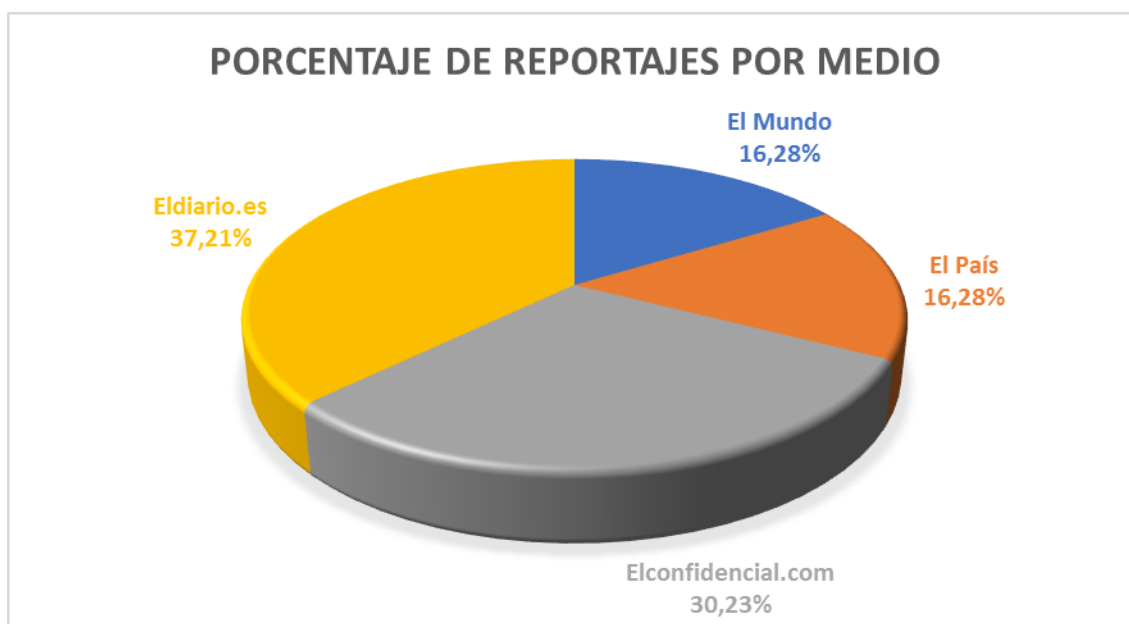
“Radio Televisión Castilla-La Mancha ha publicado en su nuevo Portal de Transparencia de RTVCM los sueldos de los nuevos cargos directivos. La reducción supone un 11% menos que en la anterior legislatura”. (*Eldiario.es*, 2015)

Por su parte, *Elconfidencial.com* atacó la gestión estatal del portal de transparencia por las restricciones en las solicitudes de información pública. En el artículo titulado “Las trabas de las instituciones llevan al cierre del primer portal pro-Transparencia español”, el nativo-digital se hizo eco de un reclamo de los movimientos de transparencia más importantes de *El País* y compartido por los periodistas de datos entrevistados en la presente investigación:

“Las organizaciones pro-transparencia Access Info Europe y la Fundación Ciudadana Civio han resuelto cerrar indefinidamente Tu Derecho a Saber, un proyecto insignia de la sociedad civil que gestionaban conjuntamente para impulsar la transparencia institucional en España. La restricción por parte de las administraciones del derecho a solicitar información, exigiendo a los ciudadanos identificarse mediante sistemas complejos -como el certificado digital o el DNI electrónico y en decenas de portales con distintas diferentes características técnicas- ha motivado esta decisión”. (Elconfidencial.com, 2015b)

## VI.2.2. Reportajes

Los dos medios nativo-digitales fueron los que más publicaciones tuvieron en este género: de un total de 43 reportajes, *Eldiario.es* tuvo 16 artículos y *Elconfidencial.com* 13, sumando ambos 29 en total. Los medios tradicionales publicaron 7 artículos cada uno, sumando entre los dos un total de 14 reportajes. La relación porcentual entre los nativo-digitales y los tradicionales fue de 67,45% en el caso de las publicaciones de *Eldiario.es* y *Elconfidencial.com*, y de 32,46% por parte de *El Mundo* y *El País*. Esto quiere decir que los nativos-digitales publicaron más del doble de reportajes frente a los medios con referente impreso.



Como puede observarse, a pesar de que al igual que en el género noticioso *Eldiario.es* fue el medio con más artículos publicados, en el reportaje las diferencias no son tan grandes ni entre los medios nativo-digitales ni entre los tradicionales. Sin embargo, la diferencia entre nativo-digitales y tradicionales en los reportajes sí que es similar a las registrada en las noticias. Al ver estos datos, también salta a la vista como los medios tradicionales tuvieron la misma cantidad de publicaciones, ya que en el género noticioso *El Mundo* tuvo más del doble de publicaciones que *El País*.

Al observar la cantidad de noticias publicadas por medio a través de los períodos seleccionados, se ve como esta vez no es *Eldiario.es* el medio que más influye en la tendencia general de los reportajes: publicó un reportaje en el primer mes y se mantuvo igual en el segundo. Otro medio que se mantuvo estable en estos dos períodos fue *El Mundo*, que no publicó ningún reportaje entre el 20 de junio y el 19 de julio. Sin embargo, tanto *Elconfidencial.com* como *El País* incrementaron la cantidad de reportajes e influyeron en la tendencia general en estos dos primeros períodos: *Elconfidencial.com* pasó de publicar un artículo en el primer mes a publicar 3 en el segundo, mientras que *El País* aumentó de 1 a 2.

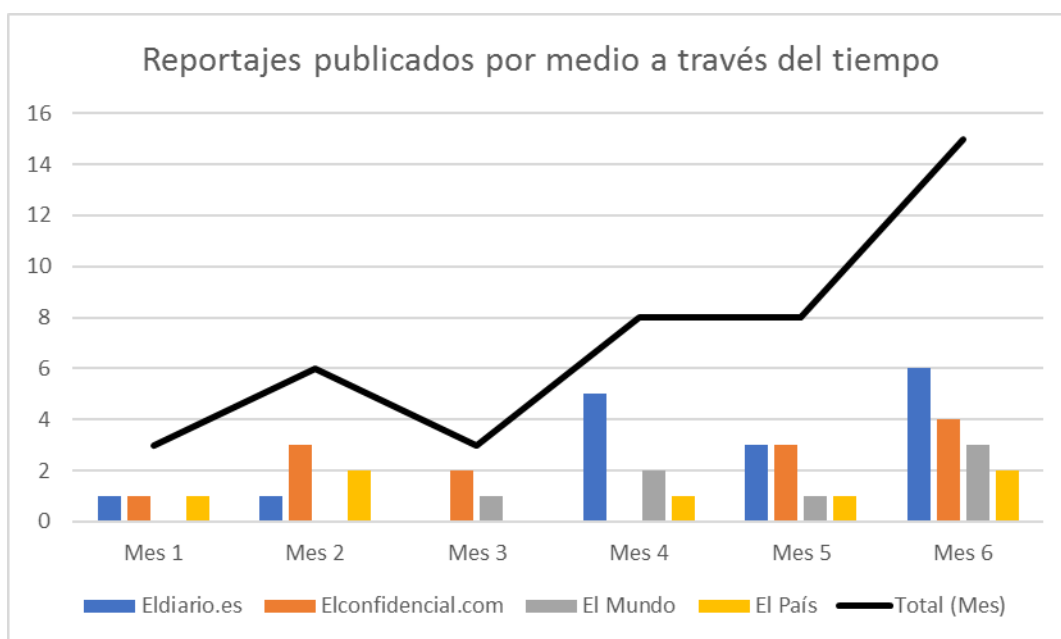


Gráfico 21. Reportajes publicados por medio a través del tiempo. Elaboración propia.

Como puede observarse, *El Mundo* no publicó ningún reportaje en los dos primeros meses de la muestra y luego pasó a publicar uno en el tercer período. La tendencia general entre el mes 2 y el mes 3 es a la baja en cuanto a este género, *Elconfidencial.com* y *El País* publicaron 2 reportajes y ninguno respectivamente.

El alza entre el tercer y cuarto período se debe a que *Eldiario.es* pasó de no publicar ningún reportaje en el mes 3 a publicar 5 en el mes 4. El incremento de 1 a 2 artículos publicados por *El Mundo* y de 0 a 1 por parte de *El País* también influyó en esta alza de la tendencia general, mientras *Elconfidencial.com* no publicó ningún artículo en el mes 4.

TABLA DE DATOS DE REPORTAJES PUBLICADOS POR MEDIO A TRAVÉS DEL TIEMPO							
Medio	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Totales
<i>Eldiario.es</i>	1	1	0	5	3	6	16
<i>Elconfidencial.com</i>	1	3	2	0	3	4	13
<i>El Mundo</i>	0	0	1	2	1	3	7
<i>El País</i>	1	2	0	1	1	2	7
Total	3	6	3	8	8	15	43

Tabla 25. Cantidad de reportajes publicados por medio a través del tiempo. Elaboración propia.

La tendencia estable entre el mes 4 y mes 5 se debe a los medios nativo-digitales, mientras que el incremento en la tendencia general entre los últimos dos períodos se debe a todos y cada uno de los medios, los cuales tuvieron un incremento espectacular en la cantidad de reportajes publicados con respecto al mes anterior: de 200% en *Eldiario.es*, 133,33% en *Elconfidencial.com*, 300% en *El Mundo* y 200% en *El País*.



### VI.2.2.1. Por autoría



De los 43 reportajes de la muestra, 37 tuvieron autoría nominal, 5 del propio medio y 1 de agencia. Los porcentajes (Gráfico 22) encajan con la naturaleza de este género periodístico y sus diferencias con la noticia. En nuestra muestra este aspecto no se ha salido de la norma: la mayoría del tipo autoría en las noticias es de agencias y en el reportaje es nominal.

De entre las 37 autorías nominales, 13 fueron de *Eldiario.es*, 11 de *Elconfidencial.com*, 7 de *El País* y 6 de *El Mundo*, mientras que de las 5 autorías propias del medio 3 fueron de *Eldiario.es* y 2 de *Elconfidencial.com*. El único reportaje de agencias, con autoría de EP, fue publicado por *El Mundo*.

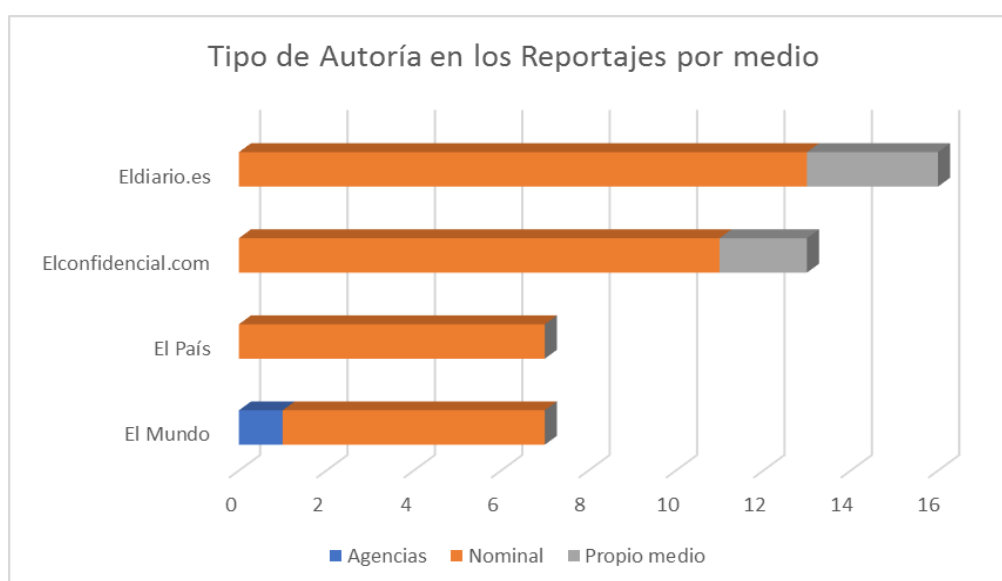


Gráfico 23. Tipo de autoría por medio en los reportajes. Elaboración propia.

En el caso de *Elconfidencial.com*, los reportajes propios del medio son de Elconfidencial.lab. Las publicaciones de este laboratorio suele ser el resultado de trabajo en equipo con los periodistas de datos de *Elconfidencial.com*, por lo que este tipo de autoría tiene una importancia similar a los reportajes periodísticos firmados por alguno o varios de los miembros de alguno de los equipos de PD de los medios de la muestra.

Al desglosar el total de las autorías nominales por medio en los reportajes, tenemos que la periodista de *El País*, Elena G. Sevillano, fue la que más publicaciones tuvo con 3 artículos en este género. Con 2 publicaciones le siguen los periodistas Jesús Escudero y Ana Gómez (*Elconfidencial.com*), Neus Vidal (*El País*) y Alicia Avilés Pozo (*Eldiario.es*). De los dos artículos de Neus Vidal, uno fue firmado únicamente por él y otro fue firmado junto con Oriol Güell, quién junto con el resto de las autorías nominales de los reportajes sólo publicó un artículo en este género (Tabla 26).

<b><i>El País</i></b>		Roberto Bécares	1	<b><i>Eldiario.es</i></b>	
Elena G. Sevillano	3	<b>Total</b>	6	Alicia Avilés Pozo	2
David Fernández	1	<b><i>Elconfidencial.com</i></b>		Candi Gonzales	1
N. Junquera / J. Marcos	1	Ana Gómez	2	David Lombao	1
Oriol Güell / Neus Vidal	1	Jesús Escudero	2	Carmen Moraga	1
<b>Total</b>	7	Adrián Blanco	1	Irene Castro	1
		Carlos Sánchez	1	Jaron Rowan / Pedro Jiménez	1
<b><i>El Mundo</i></b>		Daniele Grasso	1	Laura Olías	1
Antonio Moreno	1	Eva Belmonte	1	María José Alarcón	1
Antonio Salvador	1	Isabel Morillo	1	Moisés Pérez	1
Jaime G. Treceño	1	Kike Marín	1	Óscar F. Civieta	1
Noa de la Torre	1	Paloma Esteban	1	<b>Total</b>	<b>11</b>
R. Terrasa	1	<b>Total</b>	<b>11</b>		

Tabla 26. Autoría nominal por medio de los reportajes. Elaboración propia.

Aunque en el género noticioso hubo 10 artículos con autoría nominal más que en los reportajes, en la relación de este tipo de autoría con su total en cada uno de estos géneros el

reportaje superó a la noticia: la autoría nominal representa un 86,05% de los reportajes mientras que en las noticias representa un 29,94%. Estos son datos muy acordes con la naturaleza de ambos géneros. Otros datos que saltan a la vista surgen de la comparación de los periodistas que escribieron artículos en ambos géneros. En este sentido, más de la mitad de los periodistas de *Eldiario.es* que publicaron reportajes también publicaron noticias: seis de los once periodistas, que representan un 55%. Los dos periodistas de *El País* que también publicaron noticias representan el 33,33% de las autorías nominales en los reportajes, mientras que Jesús Escudero fue el único periodista de *Elconfidencial.com* en publicar artículos de ambos géneros, representando el 11% de las autorías nominales de este medio en los reportajes. *El Mundo* fue el único medio sin periodistas que hayan publicado en ambos géneros.

Medio	Periodistas	Noticias	Reportajes	Total
<i>Eldiario.es</i>	Alicia Avilés Pozo	4	2	6
	María José Alarcón	2	1	3
	David Lombao	1	1	2
	Óscar F. Civieta	1	1	2
	Jaron Rowan / Pedro Jiménez	1	1	2
<i>El País</i>	David Fernández	1	1	2
	José Marcos	1	1	2
<i>Elconfidencial.com</i>	Jesús Escudero	1	2	3

Tabla 27. Periodistas con publicaciones en noticias y reportajes. Elaboración propia.

#### VI.2.2.2. Por fuentes

De los 43 reportajes de la muestra 21 tuvieron fuentes múltiples, llegando casi a la mitad las publicaciones con un evidente contraste informativo. Los otros 22 utilizaron fuentes únicas: 17 utilizadas una sola vez y el portal de transparencia -estatal, regional o local según el caso- hasta 5 veces (Tabla 28).

Fuente de los reportajes	Tipo de autoría
Anteproyecto de Ley de transparencia Castilla-La Mancha	Nominal
Ayuntamiento de Madrid	Nominal
BOE	Nominal
Borrador de ordenanza de transparencia ayuntamiento de Madrid	Nominal
Comisión de Investigación sobre el Fraude y la Evasión Fiscales y las Prácticas de Corrupción Política	Nominal
Documentación de ICS	Nominal
Encarna Guillén (Consejera de sanidad de Murcia, PP)	Nominal
Informe de Transparencia Internacional España	Nominal
Manuel Alcaraz (Compromís)	Propio Medio
Manuel Conthe (Ciudadanos)	Nominal
Monica Oltra (Compromís)	Nominal
Parlamento gallego	Nominal
Peticiones de información al portal de transparencia	Propio Medio
Presupuestos generales del Estado	Nominal
Programa electoral	Propio Medio
Representantes de partidos políticos	Nominal
VI Encuentro financiero Expansión (KPMG)	Nominal

Tabla 28. Fuentes únicas usadas una única vez en los reportajes por tipo de autoría. Elaboración propia.

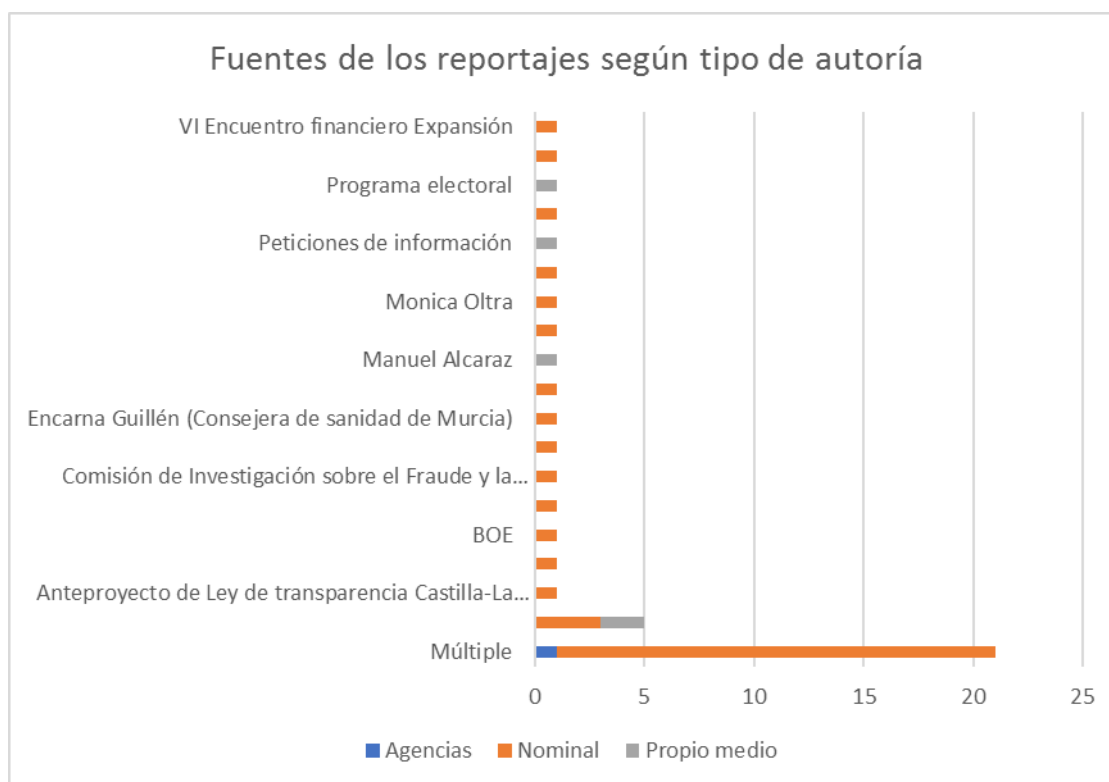


Gráfico 24. Fuentes de los reportajes según el tipo de autoría. Elaboración propia.

El 88,37% de los reportajes no reprodujo directamente alguna fuente interesada, de entre los cuales más de la mitad tuvieron autoría nominal. El 39,53% de los reportajes sin reproducción

de fuentes interesadas se dividen en dos: el 11,63% que basó sus informaciones en el portal de transparencia y el 27,91% que las basaron en una fuente única.

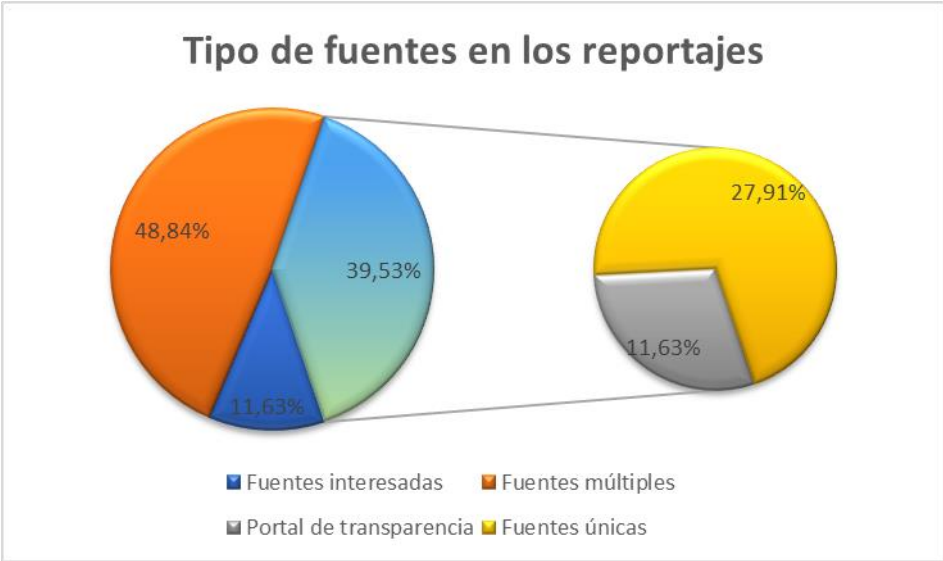


Gráfico 25. Tipo de fuentes en los reportajes. Elaboración propia.

Aunque en los reportajes no suele haber reproducción directa de ninguna fuente interesada sino el uso de fuentes múltiples, hubo 5 reportajes con reproducción directa de fuentes interesadas: 4 de partidos políticos y 1 de instituciones privadas.

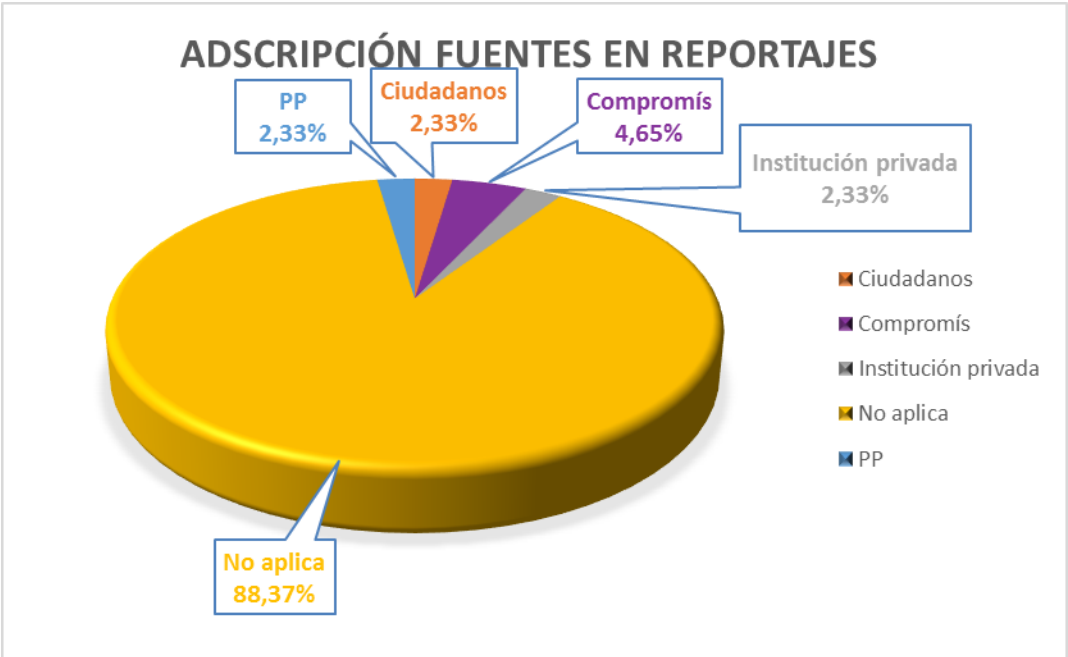


Gráfico 26. Porcentajes de tipo de fuentes en reportajes. Elaboración propia.

Estos relatos interpretativos representan tan sólo el 11,63% de la muestra, lo cual es una diferencia notable con el género informativo de la noticia, en donde más del 80% reprodujo directamente a alguna fuente interesada. Los cinco reportajes mencionados se basaron en una única fuente desde la cual profundizaron en el contexto del hecho noticioso, elaborando una información completa y precisa. Ese fue el caso de un reportaje que reprodujo fuentes privadas interesadas y de otros cuatro que replicaron los intereses de partidos políticos, de entre los cuales 2 reprodujeron a un representante de Compromís, uno a otro del PP y el último a uno de Ciudadanos. Esto quiere decir que, de los 43 reportajes de la muestra, 38 no reprodujeron directamente alguna fuente interesada, representados por la etiqueta “No aplica” del tipo de “vocería” en el gráfico 24.

Según el tipo de autoría de estos 5 reportajes con reproducción directa de fuentes interesadas, observamos que 4 de los artículos tenían autoría nominal: 1 reprodujo los intereses de KPMG<sup>10</sup> (*El País*), 1 de Ciudadanos (*Elconfidencial.com*), 1 de Compromís (*Eldiario.es*) y 1 del PP murciano (*Eldiario.es*). *Eldiario.es* fue el único en reproducir con autoría propia un reportaje que se hacía eco de un tipo de fuente interesada, que en este caso fue Compromís. La “vocería” utilizada en estos reportajes no posicionó de forma excesiva voceros políticos que no compaginaran con la línea editorial de los medios analizados, como de hecho sí ocurrió en el caso de *Eldiario.es* en las noticias y el posicionamiento de voceros políticos del PP. Este hecho se debe a que, en el caso de las noticias, la mayoría de las informaciones de *Eldiario.es* tenían autoría de agencias.

---

<sup>10</sup> Empresa de servicios fiscales, legales, de auditoría y asesoramiento en fusiones y adquisiciones, reestructuraciones, consultoría de riesgos y de negocio.

De los 38 reportajes sin reproducción directa de fuentes interesadas, 33 tuvieron autoría nominal, 4 del propio medio y 1 de agencia<sup>11</sup> (Gráfico 27).



Gráfico 27. Reportajes sin reproducción directa de fuentes interesadas por tipo de autoría. Elaboración propia.

Si comparamos los datos del gráfico 27 con los del tipo de autoría en el total de reportajes (Gráfico 20) los porcentajes son muy similares. Esto se debe a que la cantidad de fuentes interesadas en los reportajes no resulta significativa, por lo que los resultados de las fuentes no interesadas en los reportajes son extrapolables al total de este género periodístico, lo cual es importante a la hora de valorar los resultados de los reportajes en relación con los objetivos de investigación: las fuentes no interesadas, cuya mayoría son reportajes con autoría nominal, dan mayor peso en el análisis cualitativo a los reportajes debido a que en estos están los periodistas que intentarían influir en la agenda política. Si estos periodistas tienden a utilizar fuentes múltiples y a ejercer de contrapoder, también se pueden relacionar con algunos de los valores del PD que queremos estudiar.

<sup>11</sup> Que EUROPA PRESS publicara un reportaje con fuentes múltiples y carga interpretativa (unidad de análisis 117) ha sido un hecho destacable debido a que las agencias no suelen publicar reportajes. Sin embargo, esta única excepción de *El Mundo* no deja de ser una minoría que no altera la regla general.

En este sentido, *Eldiario.es* publicó 13 reportajes con estas características, *Elconfidencial.com* 12, *El Mundo* 7 y *El País* 6 (Gráfico 28).

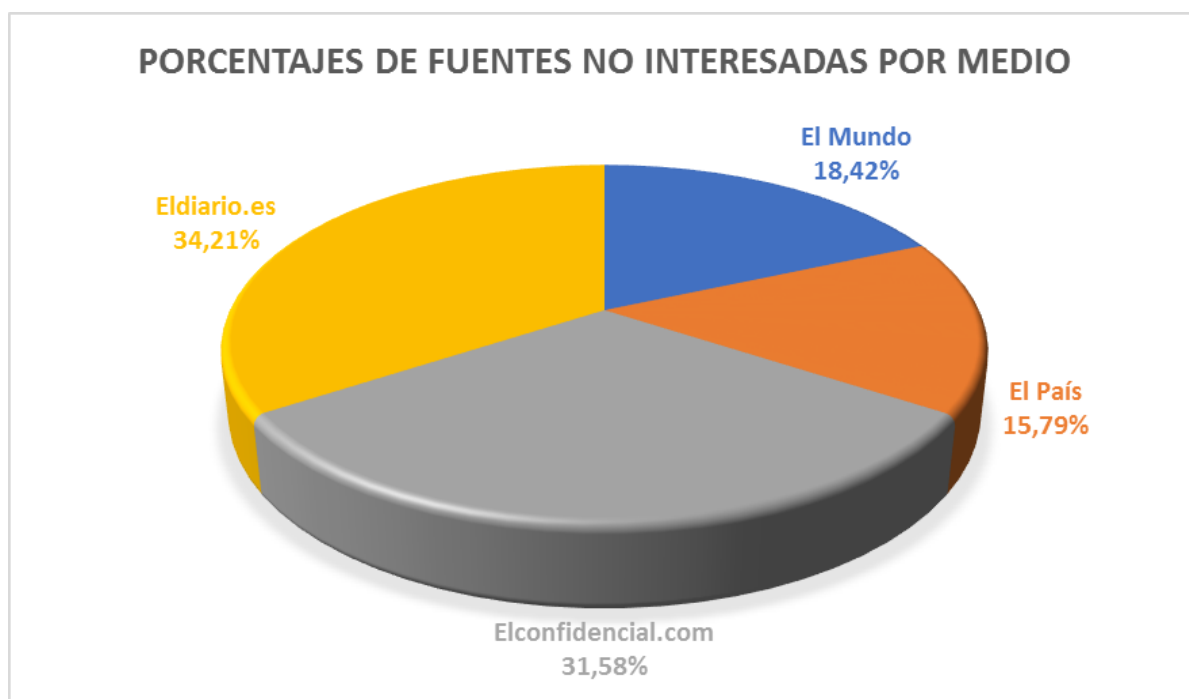


Gráfico 28. Reportajes sin reproducción directa de fuentes por medio. Elaboración propia.

Si comparamos estos datos con los del porcentaje de reportajes por medio (Gráfico 20), vemos que las diferencias porcentuales son de -3 puntos en *Eldiario.es*, +0,35 puntos en *Elconfidencial.com*, -0,49 en *El País* y +2,14 en *El Mundo*.

De entre los 38 reportajes sin reproducción de fuentes interesadas, 21 utilizaron fuentes múltiples y 5 al portal de transparencia -estatal, regional o local. Los otros 12 artículos usaron fuentes únicas para sus reportajes (Gráfico 29).



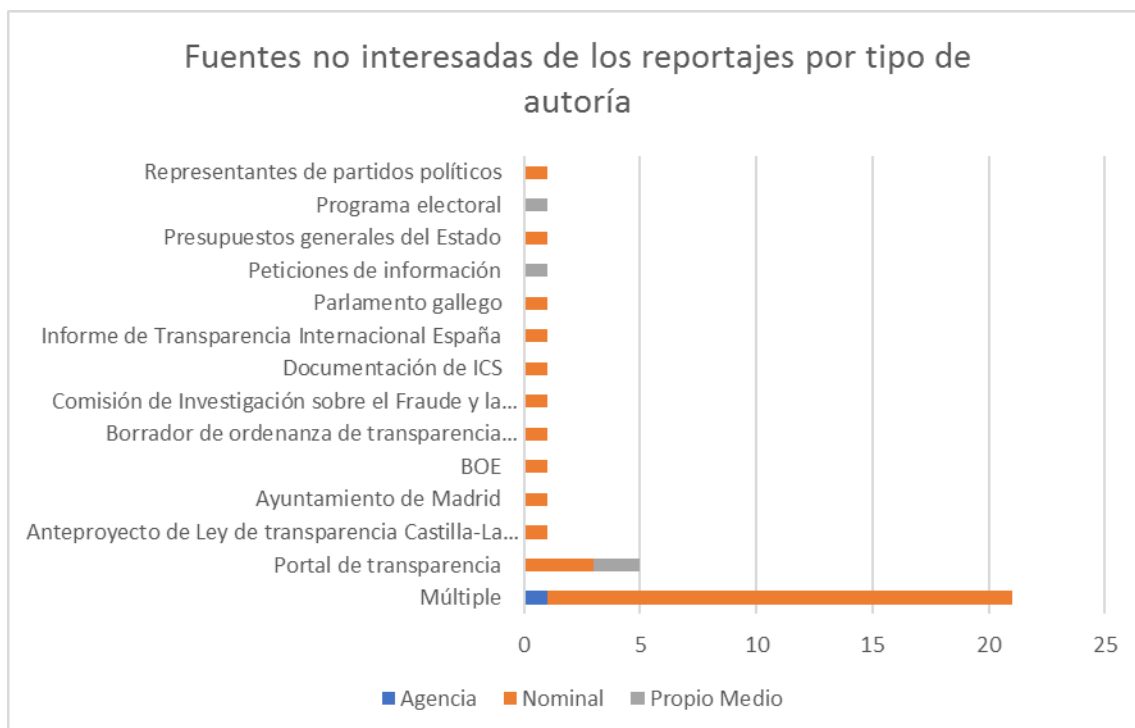


Gráfico 29. Reportajes sin reproducción de fuentes interesadas por tipo de autoría. Elaboración propia.

Estas cifras muestran las relaciones entre el tipo de fuente y el tipo de autoría en los reportajes: cuanto mayor sea la autoría nominal menor es la reproducción de fuentes interesadas, lo cual es una obviedad en el ejercicio del periodismo que vale la pena destacar en este estudio, ya que de lo contrario detectaríamos una intencionalidad no acorde con algunos valores del periodismo que estamos investigando. Del mismo modo, se puede observar que mientras haya más autorías nominales mayor es el uso de las fuentes múltiples. Ninguno de los 21 reportajes con fuentes múltiples reproduce directamente fuentes interesadas, y representan un 55,26% de los reportajes que no reproducen directamente fuentes interesadas, del cual un 95,24% tienen autoría nominal y un 4,76% tiene autoría de agencias.

El único artículo que usó fuentes múltiples con autoría de agencia es de EUROPA PRESS, publicado por *El Mundo* el 23 de octubre de 2015 bajo el título “Ahora Madrid, PSOE y C's publicarán sus bienes, recogidos ya por el Ayuntamiento, mientras el PP optaría por otro modelo” (EP, 2015c). Este artículo es destacable debido a su excepcionalidad: ya

adelantábamos en párrafos anteriores que las agencias no suelen ser autoras de reportajes. En esta publicación, EP se basó en declaraciones de diputados de Ciudadanos, Ahora Madrid y PSOE para anunciar la publicación de “las declaraciones que están guardadas en una caja fuerte en el Ayuntamiento, con la necesaria eliminación de aquella información que vulnere la Ley de Protección de Datos”. El reportaje se remonta a declaraciones anteriores de los mismos grupos políticos, sumando las más recientes del PP con el fin de exponer las posibles formas en que se harían estas declaraciones de bienes, contextualizando temporalmente el asunto entre las promesas electorales de las autonómicas de mayo de ese año y las elecciones generales del 20 de diciembre. La carga interpretativa y de análisis del artículo, con uso de fuentes múltiples, nos llevó a registrarlo como reportaje.

#### **VI.2.2.1. Análisis cualitativo de los reportajes**

De los 5 reportajes publicados por *El País* durante el periodo de análisis, las piezas de investigación periodística elaboradas por Elena G. Sevillano, en julio de 2015, son las que más muestran las consecuencias de las insuficiencias de la Ley de transparencia. En un artículo titulado “Casi el 30% de peticiones al portal de transparencia se quedan sin respuesta” (Sevillano, 2015a), la ahora reportera de investigación de *El País* y entonces redactora de temas medioambientales y de sanidad, criticó las faltas de respuesta a las solicitudes de información pública en el portal estatal. Otro reportaje de esta periodista expuso como el Ministerio de Sanidad ocultó los conflictos de interés del comité que elaboró el Plan Estratégico Nacional para el Abordaje de la Hepatitis C, mientras que en otra señaló los enfrentamientos parlamentarios por este hecho. Aunque a través de esta periodista se ve como *El País* expuso temáticas similares a los demás medios, que para entonces sí tenían equipos de periodismo de datos, el resto de los reportajes de autoría nominal con fuentes múltiples fueron utilizados como armas arrojadizas en las elecciones catalanas de septiembre y las generales de diciembre, sin desviarse un ápice de la habitual línea editorial del medio.

El reportaje del 21 de septiembre titulado “La ley de transparencia de Mas mantiene opacas las donaciones” (Güell & Vidal, 2015) buscó combatir la resonancia de las declaraciones de Arthur Mas sobre la ley de transparencia catalana como “una de las más completas y exigentes de *El Mundo*”. El otro reportaje de autoría nominal de *El País* con fuentes múltiples fue publicado el 16 de diciembre bajo el título “Los partidos se vuelcan en el voto de las mujeres, que suman el 62% de los indecisos” (Junquera & Marcos, 2015), en donde la transparencia es un tema tangencial para contextualizar las políticas de género desarrolladas por cada uno de los partidos en sus contenidos programáticos. En este sentido, N. Junquera y J. Marcos igualaron en un par de líneas las propuestas de transparencia de los cinco grandes partidos que iban a elecciones el 20 de diciembre para luego desarrollar un artículo muy completo de las diferencias programáticas en políticas de género.

De entre los reportajes de autoría nominal con fuentes múltiples de *El Mundo*, sólo uno comparte características de arma arrojadiza política según la línea editorial del medio, tal como nos lo muestra el artículo del 17 de diciembre de Antonio Moreno (2015) titulado “Colau aumenta la subvención al memorial a los caídos en 1714”, en donde intenta vincular la formación política de la alcaldesa de Barcelona con los independentistas catalanes a través una subvención a una asociación que, entre sus funciones buscaba, “preservar la memoria de los patriotas catalanes caídos” tres siglos atrás. Para esto, Moreno contextualizó las subvenciones en un clima de incertidumbre política alrededor de Podemos y las confluencias de cara a las elecciones del 20 de diciembre, citando fuentes de distintos partidos políticos para vincular la subvención a una política seguida por partidos independentistas catalanes y dándole peso a las declaraciones en contra hechas por representantes de Ciudadanos.

El resto de los reportajes de *El Mundo* reflejan claramente una intencionalidad de colocar en la opinión pública problemáticas en torno a la transparencia sin necesidad de seguir la línea editorial del medio. Tal fue el caso del reportaje del 01 de octubre de 2015 titulado “¿Se le

puede regalar un velero de 50.000 euros a Don Juan Carlos?” (Terrasa, 2015), en donde se desglosa la ley de transparencia y se critican prácticas de la monarquía española que irían en contra del espíritu de esta ley. Lo mismo ocurrió con los artículos “El nuevo negocio de la transparencia” (De la Torre, 2015), “Transparencia con pegas” (Treceño, 2015) y “El auditor avisa desde 2013 del descontrol en los gastos de Sáez” (Salvador, 2015), publicados el 01 de octubre, 11 de octubre y 18 de diciembre de 2015 respectivamente: son reportajes que contextualizan muy bien las problemáticas de falta de transparencia en diversas instancias públicas sin importar que sus contenidos afecten la línea editorial del medio.

En los reportajes con autoría nominal y fuentes múltiples de *Elconfidencial.com*, la intencionalidad de posicionar a la transparencia como tema fundamental en la agenda mediática es evidente. Artículos como los de Ana Gómez (2015<sup>a</sup>, 2015<sup>b</sup>) titulados “Lo que nunca saldrá a la luz pese a la Ley de Transparencia” y “Los nuevos Ejecutivos de Madrid intentan ponerse las pilas con la transparencia”, del 20 de julio y 4 de agosto de 2015 respectivamente, son piezas que a través de sus fuentes múltiples dan resonancia a declaraciones de CIVIO, Access Info Europe, Transparencia Internacional y del Consejo de Transparencia. Todo esto en contextos donde portavoces políticos e institucionales como la alcaldesa de Madrid, Manuela Carmena (Ahora Madrid), o la presidenta de gobierno de la Comunidad de Madrid, Cristina Cifuentes (PP), forman parte principal de los reportajes.

En el primer artículo de Ana Gómez, la periodista critica las desestimaciones de solicitudes de información a entes públicos al tiempo que promociona resoluciones del Consejo de Transparencia, el cual insta a responderlas. En el segundo reportaje, Gómez ensalza la intencionalidad o voluntad política en los discursos de los gobiernos regionales y locales de Madrid mientras da resonancia a declaraciones de Helen Darbishire y posiciona el ranking de Transparencia Internacional, todo esto en el caso de las dos entidades gubernamentales citadas que a su vez son adversarias políticas.

Este posicionamiento de voces favorables a la transparencia en contextos de fuentes múltiples se vio también en el reportaje del periodista de datos, Daniele Grasso (2015), titulado “RTVE elude al Consejo de Transparencia y oculta las facturas de Eurovisión”, en donde se presenta paso a paso como el ente público se las ha ingeniado para saltarse la Ley de transparencia y no responder a una solicitud de información pública, evidenciando también la insuficiencia de la ley, al no acatar resoluciones dictaminadas por el Consejo de Transparencia que le insta a publicar los datos solicitados. Del mismo modo, el reportaje de Carlos Sánchez titulado “Rebelión interna en el INE: un sindicato pone en solfa las prácticas del presidente”, se le da voz a un sindicato del INE ante la opacidad de esta institución pública.

Como parte del posicionamiento de valores de la transparencia en el público general, un reportaje de *Elconfidencial.com* firmado por Kike Marín (2015) bajo el título “La FIFA acaba con la impunidad de Villar, algo que no se ha hecho nunca en España”, propició el seguimiento de casos de opacidad y corrupción del presidente de la Federación Española de Fútbol, Ángel María Vilar, para criticar la inacción en España ante este tipo de comportamientos opacos:

“...está siendo objeto de una investigación por la supuesta compra de votos en la adjudicación de los mundiales de Rusia 2018 y Qatar 2022. El abogado bilbaíno tiene un expediente abierto por negarse a declarar en todo este proceso ante el fiscal Michael Garcia. El procedimiento ya está en manos de la cámara de resolución del máximo organismo del fútbol europeo”. (Marín, 2015)

En los reportajes de *Eldiario.es* con autoría nominal y fuentes múltiples, se critica la opacidad institucional del gobierno y la monarquía. Aunque estas críticas no dejan de apoyar la línea editorial del medio, se dio voz a fuentes que sirvieron de contraste informativo en un ambiente de sobresaturación de noticias con fuentes interesadas -muy evidente en el caso de las noticias de este nativo-digital, como ya se ha visto en apartados anteriores-. Es así como

*Eldiario.es* dio voz a fuentes como la presidenta del Consejo de Transparencia de entonces, Esther Arizmendi, los trabajadores de RTVE Castilla-La Mancha y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU en 3 de sus reportajes.

En otro de ellos, *Eldiario.es* crítica la no publicación de gastos públicos para la coronación de Felipe VI, mientras que en un artículo firmado en conjunto por Jaron Rowan y Pedro Jiménez (2015b), se desglosó el contenido programático de cultura de los 5 partidos principales de cara a las elecciones generales del 20 de diciembre para señalar cómo de consecuentes son con sus programas al usar la transparencia como bandera política. Este reportaje es un claro ejemplo de cómo todos los partidos políticos incorporaron la transparencia como parte de su discurso, así como del interés de los medios con periodistas de datos por posicionarla como tema fundamental en la opinión pública. En este sentido, *Eldiario.es* sólo señaló al programa electoral de Podemos como consecuente con las políticas culturales y de transparencia que la formación morada decía defender de cara a la opinión pública:

“La palabra transparencia irrumpe con fuerza, se sigue confundiendo intercambio de archivos por piratería y las industrias culturales parecen inevitables, a pesar de la precariedad... En líneas generales PODEMOS presenta un programa conciliador... La transparencia, las buenas prácticas y la rendición de cuentas son elementos centrales del programa de cultura de este partido”. (Rowan & Jiménez, 2015b)

Aunque este reportaje no va en contra de la línea editorial del medio al ensalzar a Podemos, en realidad cumple con unos parámetros compartidos por reportajes de otro medio con una línea editorial distinta: *Elconfidencial.com*.

En este sentido, de entre los dos reportajes de *Elconfidencial.com* con autoría propia - ambos firmados por la unidad de datos del nativo-digital, Elconfidencial.lab-, uno usó como fuente única el programa electoral de los partidos políticos, publicándose el 10 de diciembre con el

título “Así son las propuestas en transparencia para el 20D: nuestro voto, a Podemos” (Elconfidencial.lab, 2015a). El artículo, publicado el día que entró en vigor la ley de transparencia, destacó como sus valores han entrado con fuerza en la vida política española al reflejarse en sus programas electorales para la próxima legislatura.

Entre otras cosas, Elconfidencial.lab contabilizó las propuestas comunes de todos los partidos políticos y destacó a tres que mencionaron la reforma de la ley y mejora del portal, la creación de un registro de lobbies y la adopción de un régimen sancionador. En este sentido, según esta unidad de datos, Podemos iba más allá de las otras formaciones al proponer reformar la web del registro mercantil, crear una base de datos de contrataciones y licitaciones, y publicar los donantes de los partidos políticos que aporten más de 5.000 euros al año:

“Si en términos cuantitativos Ciudadanos y PSOE arrasan (81 y 80 alusiones al concepto 'transparencia' en sus programas, respectivamente, por las 37 de Podemos, 33 del PP y 26 de Unidad Popular), ¿coincide las veces que se repite el término político de moda con la calidad de sus propuestas? Veamos... El partido liderado por Pablo Iglesias es el que ha presentado el programa más ambicioso en materia de transparencia” (Elconfidencial.lab, 2015a)

Otro artículo de Elconfidencial.lab que utilizó una fuente única fue publicado el 2 de septiembre bajo el título “Descubre cuántos viajes (oficiales) al extranjero ha realizado el Gobierno” (Elconfidencial.lab, 2015b). En el mismo, se utilizó una base de datos creada por la unidad de datos de *Elconfidencial.com* con los datos que proveyeron varios ministerios como respuesta a varias solicitudes de acceso a la información pública dirigida a todos los ministerios españoles a través del Portal de la Transparencia, en la que pedía la relación de viajes oficiales al extranjero de cada ministro. Este ha sido un perfecto ejemplo de una pieza de periodismo de datos que cumple con todos los aspectos fundamentales desarrollados en el marco teórico de este estudio y, para efectos de este análisis de contenido, es otro ejemplo del

esfuerzo de estos periodistas de datos por posicionar los valores relacionados con la transparencia como tema fundamental en la opinión pública.

Los dos reportajes sin reproducción directa de fuentes y con autoría propia de *Eldiario.es* se basaron, cada uno, en fuentes únicas derivadas del portal de transparencia, ambos en fechas aledañas a la entrada en vigor de la ley de transparencia. Un artículo, publicado el 8 de diciembre bajo el título “Cantabria no está preparada para aplicar la Ley de Transparencia a dos días de su entrada en vigor” (*Eldiario.es*, 2015b), criticó la falta de preparación de esta comunidad autónoma para poner en funcionamiento el portal de transparencia regional por su cuenta. Otro reportaje del 11 de diciembre bajo el título “RTVCM destina un 11% menos a sueldos de directivos desde septiembre”, se basó en informaciones publicadas en el portal de la transparencia regional de Castilla-La Mancha para hacer un estudio comparativo entre los sueldos de directivos de RTVE Castilla-La Mancha antes del nuevo gobierno autonómico que estrenó legislatura en mayo.

### **VI.2.3. Opinión**

De los 27 artículos de opinión, poco más de la mitad fueron publicados por los medios nativo-digitales, dejando atrás la predominancia de nativos-digitales sobre tradicionales vista en otros géneros. De hecho, *Eldiario.es*, medio con más publicaciones en noticias y reportajes, fue el que menos artículos de opinión tuvo: tan sólo 4 publicaciones. El medio con mayor cantidad de artículos de opinión fue *Elconfidencial.com* (10), seguido por *El Mundo* (7) y *El País* (6).



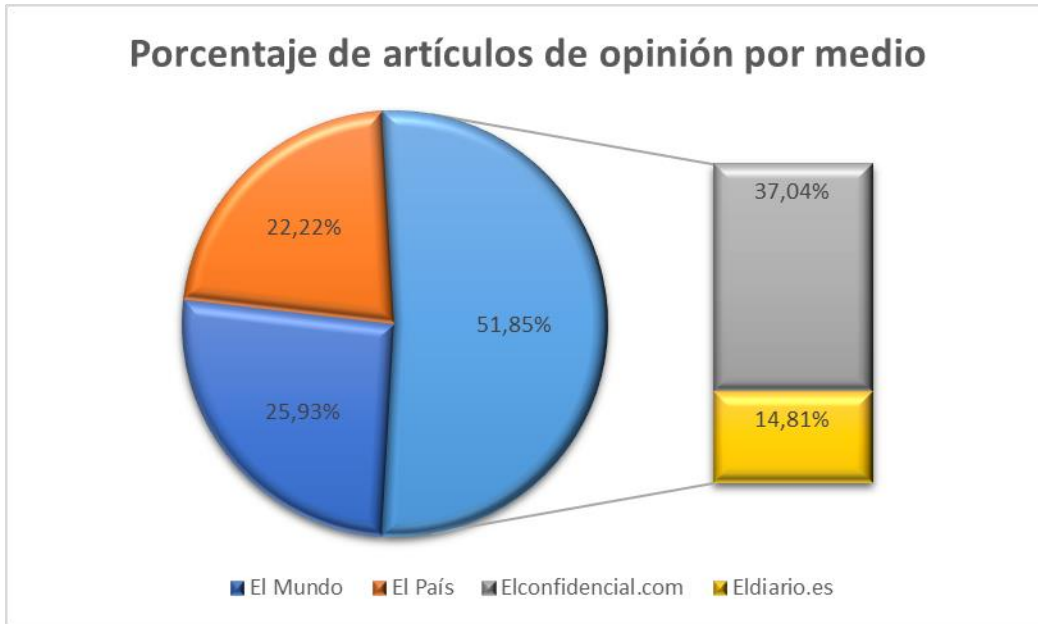


Gráfico 30. Porcentaje de artículos de opinión por género. Elaboración propia.

Si observamos el comportamiento de las publicaciones a través del tiempo (Gráfico 31) nos damos cuenta de que en el primer mes todos los medios publicaron al menos un artículo de opinión, siendo *Eldiario.es* el que más tuvo al publicar el doble que el resto: 2. Sin embargo, en el segundo periodo de la muestra (Mes 2) el único medio que siguió publicando fue *El Mundo*, con 1 sólo artículo, debiéndose la baja en la tendencia general entre el primer y segundo período al resto de los medios.

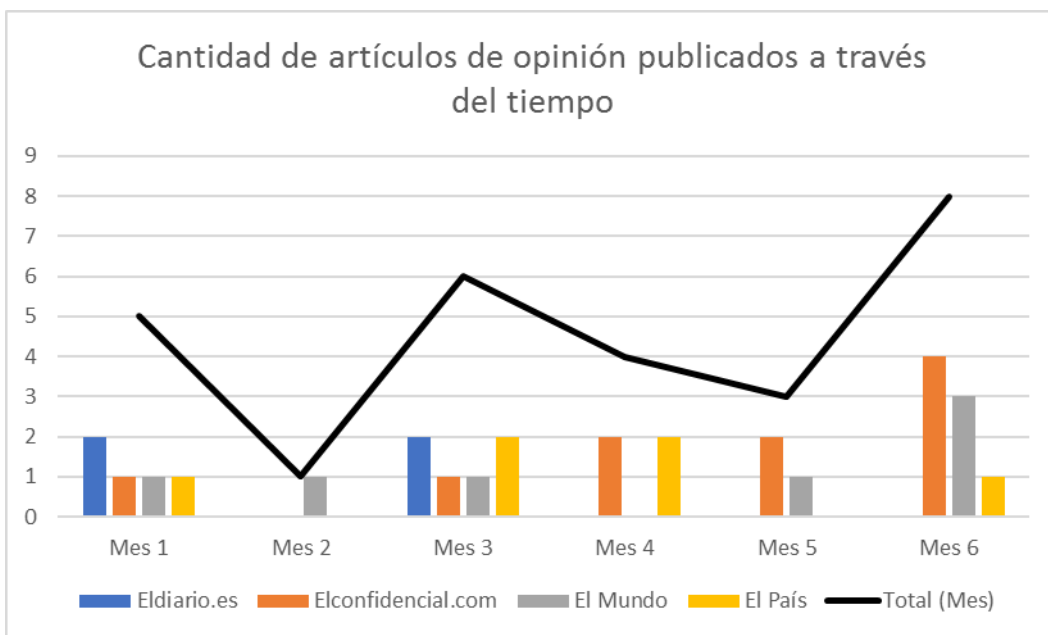


Gráfico 31. Artículos de opinión publicados en el período seleccionado. Elaboración propia.

En el mes 3 *Elconfidencial.com* y *El Mundo* tuvieron 1 artículo cada uno, duplicando esta cantidad *El País* y *Eldiario.es* con 2 artículos cada uno. En el cuarto período *Elconfidencial.com* y *El País* publicaron 2 cada uno, mientras que en el mes 5 sólo hubo 3 artículos: 2 de *Elconfidencial.com* y 1 de *El Mundo*. En el mes 6 *Elconfidencial.com* publicó 4 artículos, *El Mundo* 3 y *El País* 1.

Medio	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
<i>Eldiario.es</i>	2	0	2	0	0	0
<i>Elconfidencial.com</i>	1	0	1	2	2	4
<i>El Mundo</i>	1	1	1	0	1	3
<i>El País</i>	1	0	2	2	0	1

Tabla 29. Artículos de opinión publicados en el período seleccionado. Elaboración propia.

Los datos totales de todos los géneros periodísticos analizados de la muestran lo habitual en los medios: se publican más noticias, seguidas por reportajes y luego, en mucha menor medida, les siguen las publicaciones del género de opinión y las entrevistas.

### VI.2.3.1. Editoriales

En cuanto a los editoriales, son los artículos más importantes del género de opinión y, en el caso de los medios tradicionales, se suelen etiquetar como tal en sus publicaciones. Sin embargo, los nativo-digitales no suelen publicar editoriales o a etiquetarlos como tal, lo cual se debe a que sus artículos de opinión suelen encontrarse en sus secciones de blogs o blogs externos asimilados. En estos casos las publicaciones firmadas por los directores de los medios suelen considerarse editoriales: en el caso de *Elconfidencial.com* es Nacho Cardero y en *Eldiario.es*, Ignacio Escolar.

El medio con más editoriales de la muestra fue *El Mundo*, con 3 publicaciones de este tipo y que representan un 42,85% del total de sus artículos de opinión. Le siguen *Elconfidencial.com* y *Eldiario.es*, con 1 editorial cada uno y representando un 10% y un 40% del total de sus

artículos respectivamente. *El País* no tuvo ningún editorial, lo cual es un hecho muy importante a tomar en cuenta en el análisis y que lo separa del resto de medios de la muestra.

De los 3 editoriales de *El Mundo* uno se publicó el 26 de junio bajo el título “La regulación del 'lobby' es una saludable iniciativa de transparencia institucional” (*El Mundo*, 2015a), mientras que los otros dos se publicaron en diciembre bajo los titulares “La endogamia en los partidos frustra la regeneración” (*El Mundo*, 2015b), del 06 de diciembre, y “Un voto para una España unida, plural y regenerada” (*El Mundo*, 2015c), del 19 de diciembre. El artículo de junio marca la línea editorial del medio con respecto a las formaciones políticas al asegurar que “La iniciativa de regular el lobby recogida en el pacto de investidura para la Comunidad de Madrid entre el PP y Ciudadanos es una buena muestra de los saludables efectos para la regeneración democrática que está consiguiendo con sus acuerdos la formación de Albert Rivera”. En el editorial del 06 de diciembre se achaca a la falta de apertura de los partidos políticos a la sociedad “la escasez de transparencia” así como “la aparición de casos de corrupción y nepotismo”, haciendo un llamamiento para parar la profesionalización de la política. El 19 de diciembre *El Mundo* dedica su editorial al futuro Gobierno para que “la lucha contra la corrupción y la regeneración de la vida democrática” sea su prioridad, incentivando así a cumplir “el derecho ciudadano a la transparencia” como parte de esta regeneración.

En todos sus editoriales, se ve como *El Mundo* no sólo usa la transparencia para apoyar su línea editorial, sino que se ve como intenta influir en los partidos tradicionales para parar el impulso de fuerzas políticas emergentes como Podemos y las confluencias, a las cuales no menciona en ninguno de sus editoriales. Sin embargo, llama la atención como si cita a Ciudadanos como parte de esta regeneración democrática, instando el PP y PSOE a seguir su ejemplo. En este sentido, se ve como en la línea editorial del medio la transparencia y buen gobierno son una herramienta para influir en la política.

Por parte de *Elconfidencial.com* se ve como en su editorial del 23 de noviembre, bajo el título “Iñaki Urdangarin no lee a Séneca (o por qué Zarzuela abjura de un pacto con la Fiscalía)”, Nacho Cardero (2015) hace justicia a la línea editorial del medio al alabar la institución monárquica a través de Felipe VI, a quién le señala como artífice de la entonces recién aprobada Ley de transparencia. Sin embargo, es esta visión de Felipe VI como elemento clave de regeneración democrática en España la que usa el director de *Elconfidencial.com* para intentar influir en el caso Nóos, destacando las posibles consecuencias de no dejar que se procese correctamente a Undargarín, entre las cuales está el menoscabo de la imagen de Felipe VI como símbolo de la regeneración democrática. En este caso, el editorial de *Elconfidencial.com* ha intentado influir en la política a través de la transparencia y buen gobierno que forma parte de la regeneración democrática que vincula al nuevo representante de la institución monárquica.

En el caso de *Eldiario.es*, el editorial del 18 de septiembre de Ignacio Escolar (2015) bajo el título “Las cuentas de *Eldiario.es* en su tercer aniversario”, aunque es una comunicación corporativa, si tenemos en consideración la falta de información de las cuentas de los medios españoles con sus lectores y la sociedad en general, se puede catalogar como un ejercicio de transparencia. Aunque no es llamativo que el medio con más publicaciones en el total de artículos de todos los géneros sobre transparencia y buen gobierno intente utilizar el tema para promocionarse, sí que llama la atención que no haya más editoriales que intenten apoyar la línea editorial del medio a través de la transparencia. De hecho, los otros tres artículos de opinión de este medio tratan la transparencia como tema secundario en temáticas de políticas energéticas (2 artículos) y políticas mediáticas (1 artículo).

### VI.2.3.2. Artículos de opinión y ejemplos destacados

En los artículos de *Eldiario.es* del mes de julio bajo los titulares “La persecución del Gobierno a la energía solar es ya obsesiva” (Morales de Labra, 2015a) y “El control político de los medios de comunicación” (Sanclemente, 2015), publicados respectivamente el 12 y 16 de ese mes, se ve como la transparencia se usa para criticar la opacidad institucional ante políticas públicas del gobierno. En el primero de los artículos, Jorge Morales se centra en las políticas energéticas seguidas por el gobierno que afectaron negativamente al autoabastecimiento energético, criticando la opacidad de las facturas de electricidad y la inacción gubernamental ante tal falta de transparencia. El segundo artículo critica la opacidad gubernamental ante subvenciones de medios de comunicación privados y compra de publicidad institucional de estos medios para influenciar en su línea editorial, haciendo un llamamiento a usar el nuevo panorama político que “ofrece una oportunidad magnífica para erradicar las prácticas de oscurantismo y manipulación mediática”.

En el otro artículo de opinión de *Eldiario.es*, publicado el 29 de agosto bajo el título “¿Quién iba a decir que un simple panel solar iba a destapar las vergüenzas del sector eléctrico?”, Jorge Morales (2015b) vuelve a arremeter en contra de las políticas públicas de en materia energética, esta vez centrandolo en la integración política del autoconsumo eléctrico, para lo que haría falta “objetividad, transparencia y visión de futuro”.

En el caso de *Elconfidencial.com*, la mayoría de los artículos de opinión refuerzan la línea editorial del medio, aunque hay voces más diversas e incluso de activistas por la transparencia. Un ejemplo de activismo por la transparencia publicado en este medio sin desviarse de la línea editorial lo representa Javier Martín, de la Fundación Compromiso y Transparencia. De entre sus dos artículos, el publicado el 15 de julio bajo el título “José Folgado, el político que sonrojó a los empresarios” (Martín, 2015a), hizo una oda del político

a la cabeza de Red Eléctrica España como ejemplo de transparencia institucional, asegurando que “un político que llegó a la presidencia de una empresa con capital público (Red Eléctrica) por poseer el carnet del partido se ha revelado como el paradigma del buen gobierno en nuestro país”. El otro artículo, publicado el 19 de septiembre bajo el título “A propósito de la financiación de las fundaciones políticas” (Martín, 2015b), usa el informe de la Fundación Compromiso y Transparencia sobre la financiación de fundaciones vinculadas a los partidos políticos para denunciar la opacidad de todas formaciones políticas. La tendencia política del autor, muy acorde con la línea editorial del medio, no sólo se vio en este caso de igualación de todas las formaciones políticas como opacas, sino en el hecho de que destacó el caso de corrupción en torno a Convergencia Democrática y las medidas tomadas por Ciudadanos en un contexto de campaña electoral a las elecciones catalanas.

Otro ejemplo de una publicación que alaba la transparencia y buen gobierno sin desviarse de la línea editorial de *Elconfidencial.com* fue el artículo titulado “Carmena ya no quiere a Podemos”, en donde Fran Carrillo (2015) presentó a Ahora Madrid como ejemplo de transparencia de la nueva política al tiempo que despotrica de Podemos por “populista” entre otros adjetivos. El artículo buscó descapitalizar los votos de la formación madrileña vinculada a Podemos de las elecciones generales de diciembre, presentando un supuesto distanciamiento entre ambas plataformas políticas. Sin embargo, artículos como el publicado el 24 de septiembre bajo el título “Encuentros en la tercera fase con los concejales de plataformas ciudadanas” (Adsuara, 2015), no toman un posicionamiento tan marcado en la política española. En este ejemplo se alaba cualquier plataforma ciudadana que haya llegado a las instituciones de poder político y les instan a ir más allá de la transparencia vinculada a la lucha contra la corrupción:

“Hemos de superar el concepto de transparencia, que se ha puesto de moda, desgraciadamente, muy unida y referida a la lucha contra la corrupción, y hablar mejor de

datos abiertos (open data), que tienen un alcance mucho mayor. Una vez superemos la epidemia de corrupción que hemos padecido, no se tratará ya de saber si un político o administrador público es honesto (pues se debe partir de que lo es y no presuponer lo contrario), sino de si es competente. Si las Administraciones Públicas abren sus datos, los medios de comunicación y los ciudadanos podremos saber qué hacen con nuestro dinero y juzgar si lo utilizan bien o mal; si lo invierten adecuadamente, o si lo despilfarran”.

(Adsuara, 2015)

De esta manera se evidencia en los artículos de opinión de *Elconfidencial.com* una tendencia detectada anteriormente en noticias y reportajes: a pesar de la línea editorial del medio, la transparencia y buen gobierno forman una parte tan importante de los contenidos del nativo-digital que incluso puede verse reflejado en artículos que parecieran ir en contra de la línea editorial del medio y en algunos casos, hasta la modifica. En este sentido, artículos de evidente carga político-partidista como “Fantasmas y enchufados en Andalucía” de Javier Caraballo (2015), contrastan con otros como el publicado por la plataforma activista Xnet (2015) bajo el título “Protejamos a los denunciantes y alertadores”, en donde se hizo una analogía con el caso Snowden para asegurar que en España “las personas que denuncian la corrupción son perseguidas en lugar de ser protegidas”, abogando luego por lo siguiente:

“La protección de los denunciantes/alertadores es una lucha para defender el trabajo colectivo de transparencia y denuncia y no una forma de crear una sociedad de delatores como muchas veces han hecho los gobiernos autoritarios”. (Xnet, 2015)

Dos ejemplos más evidentes de este contraste opinativo en *Elconfidencial.com* se da en el contexto de la campaña electoral del 20 de diciembre. El primero es el artículo titulado “El Ibex ante el 20-D: temor a un Gobierno débil y terror a un cambio generacional”, publicado el 14 de diciembre de 2015 con la firma de José Antonio Navas (2015). El artículo es una clara apología política anti Podemos, ya que según el autor la formación morada representa la “involución económica en la España de la recuperación”. La transparencia de la que se habla

aquí es corporativa y se usa como arma arrojadiza al grupo Santander, que mencionan como ejemplo a no seguir en prácticas empresariales: el empresariado español debería dar paso a las nuevas generaciones, al igual que debería hacer la cúpula política con Ciudadanos para así frenar el impulso de Podemos. Es un artículo que contrasta mucho con uno de Elena Herrero-Beaumont (2015) y titulado “La transparencia del nuevo poder”, publicado el 12 de diciembre de 2015. Dicho artículo, que forma parte de la sección El Rincón de la Transparencia de *Elconfidencial.com*, es una apología a nuevas concepciones del poder representadas por los ayuntamientos de Madrid y Barcelona: “las nuevas formas de poder, vinculadas a la transparencia y a la participación auguran a priori escenarios positivos para la sociedad en su conjunto”.

A pesar de este pluralismo en los artículos de opinión de *Elconfidencial.com*, aquellos en consonancia con su línea editorial no dejan de ser mayoría, como el último artículo por citar de este medio. En el mismo, publicado el 17 de diciembre bajo el título “Enchufismo, marca España”, Javier Caraballo (2015) usó las críticas a la opacidad de la vida política e institucional española para hacer un análisis de sus causas en donde el nepotismo, en el caso de Andalucía, está claramente vinculado al PSOE de Susana Díaz.

De los 4 artículos de opinión de *El Mundo* que no son editoriales, 1 fue “Cartas al director”,<sup>12</sup> publicadas el 11 de diciembre y en donde uno de los 3 ciudadanos que escribieron a este medio tradicional, David Pérez Tallón, expresó lo siguiente en torno a la demanda ciudadana sobre la transparencia abanderada por los partidos políticos en sus campañas electorales ese año:

“Es curioso que en campaña proclamen, como reclamo electoral, que no subirán los impuestos o incluso los bajarán, cuando a poco que uno profundice se dará cuenta de que lo

---

<sup>12</sup> Nos basamos en “Las cartas del director como género periodístico” (Córdoba, 2011), que las cataloga como parte del macro género persuasivo al que pertenecerían las columnas de opinión y editoriales.



que verdaderamente nos preocupa y lo que necesitamos los ciudadanos es transparencia, que nos clarifiquen a qué van a destinar nuestro dinero, sea en mayor o menor medida el que debamos aportar en cada momento a las arcas del Estado”. (Pérez, Lomas & Gómez, 2015)

De esta manera, a través de los editoriales sobre transparencia y esta Carta al director, *El Mundo* ha logrado aprehender en su línea editorial demandas ciudadanas sobre transparencia y posibles respuestas a sus fallos en la vida institucional española, en el contexto de un posible cambio político de cara a las elecciones generales del 20 de diciembre de 2015. Todo esto no sólo implica el intento de influenciar en la política a través de la transparencia y buen gobierno que forma parte de la regeneración democrática, sino que demuestra cómo en sus artículos de opinión, *El Mundo* ha intentado influir en las propias políticas públicas de transparencia y buen gobierno que afectan el desarrollo del PD, lo cual se ve más claramente en el artículo del 6 de agosto con el título “Lobbies' y transparencia: una combinación difícil” (Entrena, 2015b).

En esta publicación, Rafel Entrena (2015a) celebra la intención del Decreto 171/2015, de 28 de julio, del Departament de Justícia de la Generalitat catalana, como “un avance en la transparencia del sector público y prevención de posibles situaciones de conflictos de intereses y corrupción”. Sin embargo, el articulista va desarrollando una dura crítica a lo largo de su publicación en torno a la efectividad del decreto, ya que “si lo que se pretende es dar transparencia a la actuación legítima y legal de entidades”, esta no se conseguirá con “solo prever que se formalice la inscripción de la instancia por iniciativa del interesado sin más incentivo” que el declarar públicamente que es grupo de interés. En este sentido, para Entrena lo lógico sería incentivar la inscripción en el registro de lobbies con medidas como “facilitar su participación en las iniciativas normativas o la preferencia en el acceso a los altos cargos o grupos parlamentarios”.

En otro artículo de *El Mundo*, Elisa De La Nuez abordó el conflicto de intereses de los expertos nombrados por el Ministerio de Sanidad para elaborar el Plan Nacional contra la Hepatitis C al publicar el 21 de agosto “Honestidad intelectual y conflicto de intereses” (De La Nuez, 2015). En esta publicación, se critica la opacidad con que se nombraron los expertos y la falta de investigación del ministerio, para luego destacar la posibilidad de pedir información pública por cualquier ciudadano y el papel del Consejo de Transparencia en este caso:

“Afortunadamente, el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno ha resuelto en sentido favorable la petición de un ciudadano de que se hagan públicas las declaraciones de interés de los expertos: en este ámbito, como en tantos otros, la transparencia es esencial dado que es la única herramienta de que disponemos para desvelar los posibles intereses particulares que se esconden -a veces inconscientemente- detrás de las manifestaciones o las declaraciones en un debate público”. (De La Nuez, 2015)

Por último, uno de los artículos de opinión con autoría propia del medio, sin ser editorial, del 5 de noviembre y titulado “Propuestas para la regeneración democrática” (*El Mundo*, 2015d), son planteamientos que el medio propone al futuro gobierno a tomar en cuenta para reformar la democracia española. En este sentido, en el punto 14 “Transparencia como derecho ciudadano”, se destaca la transparencia como un pilar fundamental de la regeneración democrática, resaltando todos los puntos que editoriales y artículos de opinión ya habían tocado como parte de este cambio fundamental en transparencia:

“El Parlamento regulará el acceso a la información pública como un nuevo derecho fundamental. También elaborará una nueva ley que delimite la relación de los 'lobbies' con el Parlamento y el resto de las instituciones del Estado. Todas las cantidades pagadas por cualquier Administración en concepto de subvención, ayuda, beca o similares tendrán que figurar en el Portal de Transparencia por orden alfabético, sean personas o empresas, incluyendo el concepto y la cuantía. LA LEY de Transparencia, aprobada en 2013 por el

Parlamento, tiene dos importantes limitaciones. La primera es que el acceso a la información no es un derecho ciudadano sino una concesión benéfica de la Administración. La segunda es que establece amplias excepciones para eludir el deber de informar”. (*El Mundo*, 2015d)

Dicho esto, el artículo propone una ley que reconozca que todos los españoles tienen derecho a solicitar todos los datos de la administración pública, mejorar las lagunas del portal de transparencia e incluir en este “la identidad de todas las empresas, fundaciones y personas que reciban subvenciones públicas”. Cabe destacar que el artículo fue actualizado en vísperas de las elecciones del 20 de diciembre de 2015 y, además, citado por el editorial del 19 de diciembre ya mencionado. Es así como a través de sus artículos de opinión, *El Mundo* también ha intentado influir en la política a través de la transparencia y buen gobierno que forma parte de la regeneración democrática, así como en las políticas públicas de transparencia que afectan el desarrollo del PD.

En *El País* no se ha encontrado una intencionalidad tan marcada como en *El Mundo* para posicionar la transparencia como tema fundamental, aunque sí que se ha utilizado como arma política arrojadiza para reforzar su línea editorial. En este sentido, el 21 de agosto Ángel S. Harguindey (2015), en su columna “El Averno”, criticó que el PP no quisiera que la presidenta del Consejo de Transparencia, Esther Arizmendi, compareciera ante el Congreso para explicar en qué tiene previsto gastarse los presupuestos. Hizo esto afirmando que “la gracia radica en que el mencionado Consejo fue creado para ‘salvaguardar el derecho de acceso a la información pública y garantizar el buen gobierno’”, comparando la intención del PP con Groucho Marx.

Algo similar ocurrió con el artículo publicado dos días antes de las elecciones catalanas, el 25 de septiembre de 2015, bajo el título “La alargada sombra del 3%”. En esta publicación, Pere Ríos (2015) intenta contrarrestar la utilización por parte de Arthur Mas de la ley de

transparencia catalana como bandera política en las elecciones de Cataluña. Para esto, resalta que la única razón por la que el entonces presidente de la Generalitat realizó esta acción fue por los numerosos casos de corrupción política que afectaban a Convergència.

Algo que ha marcado más aún la intencionalidad de *El País* -por posicionar a las voces políticas acordes con su línea editorial más que la transparencia y buen gobierno como tema fundamental- fue el artículo del 29 agosto titulado “Ilusiones y retos” (Causapié, 2015). La autora, entonces portavoz del grupo socialista en el Ayuntamiento de Madrid, Purificación Causapié, usó la transparencia como bandera política en los modelos de ciudad propuestos por el PSOE de cara a las elecciones del 20 de diciembre:

“Impulsaremos propuestas concretas: desde la puesta en marcha de la oficina antifraude hasta un código ético que traslade a la sociedad madrileña el compromiso de todos y cada uno de los representantes públicos con la transparencia y el buen gobierno”. (Causapié, 2015)

A pesar de esta tendencia de *El País*, se han visto un par de publicaciones que no se centran en la línea editorial del medio mientras usan la transparencia como arma arrojadiza. Este fue el caso de un artículo publicado el 22 de junio de 2015 bajo el título “La transparencia: propuestas y realidades”, con autoría de Rafael Entrena (2015a), quién también ha publicado en *El Mundo*. Este artículo criticó las fallas de implementación que iba a tener la nueva Ley de transparencia cuando entrara en vigor en diciembre de ese año. Al intentar explicar las causas de estas fallas, resaltó que hay que ir “más allá del carácter coyuntural de antídoto frente a la corrupción”, valorando las dificultades reales de su activación:

“La realidad es que los principios de transparencia han sido, en buena medida, elaborados por catedráticos de universidad, difundidos por ONGs, asumidos por los partidos políticos, en muchos casos, más como reacción al clima de desafección, que por verdadera convicción... Ha faltado, a mi entender, un debate sereno sobre el alcance de las medidas a

adoptar, una labor pedagógica sobre el verdadero trasfondo de las propuestas”. (Entrena, 2015b)

De esta manera, la falta de cultura de transparencia en España se dejó plasmada en posibles fallas en la implementación de la nueva Ley de transparencia, siendo un artículo que no va en contra de la línea editorial del medio si se toma en cuenta que la responsabilidad máxima de su implementación recae sobre el partido de gobierno en ese momento, el PP. Otro de los artículos sin las características de ser un arma política arrojadiza, fue publicado el 14 de diciembre bajo el título “Ahora no pocos políticos comen del menú del ministerio”, en donde José Luis Barbería (2015) simplemente plasma la opinión de que la cultura de la transparencia está cambiando en España, lo cual se ve reflejado en los programas políticos de todos los partidos políticos que fueron a las elecciones del 20 de diciembre.

Por último, ha destacado como *El País* le dio voz a la presidenta del Consejo de Transparencia de entonces, Esther Arizmendi, quién publicó un artículo el 27 de septiembre<sup>13</sup> bajo el título “Preguntar ya no es de mala educación” (Arizmendi, 2015). En la conmemoración del Día Internacional del Derecho a Saber (28 de septiembre), Arizmendi destacó el “sacudón” en toda la administración que ha significado la nueva ley de transparencia:

“Sin duda, un grandísimo avance, porque hay cosas que, con conocimiento público, jamás sucederían, y porque el axioma ‘a mayor transparencia menor corrupción’ se cumple de forma inexorable. Y, en medio de este cambio, hay un motor fundamental: los ciudadanos. Sin ellos, nada tendría sentido. La Ley de transparencia y el derecho a saber precisa y requiere la concurrencia de sus voluntades”. (Arizmendi, 2015)

---

<sup>13</sup> El artículo fue publicado en la página web de El País el 27 de septiembre e impreso en su versión física al día siguiente.

Es así como la presidenta del Consejo de Transparencia hizo un llamamiento a la ciudadanía en general a ejercer su derecho saber a través del portal de transparencia para solicitar información pública.

#### **VI.2.4. Entrevistas**

Las entrevistas han sido el género periodístico con menos cantidad de publicaciones de toda la muestra: con tan sólo 4 publicaciones, representan menos del 2% del total. *Elconfidencial.com* no publicó ninguna entrevista, mientras que *El Mundo* y *El País* tan sólo publicaron una cada uno. *Eldiario.es* fue el medio con más entrevistas publicadas, aunque estas fueron tan sólo 2.

Las entrevistas de *Eldiario.es* fueron hechas de cara a las elecciones del 20 de diciembre de 2015. Por un lado, el 22 de noviembre se publicó una entrevista hecha por Adolf Beltran (2015) al profesor de Derecho Constitucional y director del Departamento de Transparencia del Consell de Alicante, Manuel Alcaraz, bajo el título “Nos hemos encontrado una comunidad enferma y le estamos sirviendo de UCI”. En esta publicación se alabó el cumplimiento de la ley de transparencia y la activación del portal de Valencia después de tan solo 5 meses de la aprobación de la ley estatal. Por otro lado, el 15 de diciembre se publicó una entrevista colectiva hecha por los socios de *Eldiario.es* (2015d) al científico del CSIC y especialista en medio ambiente, Fernando Valladares, bajo el título “Fernando Valladares: Para ciertas cosas del cambio climático podría ser tarde”. En esta entrevista se destacó la opacidad institucional del Ministerio de Ambiente y de cómo sus funciones mejorarían si se cumpliera la Ley de Transparencia. Esta última publicación de *Eldiario.es* siguió el formato de preguntas y respuestas, en donde las preguntas fueron formuladas por varios usuarios en la web de *Eldiario.es*. Por esta razón es la única entrevista de la muestra sin autoría nominal.

En el caso de *El Mundo*, el 2 de septiembre se publicó una entrevista hecha por Miguel Cabrera (2015) al entonces nuevo rector de la Universidad de Almería, el catedrático de estadística Carmelo Rodríguez Torreblanca, bajo el título “Levantaremos las alfombras si hay irregularidades del equipo anterior”. Antes de comenzar si quiera con las preguntas de la entrevista, Cabrera destacó que el catedrático “fue elegido casi por aclamación”, lo que “puede dar una idea de las necesidades de renovación en la institución”, con lo que la entrevista está marcada por un tendencia muy positiva hacia el entrevistado en detrimento de la administración anterior de la Universidad: “marcada en el mandato anterior por la afiliación política de sus dirigentes y una gestión al menos poco transparente, que llevó a denuncias de enchufismo y privatizaciones encubiertas”.

En la entrevista, *El Mundo* se vale de un caso particular de una Universidad pública para destacar los valores de transparencia que ha resaltado en sus artículos de opinión sin ir en detrimento de la línea editorial. Es otro ejemplo de cómo el medio intenta hacer de la transparencia y buen gobierno un ejemplo a seguir en toda la sociedad española.

Por último, se hace necesario destacar que el día de la entrada en vigor de la ley de transparencia, el 10 de diciembre, se publicó en *El País* su única entrevista, realizada por Joaquín Ferrandis (2015) a Manuel Alcaraz, lo que suma ya dos entrevistas a este consejero de Compromís en medios con distintas líneas editoriales. En este caso, la entrevista hizo énfasis en los puntos oscuros y de difícil implementación de la ley de transparencia provincial que aprobó el PP antes de perder las elecciones en Valencia:

“Damos respuesta a una de las grandes necesidades de la Comunidad Valenciana y de la Generalitat: reconstruir la credibilidad de la política tras los casos de corrupción del PP de los últimos años. La transparencia y participación se ha convertido ahora en una prioridad fundamental... Tenemos previsto elaborar cuatro reglamentos que aclaren los puntos oscuros de la ley, como la creación de los consejos de transparencia o los consejos de

participación que la ley no dice cómo se deben elegir. Es una ley de muy difícil aplicación en algunos puntos. Esperar que todos los ayuntamientos la puedan cumplir no es sensato porque no disponen de los mecanismos informáticos para hacerlo”. (Ferrandis, 2015)

En este sentido, se expuso a través de Alcaraz la insuficiencia de la ley de transparencia y algunos de los motivos de su incumplimiento, mientras por otra parte se daba resonancia a unas declaraciones políticas que no suele ser parte de la línea editorial de *El País*. Sin embargo, la vinculación del consejero de transparencia de Compromís en un gobierno autonómico del partido socialista explica por qué estas declaraciones políticas tuvieron cabida en el medio. Además, toda la resonancia se hacía en detrimento de uno de los partidos políticos más contrarios a la línea editorial del medio hasta entonces: el PP. Sin embargo, no deja de ser un artículo que expone las insuficiencias de la ley y algunas de las causas de su incumplimiento.

### **VI.3. Resultados por temas**

Como se ha explicado en mayor profundidad en la metodología del análisis de contenido, cada unidad de análisis se leyó en su totalidad para extraer sus temas principales y clasificarlos en categorías temáticas. En este sentido, desde la teoría del *Framing* este apartado ha buscado las implicaciones que este encuadre tiene en la colocación del hecho noticioso al enfocar la transparencia y buen gobierno de cierta forma y fijar una agenda de atributos, tales como suficiencia o insuficiencia de la ley de transparencia, cumplimiento o incumplimiento de la ley, regulación de lobbies, capacidad sancionadora, etc. Estos atributos se han elegido en función de las preguntas de investigación y según las ideas principales relacionadas con la transparencia y buen gobierno de cada unidad de análisis (Capítulo II). En este sentido cada unidad de análisis ha sido tratada a partir de la forma en que se ha confeccionado el discurso en torno a la transparencia y buen gobierno, así como a partir de la



saliencia de ciertos rasgos que sobresalen en la elección de ciertas palabras para confeccionar este discurso y construir la historia.

### VI.3.1. Análisis temático

De las 231 publicaciones 112 mostraron de alguna manera la insuficiencia de la ley de transparencia, siendo este el tema más tratado en toda la muestra. El tema que le siguió en cantidad fue Cumplimiento de la ley, con 51 artículos publicados. Por orden de mayor a menor, el resto de los temas han sido: Incumplimiento de la ley (38), Elecciones 20D (20), Suficiencia de la ley (8) y otros (2). Este último tema se divide en dos publicaciones: una sobre la figura de Felipe VI y otra sobre las cuentas de *Eldiario.es*:

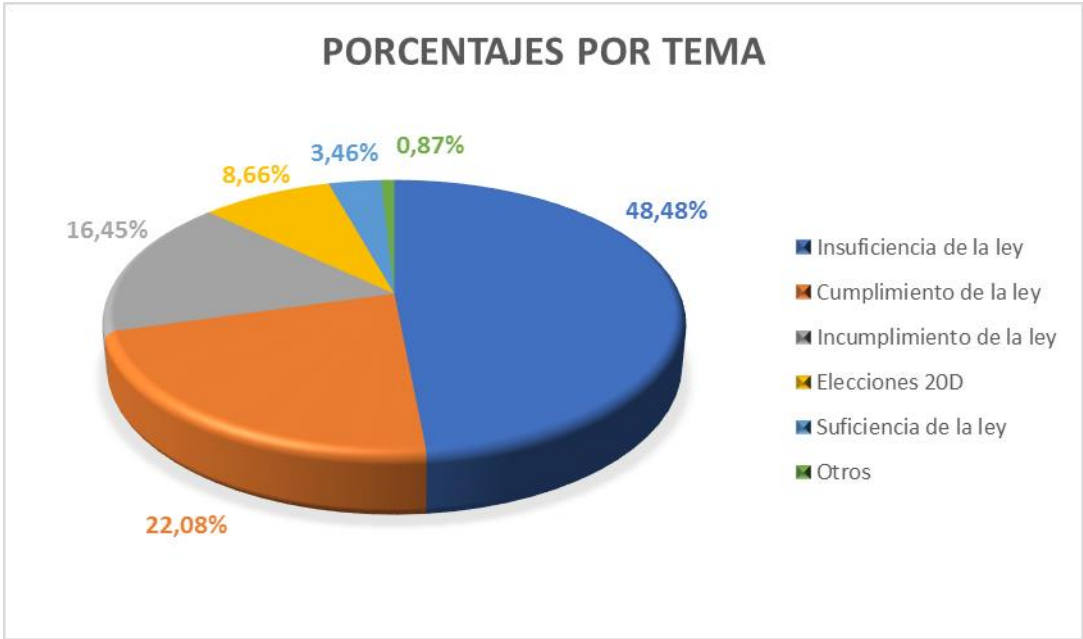


Gráfico 32. Porcentaje de publicaciones por tema. Elaboración propia.

A partir de la perspectiva de la publicación de temas a través del tiempo (Gráfico 33) se observa cómo, a excepción del mes 4, Insuficiencia de la ley es el tema que predomina en todos los períodos seleccionados. Tomando en cuenta que el último período es el que más publicaciones tiene debido a las elecciones del 20 de diciembre y el aniversario de la Ley de

Transparencia, llama la atención que el segundo periodo con más publicaciones de Insuficiencia de la ley sea el mes 1.

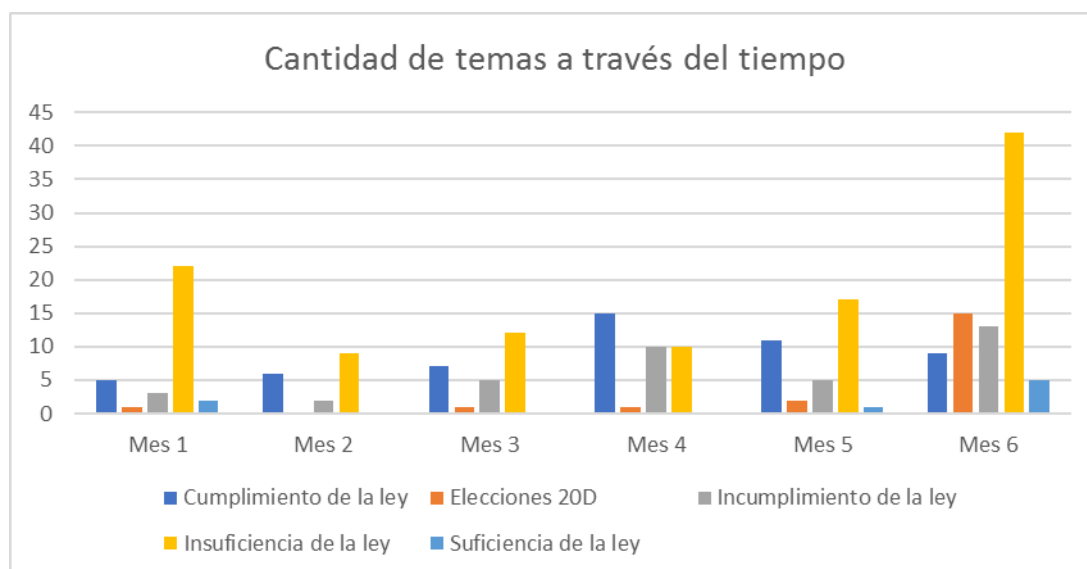


Gráfico 33. Cantidad de temas a través del tiempo. Elaboración propia.

Publicaciones como “Castellón presenta ante Alcaraz el primer modelo de transparencia” del 16 de julio en *El Mundo*, “Podemos impulsa una Ley de Cuentas Abiertas para prevenir la corrupción” del 15 de julio en *Eldiario.es* y “Victoria Anderica: Voy a crear una ordenanza que obligue a dar la máxima información posible” del 26 de julio en *Eldiario.es*, son ejemplos de cómo las formaciones políticas, que asumieron el poder a través de las elecciones autonómicas y regionales de un mes antes, aprovecharon las insuficiencias de la ley para hacerse promoción política a partir de nuevas medidas en materia de transparencia. Estas medidas en sí son una prueba de la insuficiencia de la ley estatal y de cómo se ha intentado sopesarla por medio de leyes autonómicas y ordenanzas municipales. Estos intentos se reflejarán más adelante en el subtema Voluntad política.

El tema Cumplimiento de la ley es el que aglutina un mayor número de publicaciones en el mes 4 y ello está relacionado con la continuidad de nuevas formaciones políticas que hicieron gala de nuevas medidas de transparencia, las cuales se sumaron a los intentos del partido de

gobierno de aquel momento (PP) e instituciones lideradas por afines a este partido por posicionarse como defensores de la transparencia.

En *Eldiario.es* artículos como “Sanidad se compromete a que ningún paciente grave esté más de un mes en lista de espera quirúrgica”, del 24 de septiembre, fueron publicados junto con “Las víctimas del metro y Raimon condecorados con la alta distinción de la Generalitat” del 10 de octubre y “La transparencia entra en vigor” del 14 de octubre, posicionando respectivamente cada uno a Encarna Guillén (PP), Monica Oltra (Compromís) y Manuel Alcaraz (Compromís). Estos ejemplos demuestran como la transparencia permeó en el discurso de los portavoces políticos autonómicos y locales de todo tipo debido al uso que se hizo de la transparencia en los programas políticos, con claros resultados positivos para las nuevas formaciones políticas en feudos locales y regionales del partido de gobierno.

#### **VI.3.1.1. Por género periodístico**

El tema con mayor cantidad de publicaciones, Insuficiencia de la ley, tuvo un 64,29% de noticias, un 16,96% de reportajes, un 16,07% de artículos de opinión y un 2,68% entrevistas. Aunque la entrevista tenga el porcentaje más bajo en este tema, si tomamos en cuenta que lo que representa ese 2,68% son 3 entrevistas y que en toda la muestra hay sólo cuatro, este dato resulta muy significativo. Lo mismo podría decirse de los 18 artículos de opinión dedicados a este tema, que representan un 66,66% del total. Por último, a este asunto se dedica el 44,18% de los reportajes.

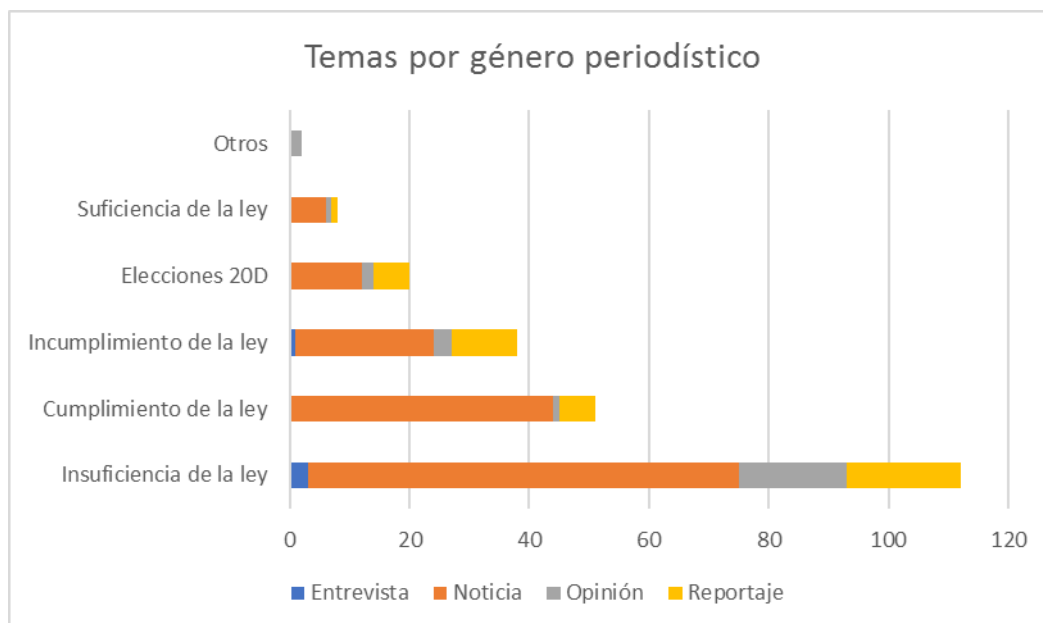


Gráfico 34. Temas por género periodístico. Elaboración propia.

Temas	Entrevista	Noticia	Opinión	Reportaje	Total
Insuficiencia de la ley	3	72	18	19	112
Cumplimiento de la ley	0	44	1	6	51
Incumplimiento de la ley	1	23	3	11	38
Elecciones 20D	0	12	2	6	20
Suficiencia de la ley	0	6	1	1	8
Cuentas de <i>Eldiario.es</i>	0	0	1	0	1
Felipe VI	0	0	1	0	1
Todos los temas	4	157	27	43	231

Tabla 30. Cantidad de publicaciones por temas en función del género periodístico. Elaboración propia.

En el caso de Cumplimiento de la ley, un 86,27% de sus publicaciones fueron noticias, un 11,77% reportajes y un 1,96% artículos de opinión, mientras que en Incumplimiento de la ley un 60,53% fueron noticias, un 28,95% reportajes, un 7,89% opinión y tan sólo un 2,63% fueron entrevistas. Al igual que en Insuficiencia de la ley, el 2,63% que representan las entrevistas en Incumplimiento de la ley es muy significativo, ya que es la entrevista que faltaba por contabilizar del total. Si analizamos el global de los porcentajes de géneros periodísticos en cada tema (tabla 31), destacan otros resultados similares que no se observarían a primera vista en el análisis cuantitativo de géneros por tema. En este sentido,

aunque la noticia fue el género predominante en casi todos los temas, los temas con mayor porcentaje de noticias antagonizan con algunos de gran porcentaje de reportajes.

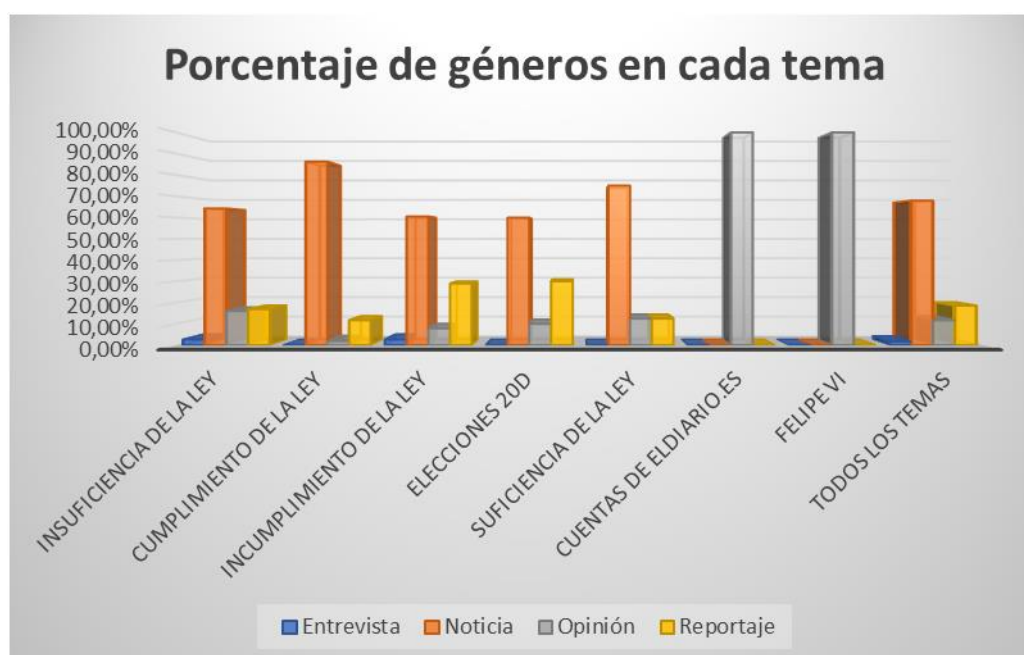


Gráfico 35. Porcentaje de géneros periodísticos en cada tema. Elaboración propia.

Temas	Entrevista	Noticia	Opinión	Reportaje	Total
Insuficiencia de la ley	2,68%	64,29%	16,07%	16,96%	100,00%
Cumplimiento de la ley	0,00%	86,27%	1,96%	11,76%	100,00%
Incumplimiento de la ley	2,63%	60,53%	7,89%	28,95%	100,00%
Elecciones 20D	0,00%	60,00%	10,00%	30,00%	100,00%
Suficiencia de la ley	0,00%	75,00%	12,50%	12,50%	100,00%
Cuentas de <i>Eldiario.es</i>	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%
Felipe VI	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%
Todos los temas	1,73%	67,97%	11,69%	18,61%	100,00%

Tabla 31. Porcentaje de géneros periodísticos en cada tema. Elaboración propia.

Es así como Cumplimiento de la ley y Suficiencia de la ley, los dos temas con mayor porcentaje de noticias contrastan notablemente con Incumplimiento de la ley e Insuficiencia de la ley, los temas con mayor cantidad de porcentaje de reportajes después de Elecciones 20D. En este punto hace falta aclarar que el tema Elecciones 20D también antagonizó con Suficiencia de la ley si tomamos en cuenta que, de entre todos sus subtemas, Insuficiencia de la ley representó un 40% del total de este tema (tabla 32).

Subtemas de Elecciones 20D	Cantidad de publicaciones
Insuficiencia de la ley	8
Ley de Transparencia y Participación Ciudadana	2
Programa electoral de partidos	2
Cultura de la transparencia	1
Derechos de autor	1
Independentismo	1
Junta electoral	1
Ley de Transparencia del Sistema Sanitario	1
Propuestas Partidos	1
Referéndum Cataluña	1
Reforma de ley de transparencia	1
Total	20

Tabla 32. Subtemas del tema Elecciones 20D. Elaboración propia.

Otro punto respecto a estos subtemas que se hace necesario destacar es el hecho de que, entre los 8 subtemas de Insuficiencia de la ley, la publicación de *Eldiario.es* titulada “Podemos propone medidas para retirar el cargo a quien no cumpla sus compromisos electorales”, también implicó el incumplimiento de la ley, aunque no fue incorporado en el subtema Incumplimiento de la ley por ser una idea subordinada:

“Juanxo López de Uralde, ha defendido la necesidad de establecer medidas "revocatorias" que permitan retirar el cargo a aquellos responsables institucionales que no cumplan sus compromisos electorales... Con el fin de avanzar hacia un modelo de democracia "más participativa", fomentará una ‘nueva cultura de la transparencia’. ‘Se favorecerá la difusión de información pública de una manera más estructurada, accesible y comprensible para la gente, para garantizar que las instituciones estén al servicio de la ciudadanía’, ha explicado... El programa de Podemos en materia de participación incluye la ampliación de la Ley de Transparencia, con iniciativas como la eliminación de la obligatoriedad del DNI electrónico para poder realizar consultas, y el establecimiento de sanciones si se incumplen los márgenes de respuestas”. (EFE, 2015e)

Si tomamos en cuenta que los temas más vinculados con el incumplimiento e insuficiencia de la ley de transparencia son aquellos con mayor porcentaje de reportajes, junto con el hecho de que los temas más vinculados con el cumplimiento y suficiencia de la ley son aquellos con

mayor porcentaje de noticias, salta a la vista parte de los resultados por géneros periodísticos del apartado VI.2:

NOTICIAS	REPORTAJES
El 80% reprodujeron directamente informaciones interesadas de las fuentes.	Las fuentes no interesadas representaron más del 88% del total.
El 60% reprodujeron intereses de un partido político.	Predominan la autoría nominal y las fuentes múltiples.
El pp fue el partido político con mayor cantidad de reproducción de fuentes interesadas (tabla 15).	Las publicaciones con fuentes múltiples y autoría nominal fueron las de mayor equilibrio informativo.

Tabla 33. Comparación de resultados parciales de noticias y reportajes. Elaboración propia.

Con estos datos podemos inferir que el sesgo de las noticias ha generado temas antagónicos a Insuficiencia de la ley e Incumplimiento de la ley, temas que a su vez están vinculados al mayor equilibrio informativo encontrado en los reportajes, con lo que tienen un mayor peso a la hora de valorarlos dentro del posicionamiento temático que los periodistas de las redacciones estudiadas han hecho de cara a la opinión pública. Del mismo modo, al predominar la autoría nominal en los reportajes, la vinculación entre los periodistas de las redacciones y estos temas es mucho más estrecha que la que podría haber en los temas con mayor porcentaje de noticias.

### VI.3.1.2. Por subtema

Tal y como hemos señalado en la metodología de nuestro estudio (Capítulo II), una vez establecido el Tema al hacerle las cuatro preguntas relacionadas con nuestro objeto de estudio, se registró el Subtema a partir de la idea principal de cada unidad de análisis. Esto quiere decir que mientras los Temas están mejor agrupados, los subtemas presentarán una gran variedad de ideas que nos ayudarán a hacer inferencias en torno a los temas principales. En este sentido y debido a las particularidades expuestas del tema Elecciones 20D, ya se adelantó parte del análisis temático por subtemas, el cual se completará con este apartado.

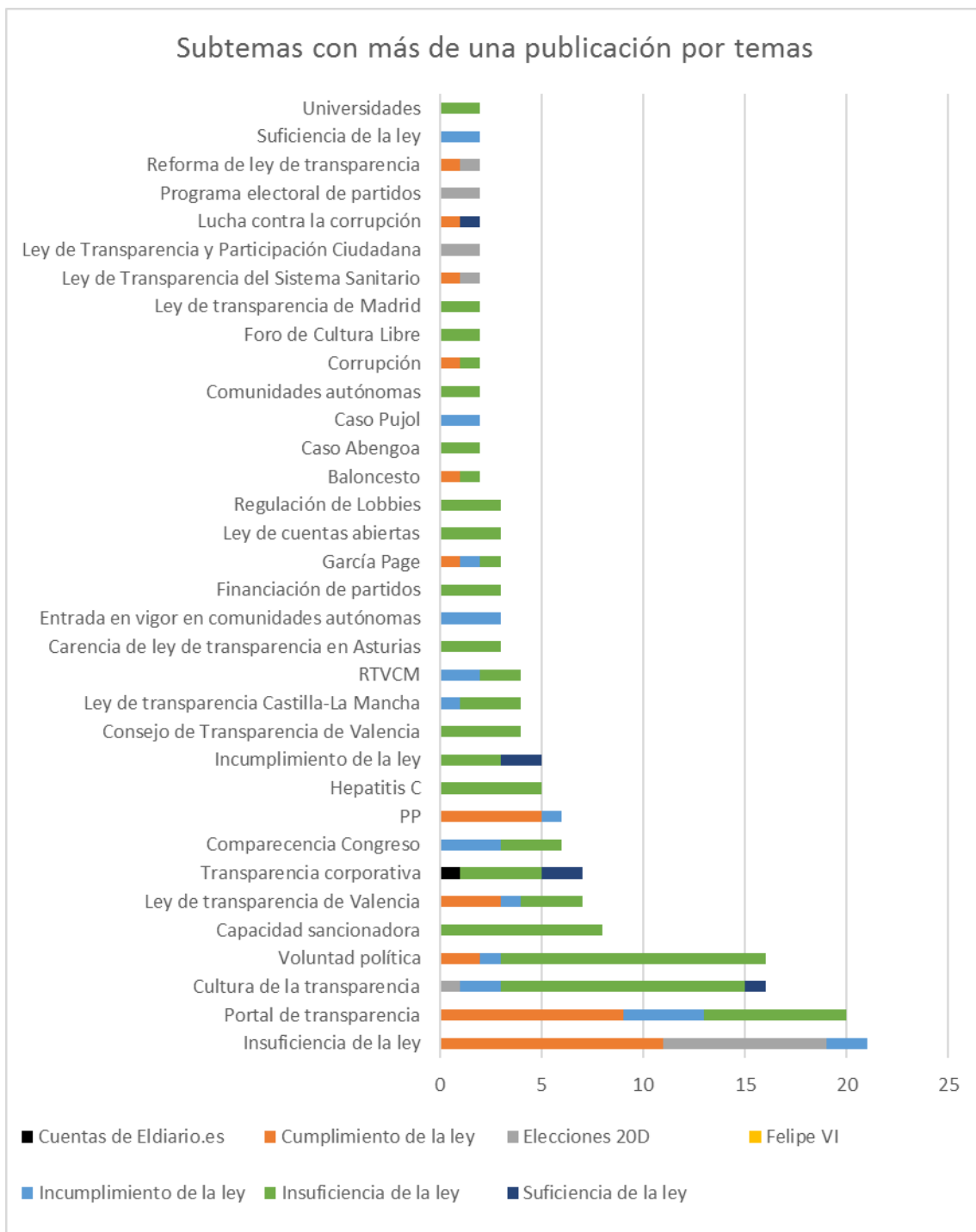


Gráfico 36. Subtemas con más de una publicación y su pertenencia a cada tema. Elaboración propia.

Hay que tener en cuenta que los subtemas son muy difíciles de agrupar en grandes categorías: hay un total de 90 subtemas (Anexo 5), de los cuales 34 son susceptibles de agrupar con al menos 2 publicaciones. Los 56 subtemas restantes tienen tan sólo una publicación. Si observamos los subtemas agrupados en al menos 5 publicaciones, tenemos que los primeros 11 se agrupan en 6 de los grandes temas, quedando excluido el tema Felipe V. Analizando



estos subtemas más de cerca (Tabla 34) se ven los temas a los cuales pertenecen en porcentajes, los resaltados en rojo son los mayoritarios.

SUBTEMAS	TEMAS					
	Cuentas de <i>Eldiario.es</i>	Cumplimiento de la ley	Elecciones 20D	Incumplimiento de la ley	Insuficiencia de la ley	Suficiencia de la ley
Insuficiencia de la ley	0,00%	52,38%	38,10%	9,52%	0,00%	0,00%
Portal de transparencia	0,00%	45,00%	0,00%	20,00%	35,00%	0,00%
Cultura de la transparencia	0,00%	0,00%	6,25%	12,50%	75,00%	6,25%
Voluntad política	0,00%	12,50%	0,00%	6,25%	81,25%	0,00%
Capacidad sancionadora	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%
Ley de transparencia de Valencia	0,00%	42,86%	0,00%	14,29%	42,86%	0,00%
Transparencia corporativa	14,29%	0,00%	0,00%	0,00%	57,14%	28,57%
Comparecencia Congreso	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	50,00%	0,00%
PP	0,00%	83,33%	0,00%	16,67%	0,00%	0,00%
Hepatitis C	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%
Incumplimiento de la ley	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	60,00%	40,00%

Tabla 34. Porcentaje de temas a los que pertenece cada subtema. Elaboración propia.

A continuación, se analizará en profundidad estos 11 subtemas, ahondando en el análisis temático a través del cruce de resultados entre temas y subtemas.

#### VI.3.1.2.1. Insuficiencia de la ley

En el subtema Insuficiencia de la ley llama mucho la atención que más del 50% de las publicaciones formen parte del tema Cumplimiento de la ley. Si lo analizamos con más detalle, observamos que las 11 publicaciones son noticias, de las cuales sólo una no reproduce los intereses de una única voz interesada. Es así como artículos como “Presidencia aumenta

presupuesto del CNI por amenaza del terrorismo yihadista”, publicada por *El Mundo* el 20 de agosto de 2015, reprodujo los intereses del PP y el gobierno estatal al posicionar las palabras del entonces subsecretario de la Presidencia, Federico Ramos, respecto al aumento de los presupuestos al Centro Nacional de Inteligencia:

“Ramos también se ha referido a la apuesta del Gobierno por la transparencia y, en este sentido, ha citado la Ley de Transparencia y Buen Gobierno, que entró en vigor el pasado 10 de diciembre. A fecha de julio, el Portal de la Transparencia ha recibido más de tres millones y medio de consultas y 2.534 solicitudes de acceso a distinta información. Al Ministerio de la Presidencia le correspondía atender 265 solicitudes, de las cuales ya se han respondido 241, ha informado. Para mejorar su funcionamiento, a partir de septiembre se habilitará una nueva forma de acceso más sencilla a partir de la identificación del propio DNI del interesado”. (EFE, 2015d)

Tal como nos muestra este ejemplo, se posicionaron estas declaraciones para apuntalar el supuesto cumplimiento de la ley de transparencia por parte de un político vinculado al partido de gobierno, a pesar de que en las mismas informaciones se ve claramente la insuficiencia de la ley debido a la exigencia del DNI electrónico, medida que además se intenta posicionar como positiva. De forma muy similar se han presentado la mayoría de las publicaciones que forman parte del tema Cumplimiento de la ley y el subtema Insuficiencia de la ley, posicionando al entonces presidente de la Diputación de Castellón, Javier Moliner (PP), al presidente de la Diputación de Alicante, César Sánchez (PP), al presidente de la Asociación de Municipios Vascos (Eudel), Imanol Landa (PNV) y al diputado de transparencia, Luis Martínez (PP).

La única excepción de este subtema como parte del tema Cumplimiento de la ley fue un artículo titulado “Las nóminas de los diputados de la Asamblea de Madrid: desde los 1.000 euros hasta más de 5.000”, en donde la agencia EFE se hizo eco de la incorporación en la

página web de la Asamblea de Madrid de una sección de transparencia. En esta noticia la insuficiencia de la ley estatal quedó evidenciada por ser una medida municipal no exigida entonces por la ley de transparencia y que intentaba equilibrar las insuficiencias e incumplimientos de esta.

Las 8 publicaciones del subtema Insuficiencia de la ley que forman parte del tema Elecciones 20D evidenciaron la insuficiencia de la ley como parte de los programas políticos de los partidos políticos, bien sea por la reproducción de un par de fuentes interesadas (PSOE, Podemos y Geroa Bai) o por el análisis de los programas electorales en relación con la situación de la transparencia en España durante ese periodo electoral. Las dos publicaciones sobre el Incumplimiento de la ley como tema son un claro ejemplo de cómo la insuficiencia de la ley y su incumplimiento están íntimamente relacionados. En el artículo titulado “La transparencia: propuestas y realidades”, Rafael Entrena publicaba en *El País* como la campaña electoral mostraba prácticas de transparencia en políticos y candidatos no recogidas en la ley:

“Los candidatos, especialmente aquellos con compañeros de partido afectados por escándalos de corrupción, parecían inmersos, a modo de catarsis, en una suerte de competición de "yo soy más transparente que tú". En las últimas semanas hemos escuchado propuestas de todo tipo y alcance: desde la presentación de declaración de bienes de los cónyuges de los responsables políticos, a la publicación detallada de las agendas de los cargos públicos, la creación de oficinas municipales antifraude o la rendición de cuentas de los gastos de representación” (Entrena, 2015b).

#### **VI.3.1.2.2. Portal de transparencia**

Si analizamos el subtema Portal de transparencia tenemos nuevamente que todas aquellas publicaciones del tema Cumplimiento de la ley son noticias, un 45% del total de este subtema, de las cuales sólo una utiliza fuentes múltiples. Las 9 publicaciones restantes reproducen

voces interesadas de partidos políticos como PP, PSOE, PRC y PNV, así como las de dos instituciones privadas: el Servicio Madrileño de Salud (SERMAS) y la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (EFE, 2015f). La mayoría de estas publicaciones usaron el portal de transparencia, bien sea estatal o autonómico, para posicionar a los partidos o instituciones de los portavoces como cumplidores de la ley de transparencia.

Un 55% de este subtema se divide entre la insuficiencia de la ley (35%) e Incumplimiento de la ley (20%). Aunque también hay una predominancia de la noticia y las fuentes interesadas, destaca como en este 55% hay 4 reportajes, en donde la reproducción interesada de fuentes no aplica. Al igual que en varios casos del subtema anterior, en este las noticias que formaron parte de los temas Incumplimiento de la ley e Insuficiencia de la ley mostraron errores de la ley de transparencia. Esto se hizo en noticias como “La Diputación de Badajoz publicará el patrimonio de sus diputados la próxima semana”, del 17 de diciembre publicada por *Eldiario.es*, en donde se destacó la incorporación en el portal de datos de los bienes y patrimonio de los diputados provinciales no exigidos por la ley estatal; y “Entidades locales podrán adherirse al servicio del Portal de Transparencia”, publicada por *Eldiario.es* el 23 de junio, en donde la tardía adhesión de ayuntamientos, gobiernos provinciales y comunidades autónomas al portal estatal demostraron el incumplimiento e insuficiencia de la ley.

Mucho más explícitos fueron reportajes como el publicado por *Elconfidencial.com* bajo el título “Díaz sigue guardando bajo llave los sueldos de los directivos en las empresas públicas”, que señalaba el 01 de julio como Susana Díaz incumplía la ley en Andalucía, y “La administración burla la ley de transparencia”, en donde Neus Vidal destacaba el 12 de diciembre en *El País* la insuficiencia del portal de transparencia catalán, usado como parte de la campaña electoral de fuerzas catalanas independentistas que formaron parte de Junts pel sí en septiembre de 2015 y que se presentaban a las elecciones generales de diciembre de ese año.

### VI.3.1.2.3. Cultura de la transparencia

Tal como puede verse en la tabla 34, el 75% del subtema Cultura de la transparencia forma parte del tema Insuficiencia de la ley y un 12,5% del tema Incumplimiento de la ley. Tan sólo dos publicaciones se apartan de estos temas, ambos artículos de opinión: uno publicado por *El Mundo* el 19 de diciembre bajo el título “Un voto para una España unida, plural y regenerada” y otro publicado por *El País* el 14 de diciembre titulado “Ahora no pocos políticos comen el menú del ministerio”. En ambos se utiliza la cultura de transparencia de forma muy distinta. Mientras el editorial de *El Mundo* hace un llamamiento a cambiar la cultura de la transparencia en España en aras de la regeneración democrática, en *El País*, José Luis Barbería se muestra positivo, asegurando que la cultura de la transparencia está cambiando en España, debido al uso de la transparencia en los programas políticos de los partidos políticos de cara a las elecciones del 20 de diciembre. Por ello, este último artículo se incluye en el tema minoritario Suficiencia de la ley.

Otro dato que llama la atención de este subtema es que la mitad de las publicaciones son noticias y la otra mitad son artículos de opinión. Si quitamos los dos artículos de opinión ya analizados de *El Mundo* y *El País* en el párrafo anterior, la relación entre los temas predominantes de este subtema queda en 8 noticias y 6 artículos de opinión. De entre las noticias sólo 3 reproducen directamente las voces interesadas de partidos políticos: 1 del PP, 1 del PSOE y 1 de Ciudadanos. Otras dos noticias reproducen los intereses de una institución privada (Transparencia Internacional) y otra pública (Consejo de la transparencia). De esta manera se evidencia como el término Cultura de la transparencia no es de gran uso entre partidos políticos, siendo utilizado en los pocos espacios en los que les da voz a organizaciones activistas como Transparencia Internacional o instituciones públicas independientes como el Consejo de la transparencia. Tanto la noticia que da voz al Consejo de transparencia el 13 de julio bajo el título “La cultura de la transparencia no existe

en España. Hay que cambiar la mentalidad”, como la publicada el 10 de diciembre bajo el título “Transparencia Internacional: facturas de la corrupción las pagan los pobres”, dan cuenta de insuficiencia e incumplimiento de la ley y su interrelación a través de la cultura de la transparencia en España en aquel momento.

#### VI.3.1.2.4. Voluntad política

El subtema Voluntad política ha sido uno de los que más ha evidenciado la insuficiencia de la ley de transparencia, no sólo porque el 81,25% pertenece precisamente al tema Insuficiencia de la ley, sino porque todas las 9 publicaciones con reproducción directa de fuentes interesadas (4 del PSOE, 1 de Podemos, 1 de Compromís, 1 de Ciudadanos, 1 de la Asamblea de Madrid y 1 de la Universidad de Almería), lo hacen destacando la insuficiencia de la ley para promocionarse como ejemplos de transparencia ante estas insuficiencias. Se ve en ejemplos como el artículo de *El Mundo* bajo el título “El Consell publicará gastos de viajes, retribuciones, regalos y subvenciones”, del 9 de diciembre, y el del *Eldiario.es* publicado el 17 de diciembre bajo el título “Aprobada, con la abstención de C's, la propuesta de Ley de Cuentas Abiertas” (Tabla 35):



	
<p>“La Asamblea estudiará reformar la ley reguladora de Canal Extremadura a partir de enero. El pleno de la Asamblea ha aprobado, con los votos a favor del PSOE, PP y Podemos y la abstención de Ciudadanos, una propuesta de ley de Cuentas Abiertas para la Administración Pública, formulada por Podemos, por la que se publicarán las cuentas bancarias y el saldo correspondiente”.</p>	<p>“La Generalitat se ha comprometido reforzar su transparencia y publicará gastos de viaje de los miembros del Consell, regalos que reciban, retribuciones de los responsables de sus entidades dependientes, contratos, subvenciones y declaraciones de bienes de los altos cargos. Así se incluye en el convenio que el conseller de Transparencia, Manuel Alcaraz, ha firmado hoy con el presidente de la organización Transparencia Internacional de España, Jesús Lizcano”</p>

Tabla 35. Ejemplos de *Eldiario.es* y *El Mundo* en el subtema Voluntad política.

De hecho, la única publicación de este subtema con reproducción de vocería interesada del tema Cumplimiento de la ley deja entrever la insuficiencia de esta al utilizar el cumplimiento

de la ley de transparencia como arma política arrojadiza. Nos referimos al artículo titulado “En 100 días la Diputación ha dejado de avergonzar a los valencianos”, publicado por *El Mundo* el 10 de octubre de 2015 en referencia a los 100 días de gobierno en la diputación de Valencia. En dicho artículo, el presidente de la Diputación de Valencia, Jorge Rodríguez (PSOE), aseguró que “el Gobierno de la nueva Diputación ya ha marcado su estilo y sus políticas, basadas en los grandes ejes de la autonomía municipal, la colaboración institucional y la transparencia. Hasta el Partido Popular ya ha pedido ser de la nueva Diputación”.

Entre las 7 publicaciones sin reproducción de fuentes interesadas de este subtema hay una sola que pertenece al tema Cumplimiento de la ley: el artículo de opinión de Fran Carrillo titulado “Carmena ya no quiere a Podemos”, publicado el 30 de septiembre de 2015 en *Elconfidencial.com*. Este artículo, ya mencionado en el análisis por género periodístico, comienza asegurando que “la política de comunicación sirve para informar, para ofrecer transparencia de lo que haces y gestionas, de con quién te rodeas y quién eres”, intentando desmarcar la gestión de Manuela Carmena de la formación morada. Para esto se posicionó a Carmena como ejemplo del cumplimiento de la ley de transparencia a sus 100 días de gobierno y se intentó antagonizar esta gestión al discurso político de Podemos.

Con excepción del reportaje “Rebelión interna en el INE: un sindicato pone en solfa las prácticas del presidente”, publicado el 18 de diciembre por *Elconfidencial.com* y que forma parte de Incumplimiento de la ley, el resto de las publicaciones se incluyen en el tema Insuficiencia de la ley. Estas publicaciones evidencian la insuficiencia de la ley de transparencia a través de medidas que intentan sopesarla, las cuales a su vez no hubieran sido posible de no ser por la voluntad política de los entes regionales o municipales que han promulgado estas medidas paliativas. Es el caso del reportaje titulado “El tiempo medio de espera para operarse ha subido en casi cuatro días desde julio”, publicado por Alicia Avilés Pozo en *Eldiario.es* el 10 de diciembre de 2015. En esta publicación la periodista se valió de

las publicaciones del Portal regional de Transparencia y Salud castellanomanchego para atacar la gestión de María Dolores de Cospedal (PP) y exaltar la gestión en transparencia del entonces nuevo gobierno regional, siendo un ejemplo de cómo nuevas políticas de transparencia han servido a medios con periodistas de datos para ejercer mejor su profesión:

“La puesta en marcha del nuevo Portal de Transparencia y Salud de Castilla-La Mancha permite establecer las comparativas que resultaban imposibles durante la legislatura de María Dolores de Cospedal. Las cifras correspondientes al mes de noviembre han sido publicadas hoy, aunque el presidente regional, Emiliano García-Page, ya adelantó ayer el dato de la reducción del 7% en las listas de espera de octubre a noviembre”. (Avilés, 2015a)

Este reportaje es una pieza periodística que denuncia el deterioro del sistema de salud castellanomanchego a través de una investigación que combina Open Data, análisis y sistematización de estos datos publicados y la investigación periodística tradicional que suele usar entrevistas y declaraciones de hemeroteca. Todo esto presentado en un formato tradicional sin visualizaciones espectaculares ni aplicaciones interactivas.

#### **VI.3.1.2.5. Capacidad sancionadora**

El subtema Capacidad sancionadora es otro ejemplo que muestra la voluntad de las redacciones con periodistas de datos por ejercer presión en la política y políticas de transparencia que afectan el periodismo: todas las publicaciones de este subtema pertenecen al tema Insuficiencia de la ley y tienen autoría nominal, con una mayoría de reportajes (50% del total) y tan solo un 25% de reproducción de fuentes interesadas (dos noticias). Además, el único medio sin publicar en este subtema fue *El País*, cuya línea editorial marcó la no publicación de informaciones favorables a Podemos y las confluencias, ni siquiera cuando estas gobernasen por conceso junto con el PSOE, situación a la no llegaron ni *El Mundo* ni *Elconfidencial.com* a pesar de su línea editorial.



Los siguientes reportajes son ejemplos que trabajaron la insuficiencia de la ley de transparencia a partir de su falta de capacidad sancionadora y su vinculación con aspectos que muestran aún más la insuficiencia de la ley: 1- Alicia Avilés Pozo titulado “Castilla-La Mancha multará a altos cargos que impidan el acceso a información pública” en *Eldiario.es* el 10 de noviembre, 2- Marta Belber bajo el título “Multas de entre 1.000 y 3.000 euros para los concejales que no sean transparentes” en *El Mundo* el 23 de noviembre, 3- Jesús Escudero bajo el título “Madrid propone inhabilitar a quien no cumpla la ordenanza de transparencia” en *Elconfidencial.com* el 23 de noviembre. En el caso de las publicaciones de *Elconfidencial.com* y *El Mundo*, tanto Escudero como Belber se refieren a las multas que el Ayuntamiento de Madrid está dispuesto a ejercer hacia aquellos concejales que se reúnan con grupos de lobbies no inscritos en un registro, así como la creación de un régimen sancionador para cargos públicos, contratistas, perceptores de subvenciones y lobistas. En el caso del reportaje de Alicia Avilés Pozo no se destacó una normativa municipal, sino una ley autonómica:

“El anteproyecto de Ley de Transparencia y Buen Gobierno contempla sanciones de entre 6.000 y 12.000 euros por infracciones muy graves. La futura norma forma parte del programa electoral del PSOE y del acuerdo con Podemos para la investidura de Emiliano García-Page. Los altos cargos no podrán aceptar regalos que superen los “usos habituales sociales o de cortesía” ni favores o servicios en condiciones ventajosas” (Avilés, 2015b)

#### **VI.3.1.2.6. Ley de transparencia de Valencia**

De las 7 publicaciones de este subtema 4 fueron noticias, 2 reportajes y 1 entrevista, de entre las cuales 4 reprodujeron voces interesadas de Compromís como Monica Oltra y Manuel Alcaraz, y 1 del presidente de la Generalitat, Ximo Puig (PSOE). Todas estas publicaciones destacan el papel del nuevo gobierno de Valencia (PSOE y Compromís) en materia de transparencia en contraposición a cómo era la situación anterior, siendo 3 de ellas parte del

tema Cumplimiento de la ley y 1 la Insuficiencia de la ley. La única de estas publicaciones que formó parte del tema Incumplimiento de la ley fue la entrevista titulada “Alcaraz: Queremos acabar con los vestigios del nacionalcatolicismo”, publicada por *El País* el 11 de octubre y en donde se entrevistó al titular de la Consejería de Transparencia, Responsabilidad Social, Participación y Cooperación, Manuel Alcaraz. Esta entrevista se centró en diversos temas, pero la idea principal giró en torno a la ley de transparencia heredada del PP y su incumplimiento.

Las únicas publicaciones sin reproducción de fuentes interesadas fueron una noticia del 13 de septiembre bajo el título “Los consellers no verán su nombre en las placas de inauguraciones” y un reportaje del 10 de octubre titulado “El nuevo negocio de la transparencia”, ambas de *El Mundo*. En la noticia, H. San Juan informó sobre el Código Ético y de Buen Gobierno que preparaba la Generalitat valenciana para dictaminar las reglas básicas de todos los miembros del Consell, prohibiéndose lo siguiente: “el uso de tarjetas de crédito y débito, el oficio de ceremonias religiosas a nombre de la institución y el uso de placas conmemorativas para exaltar personalidades políticas en obras realizadas con dinero público” (De la Torre, 2015). Esta noticia formó parte del tema Insuficiencia de la ley y se basó enteramente en el borrador de este código, publicándolo al final del artículo y mostrándose como ejemplo de noticias con autoría nominal que muestran la insuficiencia de la ley estatal a través de medidas regionales aprobadas por nuevas formaciones políticas.

En el caso del reportaje mencionado firmado por Noa de la Torre, se denuncia como la vigencia de la Ley 2/2015 de Transparencia, Buen Gobierno y Participación Ciudadana de la Comunidad Valenciana desde el 09 de octubre es utilizada por “asociaciones, empresas y hasta rankings que venden a los alcaldes ayuda para ser transparentes”, con cobros de hasta 30.000 euros, generando la respuesta de la directora general de Transparencia y Participación, Aitana Mas, de “ofrecer a los ayuntamientos la máxima colaboración y ayuda para que no

tengan que recurrir a empresas privadas”, ya que el único ranking con el que trabajan es el de Transparencia Internacional. Este reportaje forma parte del tema Insuficiencia de ley y muestra como el acuerdo con Transparencia Internacional hace de la ley estatal algo insuficiente, aunque también implica incumplimiento de la ley de transparencia al destacar como varios ayuntamientos intentan utilizarla para generar negocios con empresas privadas.

#### **VI.3.1.2.7. Transparencia corporativa**

Este subtema tuvo 3 noticias, 3 artículos de opinión y 1 reportaje, de entre los cuales los artículos de opinión ya fueron analizados en los resultados por género periodístico. Uno de estos artículos de opinión es el editorial del 18 de septiembre de *Eldiario.es* bajo el título “Las cuentas de *Eldiario.es*”, perteneciente al tema Cuentas de *Eldiario.es*, mientras los otros dos son de *Elconfidencial.com* con los titulares “José Folgado, el político que sonrojó a los empresarios” y “El Ibex ante el 20-D: temor a un Gobierno débil y terror a un cambio generacional”, del 15 de julio y 15 de diciembre respectivamente. El primero reafirma la percepción de la gestión pública desde la óptica empresarial, destacando la figura del expresidente de Red Eléctrica José Folgado, mientras el segundo usa la transparencia como arma arrojadiza contra la gestión del grupo Santander y las consecuencias de estas prácticas empresariales de cara a las Elecciones del 20 de diciembre desde una perspectiva conservadora que teme el ascenso al poder de nuevas formaciones políticas como Podemos. Ambos artículos pertenecen al tema Insuficiencia de la ley y destacan las posibles implicaciones económicas de tal insuficiencia en España.

Dos de las noticias pertenecen al tema Insuficiencia de la ley y reproducen voces interesadas de instituciones: una pública, la monarquía, y otra privada, la Confederación Sindical de Comisiones Obreras (CCOO). Ambas alientan un ejercicio de transparencia en las empresas privadas para sopesar la falta de transparencia en el sector público. Son dos noticias que

contrastan con el reportaje de *El País* del 07 de noviembre titulado “Hacia una nueva información financiera”, perteneciente al tema Suficiencia de la ley y en donde los presidentes de la comisión de auditoría de Gas Natural, Red Eléctrica y BBVA entre otros participantes del VI Encuentro financiero Expansión (KPMG) exaltan las entonces nuevas reglas de regulación y consideran suficiente el trabajo de los auditores externos de las grandes empresas privadas. Es un artículo que deja entrever la suficiencia de la ley de transparencia debido a la supuesta mejora de la transparencia corporativa de las grandes empresas privadas después de la crisis, respaldado por otra noticia de *Elconfidencial.com* del 15 de diciembre que reproduce la vocería interesada de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) bajo el título “La CNMV cree que España está en la vanguardia sobre gobierno corporativo”, mostrando como muchos de los artículos de Suficiencia de la ley forman parte de la campaña de comunicación de grandes empresas y entes públicos ideológicamente afines, al pertenecer al partido de gobierno, con portavoces públicos que han participado en la gestión del mundo empresarial.

#### **VI.3.1.2.8. Comparecencia Congreso**

Este subtema se centra en la comparecencia en la Comisión de Hacienda y Administraciones Públicas de la Cámara Baja de la presidenta del Consejo de la Transparencia, Esther Arizmendi. La mitad de los mismos pertenecen al tema Insuficiencia de la ley y la otra a Incumplimiento de la ley, siendo un ejemplo perfecto de como la vocería de entes públicos independientes y expertos evidencian la insuficiencia e incumplimiento de la ley de transparencia. De las 6 publicaciones de este subtema 5 son noticias con autoría de agencias y 1 es un reportaje con autoría de Irene Castro. Llama la atención como todas las publicaciones son de *Eldiario.es* y de las 6, 5 fueron publicadas el 23 de septiembre y 1 el día de la comparecencia, el 22 de septiembre. Esto indica que la línea editorial de *Eldiario.es* ha forzado la reproducción de la misma información de manera distinta en el curso de 24 horas,

siendo un claro ejemplo de cómo un medio intenta posicionar la transparencia y la opinión del Consejo de la Transparencia en la opinión pública, a pesar de ser el medio con más reproducción de voces interesada del PP.

#### **VI.3.1.2.9. Partido Popular (PP)**

Las 7 publicaciones del subtema Partido Popular son noticias que reproducen vocerías interesadas de esta formación política, como el entonces ministro de justicia Rafael Catalá, el portavoz en la Comisión Constitucional, Pedro Gómez de la Serna, la vicepresidenta Soraya Sáez de Santa María y la portavoz del PP en el Ayuntamiento de Madrid, Esperanza Aguirre. Estas noticias proyectaron a un PP cumplidor de la ley de transparencia y responsable de que España tuviera una ley con estas características. Tan solo dos noticias se salieron de este esquema: la del 17 de noviembre titulada “Ayllón asegura que España está a medio camino en las reformas que necesita” en *Eldiario.es*, y la publicada en este mismo diario el 07 de diciembre con el título “Soria presume de que el PP ha luchado contra la corrupción y Rosell acusa al Gobierno de alimentarla”.

El primer caso forma parte del tema Insuficiencia de la ley y deja entrever insuficiencias de la ley de transparencia para promover nuevas reformas que el PP quería aprobar en ese momento. En el segundo caso, pertenece al tema Incumplimiento de ley debido a que el entonces ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, como candidato del PP al Congreso de los Diputados por el PP en la provincia de Las Palmas, defendió en un debate televisado con el resto de los contrincantes políticos las reformas del PP como parte de la lucha contra la corrupción, poniendo la ley de transparencia aprobada en la legislatura del PP como ejemplo de tal afirmación, haciendo que otros voceros de partidos políticos evidenciaran el incumplimiento de la ley por parte del PP como parte de la réplica.

### VI.3.1.2.10. Hepatitis C

Las 5 publicaciones de este subtema pertenecen en su totalidad al tema Insuficiencia de la ley, de entre las cuales 3 son noticias de la agencia EFE publicadas en *Eldiario.es* y *Elconfidencial.com*, y dos son reportajes de Elena G. Sevillano publicados en *El País*. Como ya se adelantó en el análisis por género periodístico, las informaciones de EFE de este subtema reprodujeron las denuncias de la Plataforma de Afectados por Hepatitis C y de la Organización Médico Colegial, destacando a falta de financiación, discriminación e incumplimiento del plan elaborado por el Ministerio de Sanidad para tratar esta enfermedad. Los reportajes de Sevillano expusieron como el Ministerio de Sanidad ocultó los conflictos de intereses del comité que elaboró el Plan Estratégico Nacional para el Abordaje de la Hepatitis C y los enfrentamientos parlamentarios por esta ocultación:

“El Grupo Parlamentario Socialista ha pedido la comparecencia del ministro de Sanidad, Alfonso Alonso, para que informe sobre "las condiciones en las que se garantiza la independencia de los miembros del comité que ha elaborado el Plan Estratégico Nacional para el Abordaje de la Hepatitis C". Esta solicitud se produce después de que el Consejo de la Transparencia haya censurado la ocultación del Ministerio de Sanidad de las declaraciones de conflictos de interés de los expertos que nombró y le haya instado, en una resolución, a entregar esa información” (Sevillano, 2015b).

Como ha dejado claro este reportaje de Elena Sevillano del 22 de julio con el título “El PSOE pide que Alonso informe sobre los expertos de la hepatitis C”, el tema Hepatitis C ha dejado en evidencia la insuficiencia de la ley de transparencia por la opacidad con que se ha tratado este asunto por parte del gobierno y la necesidad de una resolución del Consejo de la Transparencia para intentar enmendar la situación, lo cual a su vez ha dejado entrever el incumplimiento de la ley al no acatar la resolución y, nuevamente, la insuficiencia de la ley al mostrar como la falta de capacidad sancionadora de este organismo perpetúa la opacidad de

instituciones públicas cuando no quieren dar información solicitada. Es una situación claramente reflejada en el resto de los artículos de este subtema.

#### **VI.3.1.2.11. Incumplimiento de la ley**

Las 4 noticias y 1 reportaje perteneciente a este subtema se sitúan entre los artículos que reflejan claramente la insuficiencia e incumplimiento de la ley de transparencia, aunque 3 pertenezcan al tema Insuficiencia de la ley y 2 a Suficiencia de la ley. Las noticias del tema Insuficiencia de la ley con los titulares “El Parlamento pide medidas para acabar con el 'clientelismo político” y “La Diputación de Bizkaia mantiene en su cargo al asesor imputado”, ambas de *El Mundo* y del 15 de octubre y 23 de noviembre respectivamente, muestran como las vocerías políticas interesadas usan la evidente insuficiencia de la ley y su incumplimiento como arma política arrojadiza.

En el primer caso PNV y PP hablan de la “futura Ley de Transparencia, Participación Ciudadana y Buen Gobierno del Sector Público Vasco” con medidas que luchen contra el clientelismo político y los conflictos de intereses desde una perspectiva autonómica, dejando entrever la insuficiencia de la ley estatal en estos puntos. En el segundo caso, la apoderada de Podemos en el país vasco, Asun Merinero, usa la imputación del entonces asesor de la Diputación de Bizcaya, Marcelino Elorza, para mostrar ejemplos de puertas giratorias en el gobierno provincial y faltas de transparencia y buen gobierno al mantener en el cargo a un imputado. En este caso, la falta de capacidad sancionadora en la ley y el hecho de que un imputado no sea removido inmediatamente de su cargo fue lo que ha llevado a situar a este artículo en Insuficiencia de la ley.

Los dos artículos de este subtema que se sitúan en el tema Suficiencia de la ley usaron vocerías políticas interesadas del PP: el entonces ministro de Hacienda, Cristóbal Montoro, y la vicepresidenta Soraya Sáenz de Santa María. Ambos artículos tratan el caso de las

comisiones cobradas por el exembajador de España en la India, Gustavo de Arístegui, para lograr contratos para empresas españolas. En estos casos, los artículos se sitúan en el tema Suficiencia de la ley debido a la supuesta rápida actuación de la Oficina de Conflictos de Intereses, que investigaba este caso, el cual fue usado por ambos voceros como ejemplo de suficiencia de la ley de transparencia, aunque dejaron claro el incumplimiento de la ley al no mostrarse la incompatibilidad del cargo por parte del exembajador.

#### **VI.3.1.2.12. Subtemas con menos de 5 publicaciones**

En los tres subtemas con 4 publicaciones, a saber, Consejo de Transparencia de Valencia, Ley de transparencia Castilla-La Mancha y RTVCM (Radio Televisión de Castilla-La Mancha), predomina Insuficiencia de la ley como tema al cual pertenecen estas publicaciones, seguido por Incumplimiento de la ley. La creación del Consejo de Transparencia de Valencia a partir de la ley regional muestra la insuficiencia de la ley estatal al darle al organismo autonómico capacidades que el Consejo de la Transparencia estatal no tiene. Muy similar a lo ocurrido con el subtema Ley de transparencia Castilla-La Mancha y RTVCM, que deja en evidencia insuficiencias de la ley estatal que la ley autonómica intenta sopesar. El incumplimiento de la ley se vio reflejado en la no publicación de la declaración de bienes por parte de altos cargos del Gobierno regional liderado por María Dolores de Cospedal, tal y como lo recogía la ley estatal.

En los 6 subtemas con tan sólo 3 publicaciones (Gráfico 33) también hay una predominancia de Insuficiencia de la ley como tema, seguido por Incumplimiento de la ley y tan sólo un artículo de entre los 18 como parte del tema Suficiencia de la ley. En estos subtemas, la entrada en vigor de la ley de transparencia estatal en las comunidades autónomas expuso el incumplimiento de la ley de transparencia en la mayoría de ellas, destacando la falta de capacidad técnica para abordar su cumplimiento desde ayuntamientos y comunidades



autónomas. La insuficiencia de la ley estatal se vio reflejada tanto en la falta de una ley de transparencia autonómica en Asturias como en la aprobación de medidas autonómicas y locales que intentaban sopesar las insuficiencias de la ley estatal, como la regulación de la financiación de partidos políticos, la regulación de lobbies y la ley de cuentas abiertas en Valencia.

En los 28 artículos con dos publicaciones en cada subtema, 12 pertenecieron al tema Insuficiencia de la ley, 6 a Elecciones 20D, 5 a Cumplimiento de la ley, 4 a Incumplimiento de la ley y 1 a Suficiencia de la ley. En las 12 publicaciones pertenecientes a Insuficiencia de la ley, la opacidad en universidades públicas, comunidades autónomas, gobiernos locales y deportes sirvieron para mostrar estas insuficiencias. Las pertenecientes al tema Elecciones 20D expusieron estas mismas insuficiencias desde los programas de los partidos políticos y de muchos representantes políticos que señalaron la corrupción y la necesidad de reforma de la ley de transparencia entre otras temáticas relacionadas. Por parte, de las pertenecientes a Cumplimiento de la ley, la mayoría no salieron de la tendencia que relaciona este supuesto cumplimiento con las mismas voces políticas interesadas, aunque contradigan el cumplimiento en el momento en que usan la falta de transparencia como arma arrojada en contra de sus adversarios. De los 4 artículos que formaron parte de Incumplimiento de la ley 2 abordan la suficiencia de la ley, por un lado, en el caso de la imputación del diputado por Segovia del PP, Pedro Gómez, a quién se le retiró las ayudas de asignación electoral -aunque no se haya retirado de la lista del PP a las elecciones del 20D-; mientras los otros 2 abordan el incumplimiento a través del subtema Caso Pujol, el cual impulsó una de las leyes de transparencia autonómicas mejor valoradas, aunque se haya incumplido debido a los entresijos políticos que implicó este caso en el parlamento catalán. Por último, el artículo perteneciente a Suficiencia de la ley no es más que la reproducción de una fuente interesada perteneciente al PP, el entonces secretario de Estado de Relaciones con las Cortes, José Luis

Ayllón, quién afirmó que ningún gobierno había luchado tanto contra la corrupción como el de entonces.

El resto de los artículos, con una publicación en cada subtema, no serán analizados en profundidad de forma individual debido a que esto alargaría los resultados sin necesariamente aportar más datos que apoyen los objetivos de este análisis de contenido. Esto se debe a que muchos de ellos ya han sido analizados como parte de algún género periodístico o tema, razón por la cual ahora mostraremos un resumen analítico de los resultados expuestos hasta ahora, desde donde se podrá relacionar más adelante -en las conclusiones- que resultados apoyan objetivos e hipótesis relacionadas con este capítulo.

#### **VI.4. Resumen analítico de resultados**

El día del primer aniversario de la entrada en vigor de la ley de transparencia y el último día de la campaña electoral a las generales de 2015 -10 y 18 de diciembre respectivamente-, fueron los que más publicaciones han tenido en toda la muestra. Este dato de por sí ya nos llevará a considerar la importancia que le han dado a la transparencia, de cara a la opinión pública, las opciones políticas que se batieron electoralmente a finales de ese año, así como la que le han dado los medios de comunicación que hacían eco de sus declaraciones. Partiendo de este dato importante, procederemos a desglosar los resultados más destacados de este análisis de contenido y sus implicaciones para nuestro estudio, reflejadas en los siguientes subapartados.

##### **VI.4.1. Impera el artículo noticioso y la reproducción interesada de las propias fuentes**

La noticia fue el género periodístico con mayor cantidad de publicaciones, con un 71% del total de la muestra. De entre estas publicaciones, más del 80% reprodujo informaciones interesadas de las fuentes, de las cuales un 60% eran voceros de algún partido político. Un

dato importante ha sido el hecho de que la mayoría de las autorías pertenecían a agencias de noticias, notándose como estas han tenido una influencia muy grande en casi todos los medios analizados y muestra que la transparencia en el discurso político fue considerada clave por los partidos en campaña ese año. Por un lado, al reproducir directamente informaciones de fuentes interesadas, las agencias publicaban lo que los partidos políticos y sus representantes querían proyectar sobre sí mismos -y en muchos casos sobre sus adversarios políticos - en relación con la transparencia. Por otro lado, este interés de los partidos políticos fue utilizado por los medios de comunicación para proyectar la importancia de la transparencia en la política de cara a la opinión pública en plena campaña electoral. Los resultados nos llevan a asegurar que la tendencia a publicar noticias de agencias en los medios de comunicación de la muestra ha favorecido más los partidos políticos del bipartidismo: PP y PSOE. Sin embargo y dependiendo de la línea editorial del medio, Podemos, Compromís y sus confluencias, así como Ciudadanos, también han tenido una proyección importante por parte de los medios de comunicación analizados.

*El País* fue el único medio en el que las noticias de agencias no tuvieron autoría mayoritaria, por lo que se puede afirmar que estas no han influenciado en su línea editorial. Sin embargo, aunque solo una de sus noticias (7%) tenía autoría de agencias, tan solo dos (14%) no reprodujeron directamente los intereses de alguna portavocía o representante de algún partido político o de alguna institución pública. Si tomamos en cuenta que en las noticias que reproducen los intereses de instituciones públicas no había mucha diferencia entre el tratamiento informativo por autoría -bien sea de agencia, del propio medio o nominal-, ya que todas servían por igual para promocionar a la institución en sí, al gobierno o las empresas españolas, podemos asegurar que en el tratamiento informativo de la transparencia en las noticias que reproducían directamente informaciones de fuentes interesadas de *El País* no hubo promoción de la política y políticas públicas de transparencia más allá de intereses

institucionales o partidistas del PP, PSOE, PNV y Ciudadanos. La única excepción posible sería la publicación de una carta abierta a la futura administración ganadora de las elecciones del 20 de diciembre, firmada por más de 500 miembros del CSIC como particulares -no como institución pública-, la cual a su vez expone la opacidad de la administración pública en ciencia y tecnología. Aparte de esta noticia, que representa tan solo un 7% de sus artículos noticiosos, *El País* no tuvo publicaciones que reprodujeran directamente los intereses de alguna institución privada. Este es otro dato importante si tomamos en cuenta que la mayoría de las fuentes interesadas de instituciones privadas contenían una carga reivindicativa en temas de transparencia institucional o corporativa.

Es un caso muy distinto al de *Eldiario.es*, en donde la influencia de las agencias llegó incluso a ir en contra de su línea editorial: ha sido el medio con mayor reproducción directa de fuentes interesadas del PP. Esto, junto con el hecho de que más de la mitad del total de noticias de la muestra son de *Eldiario.es*, lo señala como el medio que más se ha visto influido por las agencias de noticias, gabinetes de prensa y fuentes institucionales. Sin embargo, en las noticias con autoría propia del medio se han visto intentos por contrastar informaciones declarativas del PP con críticas directas al partido en el mismo titular, del mismo modo que se critica a Ciudadanos por su abstención en la propuesta de Ley de cuentas abiertas de Extremadura. Aquí se evidenciaron intentos por presionar en la política y políticas públicas de transparencia al tiempo que se intentó reforzar la línea editorial del medio, más favorable con los partidos de izquierda.

Otro ejemplo, de cómo en los artículos noticiosos de *Eldiario.es* se intentó presionar en la política y políticas públicas de transparencia, fue el hecho de que este medio, junto con *Elconfidencial.com*, fueron los únicos en reproducir directamente al Consejo de Transparencia como fuente de una institución pública interesada. Además, en las noticias con reproducción directa de fuentes interesadas de instituciones privadas de este medio, tan sólo una no

contenía algún tipo de carga reivindicativa en temas de transparencia institucional o corporativa que caracterizó a este tipo de fuentes, destacando la proyección de la Plataforma de afectados por la Hepatitis C, el Grupo Ciudadano contra la Corrupción, el Comité de Empresa Radio Televisión Castilla La Mancha o la Organización Médico Colegial como organizaciones ciudadanas que presionaban por la transparencia ante el gobierno e instituciones públicas.

En el caso de *Elconfidencial.com*, la autoría mayoritaria de sus noticias de agencias posicionó voceros acordes con su línea editorial. Sin embargo, las noticias con autoría nominal de Jesús Escudero y las del propio medio son un ejemplo de cómo dentro de *Elconfidencial.com* se ha intentado influir en la política y políticas públicas de transparencia con artículos noticiosos que no suelen acompañar a su línea editorial, tales como un artículo de Jesús Escudero (2015) que reprodujo intereses del Consejo de Transparencia y otra con autoría propia del medio que reprodujo intereses de Ahora Madrid (*Elconfidencial.com*, 2015c). De los artículos noticiosos que reprodujeron directamente los intereses de fuentes de instituciones privadas, resalta que se hayan proyectado las inquietudes de Transparencia Internacional, la Plataforma de afectados por la Hepatitis C y la Fundación Compromiso y Transparencia.

Por su parte, *El Mundo* muestra un equilibrio entre la cantidad de artículos noticiosos con autoría de agencias (15) y las que no (18), divididas estas últimas en 9 con autoría propia y 9 con autoría nominal. Esto quiere decir que la influencia de las noticias de agencia no fue significativa, sobre todo si se toma en cuenta que su contenido no iba en contra de la línea editorial del medio. Además, tal como se vio en el apartado VI.2.1.2, las noticias de agencia aportaron mayor diversidad de fuentes interesadas a este medio: la reproducción de intereses de fuentes contrarias a la línea editorial del medio, tales como Compromís, el Ayuntamiento de Madrid o la Oficina Antifrau de Catalunya, acompañaron a las del PP, PSOE y PNV en publicaciones que proyectaban declaraciones a favor de una mayor transparencia. Es aquí

donde este medio se ha diferenciado más de *El País*, el cual, aunque no se ha visto influido por las noticias de agencias, tampoco ha incorporado artículos noticiosos contrarios a su línea editorial.

#### **VI.4.2. Las noticias sin reproducción directa de fuentes interesadas de *Eldiario.es*, *El Mundo* y *Elconfidencial.com* usaron la transparencia para presionar en la política y políticas públicas de transparencia**

La relación entre las autorías nominales y del propio medio respecto a las de agencias cambió de manera significativa en las noticias sin reproducción directa de fuentes interesadas: tan sólo un 38,46% tuvieron autoría de agencias, superada por el 46,15% de la autoría nominal y dejando tan sólo un 15,38% a la autoría del propio medio. Esto quiere decir que estos artículos noticiosos no han influido en la línea editorial de forma significativa en casi ninguno de los medios de la muestra: el medio con mayor cantidad de noticias de agencias, *Eldiario.es*, tuvo un 50% con este tipo de autoría.

Un dato importante para tomar en consideración en los artículos noticiosos sin reproducción de fuentes interesadas es que aquellos con fuentes múltiples representan más de la mitad, con un 53,85%, mostrando contraste informativo un 66,66% de las noticias con autoría nominal y un 50% de las autorías del propio medio. Incluso las noticias de agencia con estas características tienen un porcentaje elevado de fuentes múltiples, un 40%, aunque no fueron la mayoría. Esto quiere decir que en este tipo de noticias existe más rigurosidad y veracidad, y que las autorías nominales y del propio medio son más representativas a la hora de juzgar si los periodistas de los medios de la muestra intentan influenciar en la política y políticas públicas de transparencia de cara a la opinión pública. En el apartado VI.2.1 vimos muchos ejemplos de este tipo de noticias en los tres medios de la muestra con unidades de datos, a los que se les pueden sumar otros del corpus de la muestra: *Eldiario.es* (Avilés, 2015a;

Eldiarioclm.es, 2015; Rowan & Jimenez, 2015), *Elconfidencial.com* (*Elconfidencial.com*, 2015b; Fernández, 2015) y *El Mundo* (Corpas, 2015).

Sin embargo, incluso en aquellas noticias que no provenían de agencias ni en las que se utilizaron fuentes múltiples de *Eldiario.es*, *Elconfidencial.com* y *El Mundo* hemos encontrado intentos por influir en la política y políticas públicas de transparencia. Tal y como ya señalamos en el apartado VI.2.1.3, destacaron artículos como uno de Marta Belber (2015) en *El Mundo* y dos con autoría del propio medio, cada una en *Eldiario.es* y *Elconfidencial.com*. No podemos decir lo mismo de *El País*, cuyas dos únicas noticias sin reproducción directa de fuentes interesadas -a pesar de estar firmadas- no mostraron un intento por influir en la política o políticas públicas que afectasen a la transparencia (Vallespín, 2015; Silió, 2015).

#### **VI.4.3. Los reportajes con fuentes múltiples y autoría nominal de *Elconfidencial.com*, *Eldiario.es* y *El Mundo* usaron la transparencia para presionar en la política y políticas públicas de transparencia**

En total, fueron 20 los reportajes con fuentes múltiples y autoría nominal, 5 en cada uno de los medios. Es en este grupo de reportajes donde se han podido ver los únicos 3 reportajes de *El País* que han intentado posicionar la insuficiencia e incumplimiento de la ley de transparencia, fueron firmados por Elena G. Sevillano. El resto de los reportajes de *El País* con estas características fueron utilizados como arma política arrojadiza que apoyó su línea editorial. Por parte de *El Mundo*, sólo uno de estos reportajes fue utilizado como arma política que apoyara su línea editorial, llamando la atención como la mayoría de sus reportajes con fuentes múltiples y autoría nominal intentaron posicionar problemas de la transparencia en España independientemente de su línea editorial. En el caso de *Eldiario.es*, aunque haya posicionado problemas de transparencia en la mayoría de sus reportajes, no lo hizo en contra

de la línea editorial, aunque haya dado voz a fuentes no habituales en este medio para reforzar el contraste informativo de sus reportajes.

Uno de los hechos más notables en este género periodístico ha sido el hecho de que todas las autorías propias de *Elconfidencial.com* fueron firmadas por *Elconfidencial.lab*, cuyas publicaciones suelen hacerse junto con los periodistas de datos del medio. Estos reportajes intentaron influir de forma expresa en la política y políticas públicas de transparencia en dos publicaciones que claramente no se alineaban con la que suele ser la línea editorial del medio. Esto fue igual de evidente en los reportajes con autoría nominal, en donde los periodistas de la unidad de datos de este medio: Jesús Escudero, Daniele Grasso y Adrián Blanco publicaron artículos que posicionaron la transparencia como aspecto fundamental de cara a las elecciones del 20 de diciembre. También destacó el hecho de que la periodista de datos de la Fundación Ciudadana CIVIO, Eva Belmonte, publicara en *Elconfidencial.com*, siendo evidente como en este medio se da voz a periodistas de datos y activistas por la transparencia que no forman parte de la plantilla del medio.

#### **VI.4.4. *El Mundo* intentó influir en la política y políticas públicas de transparencia a través de sus editoriales mientras que *Eldiario.es* y *Elconfidencial.com* lo hicieron a través de artículos de opinión**

La mayoría de los artículos de opinión de *Eldiario.es* se usaron para criticar la opacidad institucional ante políticas públicas del gobierno del PP, valiéndose de las políticas energéticas y las subvenciones a medios de comunicación privados para reforzar su línea editorial y posicionar la transparencia como tema fundamental en la opinión pública. *Elconfidencial.com* también reforzó su línea editorial a través de la mayoría de sus artículos de opinión, posicionando los puntos de vistas de activistas por la transparencia junto con articulistas más politizados, presentando así un contraste en la opinión que ayudó a posicionar



a la transparencia entre audiencias de distinto tinte político. Sin embargo, ha sido *El Mundo* quién más ha intentado influir en la política y políticas públicas de transparencia en este género periodístico con sendos editoriales que trataron temáticas espinosas para el gobierno del PP y la administración pública como la regulación de lobbies, la regeneración democrática de cara a las elecciones del 20 de diciembre o la profesionalización de la política partidista. Este medio logró aprehender en línea editorial demandas ciudadanas sobre transparencia y posibles respuestas a sus fallos en la vida institucional de cara a un posible cambio político en las elecciones generales del 20 de diciembre. En el caso de *El País*, en sus artículos de opinión no ha habido una intención tan marcada como en los demás medios por presionar en la política y políticas públicas de transparencia. La mayoría de sus artículos de opinión han caído en el uso de la transparencia como arma arrojadiza entre adversarios políticos, en donde la línea editorial del medio definió la manera en que se usó la transparencia como arma. La excepción a esta tendencia en los artículos de opinión sería un artículo publicado por la entonces presidenta del Consejo de Transparencia, Esther Arizmendi, en conmemoración del Día Internacional del Derecho a Saber, el 28 de septiembre, instando a la ciudadanía a usar el portal de transparencia para solicitar a información pública.

#### **VI.4.5. Los periodistas de *Eldiario.es*, *Elconfidencial.com* y *El Mundo* han intentado posicionar la insuficiencia e incumplimiento de la ley de transparencia como tema fundamental de cara a la opinión pública**

Uno de los puntos más importantes del análisis temático fue el hecho de que los temas Cumplimiento de la ley y Suficiencia de la ley tuvieran mayores porcentajes de noticias y que Incumplimiento de la ley e Insuficiencia de la ley -después de Elecciones 20D- fueran los temas con mayor porcentaje de reportajes. Esto está íntimamente relacionado con que el género noticioso tiene un porcentaje muy elevado de informaciones de agencias que reproducían directamente los intereses de las fuentes y que los reportajes tienen el porcentaje

más alto de autorías nominales (piezas firmadas por el/la periodista) con fuentes múltiples, sin reproducción directa de los intereses de las fuentes. Esto quiere decir que los temas Cumplimiento de la ley y Suficiencia de la ley se han posicionado gracias a los sesgos de voceros políticos, gabinetes de prensa y fuentes institucionales que han influido en los medios de la muestra, mientras que Insuficiencia de la ley e Incumplimiento de la ley se han posicionado gracias a los periodistas que trabajan en los medios analizados. Esto quiere decir que los periodistas de *Eldiario.es*, *Elconfidencial.com* y *El Mundo* han intentado posicionar la insuficiencia de la ley de transparencia y su incumplimiento como tema fundamental de cara a la opinión pública y que *El País* no ha hecho lo mismo con la misma intensidad, a pesar de tres reportajes de Elena G. Sevillano que cumplen con estas características.

Los artículos de Sevillano representan un porcentaje muy bajo del total de publicaciones de *El País* y fueron publicados en el espacio de una semana en el mes de julio, con lo cual no se ve una intencionalidad por parte de este medio por presionar por la política y políticas públicas de transparencia a lo largo de todo el período de la muestra, especialmente en el período que más impacto tendrían este tipo de publicaciones: durante la campaña electoral de las elecciones del 20 de diciembre. En cambio, si se observa el total de publicaciones por temas a través del tiempo (Gráfico 33), podemos constatar no sólo que Insuficiencia de la ley fue el tema más tratado durante los dos últimos meses, sino que, en el período más intenso de la campaña (Mes 6), casi triplica al tema que le sigue en cantidad de publicaciones, Elecciones 20D, el cual a su vez debería ser el más importante de ese período. Es en este mes en donde los reportajes doblaron sus cantidades con respecto al mes anterior, alcanzando la mayor cantidad de reportajes de todos los periodos siendo el que más publicó *Eldiario.es*, seguido por *Elconfidencial.com* y *El Mundo*. En este período, el único reportaje firmado de *El País* que no reproduce fuentes interesadas del tema Insuficiencia de la ley, utilizó el portal de transparencia de Cataluña para contrarrestar el uso de este por parte de fuerzas

independentistas como propaganda política, ya que en su momento fue señalado como de los mejores portales por parte de diversas organizaciones ciudadanas y activistas por la transparencia.

Al cruzar los subtemas con los temas se hace más evidente este intento por posicionar la insuficiencia e incumplimiento de la ley por parte de los periodistas de *Eldiario.es*, *Elconfidencial.com* y *El Mundo* (Gráfico 36): 40% de los subtemas de Elecciones 20D ha sido Insuficiencia de la ley, más del 50% de los subtemas que hablan del portal de transparencia señalan el incumplimiento e insuficiencia de la ley, el 75% del subtema Cultura de la transparencia y más del 80% de Voluntad política son relacionados con la insuficiencia de la ley, al igual que la totalidad del subtema Capacidad sancionadora. Es así como al proyectar la insuficiencia e incumplimiento de la ley de transparencia los periodistas han mostrado a la opinión pública cuales han sido los principales problemas (entre muchos otros ya tratados en este capítulo) esta insuficiencia e incumplimiento: 1- la cultura de la transparencia de los representantes políticos y la administración pública; 2- la voluntad política de nuestros representantes políticos para sopesar las insuficiencias y evitar el incumplimiento de la ley; y 3- la falta de capacidad sancionadora del Consejo de la transparencia y, por ende, de la ley.



## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES

#### **VII.1. El *big data* es un fenómeno tecnológico y sociocultural que diferencia al periodismo de datos de otros tipos de periodismo que usan bases de datos y grandes conjuntos de datos**

El periodismo de datos se diferencia desde un punto de vista tecnológico y sociocultural de otros periodismos anteriores en los que se trabajó con bases de datos y grandes conjuntos de datos -como el periodismo de precisión y el periodismo asistido por ordenador-, lo cual se debe al contexto en que se desarrolla: el *big data*. En este sentido se detectaron las siguientes **interconexiones** entre los distintos actores culturales que hacen parte de los equipos de periodismo de datos y el *big data* como fenómeno tecnológico y sociocultural:

##### **1. El movimiento *open data* y la cultura de la transparencia vinculada a la filosofía de datos abiertos.**

Esto se ha visto reflejado en un mayor acceso a los datos gracias a leyes de acceso a la información pública y de transparencia, las cuales ahora incluyen la digitalización de grandes cantidades de información pública y la publicación de datos de forma activa y reactiva por parte de las administraciones públicas. Este punto también se ha visto comprobado por la publicación por parte del periodista de los datos en bruto o *raw data* de sus historias, así como por la publicación del proceso por el cual han adquirido y analizado los datos que conforman su pieza periodística.

##### **2. El movimiento de *software* libre y el trabajo colaborativo implícito de este movimiento.**

Este punto queda probado a través de la democratización de la tecnología que forma parte del periodismo de datos por parte de la comunidad hacker activista o *hacktivistas*, lo cual ha permitido al periodista usar herramientas informáticas no existentes en la época del periodismo de precisión y el CAR. Otra prueba de este movimiento y sus formas de trabajo colaborativo en las prácticas del periodismo de datos ha sido la detección de la ética hacker del trabajo que promueve reutilización de datos y herramientas tecnológicas por parte de otros actores aparte de sus creadores, además de la incorporación de otros actores culturales al proceso de producción noticiosa, tales como programadores, desarrolladores web y diseñadores de productos digitales -infografistas, diseñadores gráficos, realizadores, etc.

### **3. Mitologías propias del *big data* como fenómeno.**

Estas han reforzado valores del periodismo tradicional en las prácticas del periodismo de datos, tales como rigor, objetividad y veracidad, haciendo que los periodistas de datos asocien más estos valores con las prácticas periodísticas que involucran el tratamiento de grandes cantidades de datos. En este sentido, la proliferación de técnicas de verificación adaptadas a la era digital, tales como el *fact checking*, evidencian la incorporación de mitologías propias del *big data* como fenómeno en el periodismo de datos.

## **VII.2. La Ley 19/2013 de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno ha impulsado al periodismo de datos en España a pesar de su insuficiencia e incumplimiento**

La Ley 19/2013 de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno ha impulsado la creación de equipos de periodismo de datos en España porque ha provisto a periodistas, activistas y ciudadanía en general de mecanismos de acceso a la información que

no existían antes. Esto se ha utilizado como plataforma para exigir más transparencia y que esta permeara en el discurso político. Sin embargo, la ley y su portal son claramente insuficientes para el correcto desarrollo del periodismo de datos en España, a lo cual se suma el hecho de que la administración pública no cumple con la ley.

### **VII.3. La insuficiencia de la Ley de Transparencia ha estancado al periodismo de datos en un estado todavía incipiente**

A pesar del boom que ha experimentado a partir del año 2015, el estado del periodismo de datos sigue siendo incipiente debido a la insuficiencia de la Ley de Transparencia, cuyas causas principales son su rango jurídico y que no tiene capacidad sancionadora. Su rango jurídico no la sitúa al nivel de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD),<sup>14</sup> con lo que siempre estará supeditada a esta, incluso en las peticiones de información pública relacionada con funcionarios públicos y cargos electos. En este sentido las negativas a dar información pública solicitada a través el portal de transparencia relacionadas con la LOPD, así como el doble silencio administrativo que da por negada una solicitud no respondida en plazo, son aspectos que han hecho que esta ley no prospere en el espíritu por la cual fue creada: mejorar el acceso a información pública por parte de ciudadanos y así incitar un gobierno más transparente y una ciudadanía más activa. A todo esto, se suma el hecho de que en el caso de que alguna institución se niegue a publicar o suministrar información pública y el solicitante acuda al Consejo de Transparencia para reclamar la negativa, las resoluciones del Consejo de Transparencia instan, más no obligan, a proveer la información solicitada.

Esto quiere decir que ley carece de mecanismos sancionadores que obliguen a su cumplimiento en caso de negativas por parte de entes públicos, con lo cual el ciudadano o

---

<sup>14</sup> La LOPD estuvo en vigor hasta diciembre de 2018 y las fechas de las entrevistas y de la muestra del análisis del análisis de contenido son anteriores a esta fecha, por lo que las conclusiones en torno a la LOPD se refieren a fechas anteriores a diciembre de 2018. Sin embargo, la nueva *Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal* sigue teniendo un rango jurídico superior a la Ley de Transparencia.

periodista debería ir a juicio para intentar obtener la información denegada. Este sector profesional, tan castigado económicamente en los últimos tiempos, tampoco puede darse el lujo de ir a juicio por información pública que podría no ser relevante para cuando se gane un juicio, lo cual sitúa al periodista en un estado similar al anterior de la aprobación de la Ley de Transparencia y buen gobierno, por lo que la insuficiencia de esta ley es más que evidente para el correcto ejercicio del periodismo de datos.

La falta de un registro de lobbies es otro de los puntos por los cuales la Ley de Transparencia es insuficiente. Sin este registro, no es posible desvelar información en torno sectores influyentes en las tomas de decisión política que incumben a todos los ciudadanos. En este sentido, sin un registro de lobbies se atenta directamente en contra del derecho a estar informado de la ciudadanía al entorpecer uno de los pilares más importantes del periodismo en democracia: la rendición de cuentas. Del mismo modo, la exigencia de un DNI electrónico para poder acceder al portal de transparencia y solicitar información pública es una de las insuficiencias que más atenta directamente en contra de este derecho de los ciudadanos.

Otro punto que evidencia la insuficiencia de la ley en España es el uso del litigio estratégico como herramienta fundamental en el activismo por la transparencia y para el ejercicio del PD, ya que como ya hemos apuntado, el gasto de recursos que conlleva el llevar a los juzgados una negativa a responder una solicitud de información pública es muy elevado en términos económicos y temporales. Por último, hay que destacar que la insuficiencia es tal que incluso algunas de las medidas autonómicas creadas para superar la insuficiencia de la ley estatal están siendo vetadas por el Tribunal Constitucional, tal como el silencio administrativo positivo recogido en la ley autonómica de transparencia del gobierno de Aragón. Esto quiere decir que desde la administración pública española, apoyada por el entramado judicial, se está actuando en contra del espíritu de la ley para que esta no sea efectiva, lo cual es un atentado muy grave para las aspiraciones democráticas de la sociedad española.



#### **VII.4. El sector del periodismo de datos ha influido en la agenda política al exponer las insuficiencias de la Ley de Transparencia a la opinión pública**

Todas las insuficiencias de la Ley de Transparencia señaladas -con excepción del veto del Tribunal Constitucional del 1 de noviembre de 2018- fueron expuestas por los medios de comunicación con equipos de periodismo de datos de cara a las elecciones generales del 20 de diciembre de 2015. Además, fueron asumidas e incluso utilizadas por algunos voceros políticos, por lo que la insuficiencia de la ley proyectada por los medios con equipos de periodismo de datos influyó en la agenda política ese año. Esto también quiere decir que hay coincidencia en los valores asociados a la cultura de la transparencia expresados por periodistas de datos en las entrevistas en profundidad con aquellos intrínsecos en el tratamiento informativo sobre transparencia en los medios de comunicación.

#### **VII.5. El incumplimiento de la Ley de Transparencia se debe a una falta de cultura de la transparencia en la administración pública española**

El incumplimiento de la Ley de Transparencia ha sido una constante desde su entrada en vigor. La tardanza en responder las peticiones de información pública es un ejemplo de esto, ya que según la ley no se pueden exceder las dos semanas para responder una petición de información pública. Además, el acuerdo entre la Agencia Española de Protección de Datos y el Consejo de Transparencia en torno a los datos personales de una persona que ejerce un cargo público (CI/004/2015) no se cumplen. Este incumplimiento de la ley evidencia la falta de cultura de la transparencia en la administración pública española, lo cual ha multiplicado el uso del *crowdsourcing* y las filtraciones de datos que deberían ser públicos para elaborar piezas de periodismo de datos. Además, que el órgano judicial más alto de España vete las iniciativas creadas desde las comunidades autónomas para intentar solventar la insuficiencia e

incumplimiento de la ley es otro claro ejemplo de cómo la administración pública y el poder judicial carece de una cultura de la transparencia acorde al espíritu de la ley.

#### **VII.6. Debate y propuestas en torno a las trabas al ejercicio del PD en España**

Un primer paso para solucionar todas estas trabas al ejercicio del PD en España sería darle capacidad sancionadora a la ley y, por ende, al Consejo de Transparencia. De esta manera se penalizarían tanto a los funcionarios como a las instituciones que incumplieran las resoluciones del consejo, los tiempos establecidos para responder las peticiones de información y la supeditación de los datos personales de un alto cargo público a la Ley de Transparencia. Un segundo paso sería igualar la ley a sus homólogas anglosajonas. En el caso británico y a pesar del reciente Brexit, es el primer país que ha seguido la directiva de la UE sobre Industrias Extractivas, que requiere una descripción detallada de una serie de pagos realizados a los gobiernos extranjeros por parte de estas compañías. España debería implementar esta directiva que afecta a empresas públicas y privadas por igual, por sólo mencionar un ejemplo de cómo podría mejorarse incluso más allá de países nórdicos como Finlandia que, a pesar de su alto grado de cultura de la transparencia en la administración pública, ha tenido problemas de acceso a información pública debido a la tercerización de servicios públicos a empresas privadas.

#### **VII.7. Propuesta para futuras investigaciones relacionadas con nuestro estudio**

Desde la academia deberíamos profundizar en el estudio de las mitologías propias del *big data*, ya que la resignificación en el PD de valores del periodismo tradicional -como la objetividad y la veracidad- está muy relacionada con el auge de las *fake news* y el problema de los sesgos en los algoritmos utilizados en el periodismo automatizado. Es precisamente en este punto donde la Universidad podría proveer tanto a periodistas como a activistas de herramientas para profundizar en la lucha por la transparencia y la rendición de cuentas en las

democracias contemporáneas. En este sentido, el estudio de las relaciones entre el *big data*, la inteligencia artificial y el periodismo son nichos de investigaciones que avanzarían en la dirección en la que esta tesis fue concebida.



## CONCLUSIONS

### **VII.1. Big Data is a technological and sociocultural phenomenon that differentiates Data Journalism from other types of journalism that work with databases and great datasets.**

Data Journalism (DJ) differentiates itself from a technological and sociocultural point of view from other former types of journalism that used to work with databases and great datasets -as Precision Journalism and Computer Assisted Reporting (CAR)-, due to the context where it is developing in: Big Data. In this sense, the following **interconnections** were found between different cultural actors that are part of the data journalism teams and Big Data as a technological and sociocultural phenomenon:

#### **1. The Open Data movement and the transparency culture linked to the open data philosophy.**

This has been reflected in a greater access to data thanks to the laws regarding the access and transparency of public information, which now include the digitalization of massive amounts of public information and the publication of data in active and reactive ways from government administrations. This point has also been demonstrated by data journalists' publication of the raw data used in their stories, as well as the publication of the process through which they have acquired and analyzed the data that make up their journalistic piece.

#### **2. The free software movement and the collaborative work implicit in this movement.**

This point has been proven through the democratization of the technology that makes part of data journalism by the activist hacker community or 'hacktivists', which has allowed the journalist to use computer tools which were not available in the times of precision journalism and CAR. Another demonstration of this

movement and its ways of collaborative work in the exercise of data journalism has been the identification of the hacker work ethic that promotes the reutilization of data and the technological tools by other participants apart from their creators, in addition to the incorporation of other cultural actors to the process of news production, such as programmers, web developers and digital designers - infographic designers, graphic designers, producers, *etcetera*.

### **3. Mythologies of Big Data as a phenomenon.**

These mythologies have reinforced lifelong values of journalism in the practice of data journalism, such as rigor, objectivity and veracity, causing data journalists to associate these values more vigorously with the journalistic work that involves the processing of massive amounts of data. In this sense, the proliferation of verification techniques that are adapted to the digital era -such as the *fact checking*- are evidence of the incorporation of mythologies which are characteristic of Big Data as a phenomenon in data journalism.

#### **VII.2. The *Act 19/2013 of Transparency, Access to Public Information and Good Government*<sup>15</sup> (Transparency Law) has boosted data journalism in Spain despite its insufficiency and breach**

The Spanish Transparency Law has boosted the creation of data journalism teams in Spain because it has provided journalists, activist and the citizenship with mechanism of access to information that did not exist previously. This has been used as a platform to demand more transparency and allow it to permeate the political discourse. Nonetheless, the law and its web site are clearly insufficient for the correct development of data journalism in Spain, to which the fact that the public administration does not comply with the law is added.

---

<sup>15</sup> Spanish's Transparency Law Kwon as "Ley 19/2013 de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno".

### **VII.3. The insufficiency of the Transparency Law has stagnated data journalism in a still incipient state**

Despite the 'boom' that data journalism has experienced since 2015, its state is still incipient due to the insufficiency of the Transparency Law, and this is primarily because of its legal status and the fact of lacking a sanctioning capacity. Its legal status does not place it in the ranks of the Organic Law on Data Protection (LOPD),<sup>16</sup> so it will always be underneath of it, even when requests of access to public information are made in relation to public officers and public election positions. In this regard, the refusals to provide public information requested through the transparency web site related to the LOPD, as well as the double official silence which indirectly denies an unanswered request in time, are aspects that have caused this law not to flourish in the spirit that it was meant to: to improve the access to public information from the citizenship and thus incite a more transparent government and the citizens to be more active in this regard. Additionally, in the case that any public institution refuses to publish or provide public information and the solicitor recurs to the 'Consejo de Transparencia' (Board of Transparency) to complain about the refusal, the resolutions of the Board urge the institution, but do not compel it, to provide the requested information.

This means that the law lacks the sanctioning mechanisms to ensure its compliance in the case of refusals by public institutions, leaving the citizen or journalist the sole option to go to trial to attempt to obtain the ungranted information. This professional sector, which has undergone so many economic hardships lately, cannot afford to go to trial in order to obtain public information that may not be relevant by the time the trial is won, which leaves a journalist in a similar position to the one before the passing of the Transparency Law, so its insufficiency is more than evident for the correct exercise of data journalism.

---

<sup>16</sup> LOPD is the acronym of 'Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal'. This Law was in force until December 2018, when a new one replaced: 'Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales'. All the interviews were made when the old LOPD was in force. Nevertheless, the rank of the new Law still is superior to the Transparency Law.

The lack of a record of lobbies is another aspect in which the Transparency Law is insufficient. Without such record, it is impossible to unveil information regarding influential parties in the political decision-making that concern all citizens. Therefore, not having a record of lobbies goes directly against the right of a society to be informed by obstructing one of the most important pillars of journalism in democracy: accountability. Likewise, the requirement of an electronic identity card to access the transparency web site and request public information is one of the most notorious insufficiencies that is against this right of the citizenship.

Another aspect that shows the insufficiency of this law in Spain is the use of the strategic litigation as a fundamental tool in both the activism for transparency and the exercise of data journalism, since as has been pointed out, the expenditure of taking a negative response to a request of public information to courts is very high in terms of money and time. Finally, it is important to highlight that the deficiency is such that even some of the measures created by some autonomous communities to overcome the insufficiency of the law are being vetoed by the Constitutional Court, as in the positive official silence contained in the Autonomic Law of the government of Aragon. This means that the public administration of Spain, backed by the judicial framework, is acting against the spirit of the law so that it does not become effective, which is a very serious threat for the democratic aspirations of the Spanish society.

#### **VII.4. The sector of data journalism has influenced the political agenda by exposing the deficiencies of the Act of Transparency to the public opinion**

All of the mentioned insufficiencies of the law -excepting the veto of the Constitutional Court on 1<sup>st</sup> November, 2018- were exposed by the media with data journalism teams on the verge of the general elections of 20<sup>th</sup> December, 2015. What is more, these shortcomings were assumed and even used by some political spokespersons, meaning that the insufficiency of the law that were projected by the media with data journalism teams influenced the political



agenda of that year. This also means that there is a coincidence in the values associated with the transparency culture expressed by data journalists in the in-depth interviews, with those intrinsic in the treatment of information about transparency in the media.

#### **VII.5. The breach of the Transparency Law is due to a lack of transparency culture in the Spanish public administration**

The breach of the Transparency Law has been a constant factor since it came into force. The delay in responding to the petitions of public information is an example of this, since according to the law the deadline for responding to a petition of public information is two weeks. Besides, the agreement between the ‘Agencia Española de Protección de Datos’ (Spanish Agency for Data Protection) and the Board of Transparency regarding the personal data of a person that is in public office (CI/004/2015) are not being met. This failure to comply the law shows the lack of a transparency culture in the Spanish public administration, which has multiplied the use of crowd-sourcing and the leakage of data that ought to be public to elaborate pieces of data journalism. In addition to this, the fact that the highest judicial institution in Spain is vetoing the initiatives created by the autonomous regions in an attempt to solve the insufficiencies and breach of the law is another clear example of how the public administration and the judiciary lack of a transparency culture that is consonant with the spirit of the Law.

#### **VII.6. Debate and proposals regarding the obstacles of exercising DJ in Spain**

A first step to solve all these obstacles to the exercise of DJ in Spain would be to give to the Transparency Law sanction capacity and, therefore, to the Board of Transparency. This way both officers and institutions that do not comply with the board resolutions would be penalize, as well as the timelines established to respond to the petitions of public information and the subordination of the personal data of a high ranked officer to the Transparency Law. A second step would be to match the law to its Anglo-Saxon counterparts. In the British case and

despite of the Brexit, this was the first country that has followed the UE directive about Extractive Industries, that requires a detail description of serial payments made by these industries to foreign governments. Spain should apply this directive that affects public and private companies equally, jut to mention an example of how the law could be improve even beyond the Nordic countries as Finland, that in spite of its high grade of transparency culture in the public sector, has had problems to access public information due to the outsourcing of public services to private companies.

#### **VII.7. Proposals to futures researches related to our study**

From the academy we should deepen the study of the mythologies of Big Data, since the resignification of traditional journalism values in DJ -as objectivity and veracity- are well related to the rise of fake news and the problem of bias in the algorithms used in automated journalism. It is precisely in this point where the University could provide both to journalists and activists the tools to intensify the fight for transparency and accountability in contemporary democracies. In this sense, the study of the relations between Big Data, artificial intelligence and journalism are research niches that will move towards the direction that this thesis was conceived.

## BIBLIOGRAFÍA

### Referencias bibliográficas

- Abad, J. (2015). Data journalism: To inform in the digital age. Interview with Florencia Coelho. *Dixit*(22), 58-62.
- Abela, J. (2002). Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada. Sevilla: Fundación Centro de Estudios Andaluces.
- Adebayo, J. O. (2016). The impact of peace journalism training on journalists' reportage of the 2015 elections in Nigeria: an action research case study. *South african journal for communication theory and research*, 42(3), 361–377, doi: <https://doi.org/10.1080/02500167.2016.1216458>
- Alazañez-Cortés, B., Miranda-Aguirre, Z. M., Molina-Barradas, J. L., Monroy-Cuevas, E., Abascal-Mena, R., Gómez-García, R., & Esqueda-Atayde, R. (2017). Instructional information system for the introduction of data journalism techniques based on user centered design methodology. En Stephanidis, C. (eds) *HCI International 2017 – Posters' Extended Abstracts. HCI 2017. Communications in Computer and Information Science*, vol 713. Springer, Cham. doi:10.1007/978-3-319-58750-9\_57
- Alger, D. (1989). *The Media and Politics*. New Jersey: Prentice Hall.
- Altheide, D. (1996). Qualitative media analysis. *Qualitative Research Methods*, 38. Thousand Oaks. Sage.

- Amadeo, B. (1999). La aplicación de la teoría del framing a la cobertura de la corrupción política en Argentina (1991-1996). Tesis doctoral. Universidad de Navarra, Pamplona.
- Amador, M. (2008). “El cuestionario aplicado a la investigación” en *Metodología de la Investigación*. Universidad de Granada. Recuperado de: <https://www.ugr.es/~diploeio/documentos/tema2.pdf>
- Amr, T., & Stamboliyska, R. (2016). *Practical D3.js*. Nueva York: Apress. doi:10.1007/978-1-4842-1928-7.
- An, N., & Lugo-Ocando, J. (2016). The state of data and statistics in journalism and journalism education: Issues and debates. *Journalism*, 17(1), 3-17. doi:10.1177/1464884915593234
- Anderson, C.W. (2012): Towards a sociology of computational and algorithmic journalism. *New Media & Society*, 15(7), 1005 –1021.
- Anderson, C. W. (2015). Between the unique and the pattern: Historical tensions in our understanding of quantitative journalism. *Digital Journalism*, 3(3), 349-363. doi:10.1080/21670811.2014.976407
- Anderson, C. W. (2017). Social survey reportage: Context, narrative, and information visualization in early 20th century american journalism. *Journalism*, 18(1), 81-100. doi:10.1177/1464884916657527
- Anton Bravo, A. (2013). Data journalism and the semantic web. *Cic-Cuadenos De Informacion Y Comunicacion*, 18, 99-116. doi:10.5209/rev\_CIYC.2013.v18.41718

- Appelgren, E. (2016). Data journalists using facebook: A study of a resource group created by journalists, for journalists. *Nordicom Review*, 37(1), 1-14. doi:10.1515/nor-2016-0007
- Appelgren, E. (2018). An illusion of interactivity: The paternalistic side of data journalism. *Journalism Practice*, 12(3), 308-325. doi:10.1080/17512786.2017.1299032
- Appelgren, E., & Nygren, G. (2014). Data journalism in sweden: Introducing new methods and genres of journalism into “old” organizations. *Digital Journalism*, 2(3), 394-405. doi:10.1080/21670811.2014.884344
- Appelgren, E., & Salaverría, R. (2018). The promise of the transparency culture: A comparative study of access to public data in Spanish and Swedish newsrooms. *Journalism Practice*, 12(8), 986-996. doi:10.1080/17512786.2018.1511823
- Arenilla, M. & Redondo, J. (2011): Ética, Transparencia y participación. En M Arenilla (Dir.) *Crisis y reforma de la administración pública*. Oleiros: Netbiblo.
- Aslan, A., Bayrakci, S., & Kucukvardar, M. (2016). Conversion of Traditional Journalism in the Age of Information: Data Journalism. *Marmara Journal of Communication*(26), 55-70. doi:10.17829/midr.2017.44
- Aucoin, J. (1995). The early years of IRE: The evolution of modern Investigative Journalism. *American Journalism*, 12(4), 425-443.
- Baack, S. (2018). Practically engaged: The entanglements between data journalism and civic tech. *Digital Journalism*, 6(6), 673-692. doi:10.1080/21670811.2017.1375382
- Bakker, P. (2014). Mr. gates returns: Curation, community management and other new roles for journalists. *Journalism Studies*, 15(5), 596-606. doi:10.1080/1461670X.2014.901783

- Barbosa, S. O., & Torres, V. (2013). O paradigma ‘ Jornalismo Digital em Base de Dados ’: modos de narrar , formatos e visualização para conteúdos. *Galaxia*, 25(2012), 152–164. doi:10.1590/s1982-25532013000200013
- Bastenier, M. (2009). Cómo se escribe un periódico. El chip colonial y los diarios en América Latina. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Bennett, P. (2014). Truth Vigilantes: On Journalism and Transparency. En *Transparency in Politics and the Media* (Bowles, N.;Hamilton, J. & Levy, D. Ed.), 103–122. London: I.B. Tauris.
- Bennett, D. (2016). Sourcing the BBC’s live online coverage of terror attacks. *Digital Journalism*, 4(7), 861–874. doi: <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1163233>
- Berelson, B. (1952). Content Analysis in Communication Research. Glencoe: Free Press.
- Berendt, B. (2015). Power to the agents?! in the #WebWeWant, people will critically engage with data - and data journalism can help them want to do this. Comunicación presentada en *CEUR Workshop Proceedings*, 1362, 29-31.
- Blanchard, M. (1999). History of the Mass Media in the United States: An Encyclopedia. Oxford: Routledge.
- Blanco-Castilla, E., & Quesada, M. (2016). *Periodismo de datos*. La Laguna (tenerife): Cuadernos artesanos de comunicación. CAC, 112.
- Boczkowski, P. (2005). Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers. Londres: MIT Press.

- Boellstorff, T. (2013). Making big data, in theory. *First Monday*, 18(10).  
doi:<https://doi.org/10.5210%2Ffm.v18i10.4869>
- Bonaque, R., Cao, T. D., Cautis, B., Goasdoué, F., Letelier, J., Manolescu, I., Mendoza, .., Ribeiro, S., Tannier, X., Thomazo, M. (2015). *Mixed-instance querying: A lightweight integration architecture for data journalism*. Comunicación presentada en Proceedings of the VLDB Endowment, 9(13), 1513-1516. doi:10.14778/3007263.3007297.
- Borges-Rey, E. (2016). Unravelling data journalism: A study of data journalism practice in British newsrooms. *Journalism Practice*, 10(7), 833-843.  
doi:10.1080/17512786.2016.1159921
- Bounegru, L., Venturini, T., Gray, J., & Jacomy, M. (2017). Narrating networks: Exploring the affordances of networks as storytelling devices in journalism. *Digital Journalism*, 5(6), 699-730. doi:10.1080/21670811.2016.1186497
- Bounegru, L.; Chambers, L. & Gray, J. (2012). *The Data Journalism Handbook*. Sebastopol, USA: O'Reilly Media, Inc.
- Bowers, T. A. (1976). Precision journalism in North-Carolina in 1800s. *Journalism Quarterly*, 53(4), 738-740. doi:10.1177/107769907605300422
- Bowes, J. E. (1974). Precision journalism - reporters introduction to social science methods - MEYER,P. *Journal of Communication*, 24(4), 151-152.
- Boyd, D., & Crawford, K. (2012). Critical Questions for Big data. *Information, Communication & Society*, 15(5), 37-41.  
doi:<https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.678878>

- Boyles, J. L., & Meyer, E. (2016). Letting the data speak: Role perceptions of data journalists in fostering democratic conversation. *Digital Journalism*, 4(7), 944-954. doi:10.1080/21670811.2016.1166063
- Boyles, J. L., & Meyer, E. (2017). Newsrooms accommodate data-based news work. *Newspaper Research Journal*, 38(4), 428-438. doi:10.1177/0739532917739870
- Bradshaw, P. (2014). Data journalism. En *Ethics for digital journalists: Emerging best practices*. Londres: Routledge, 202-231. doi:10.4324/9780203702567
- Bradshaw, P. (2018). Data journalism teaching, fast and slow. *Asia Pacific Media Educator*, 28(1), 55-66. doi:10.1177/1326365X18769395
- Bradshaw, P.; Rohumaa, L. (2011). *The Online Journalism Handbook. Skills to survive in the digital age*. Harlow, England: Pearson.
- Broussard, M. (2015). Artificial intelligence for investigative reporting: Using an expert system to enhance journalists' ability to discover original public affairs stories. *Digital Journalism*, 3(6), 814-831. doi:10.1080/21670811.2014.985497
- Broussard, M. (2015). Preserving news apps present huge challenges. *Newspaper Research Journal*, 36(3), 299-313. doi:10.1177/0739532915600742
- Broussard, M. (2016). Big data in practice: Enabling computational journalism through code-sharing and reproducible research methods. *Digital Journalism*, 4(2), 266-279. doi:10.1080/21670811.2015.1074863
- Brunsdon, C. (2014). Spatial science - looking outward. *Dialogues in Human Geography*, 4(1), 45-49. doi:10.1177/2043820614525709



- Bueno, A. (2014). *Periodismo De Datos: Antecedentes, Ámbitos De Desarrollo y Aplicación En Diarios Generalistas: El Caso De El Confidencial y El Periódico*. (Tesis de grado, Universidad de Valladolid). Recuperado de: [https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/5752/1/TFG\\_F\\_2014\\_8.pdf](https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/5752/1/TFG_F_2014_8.pdf).
- Burmester, M., Mast, M., Tille, R., & Weber, W. (2010). *How users perceive and use interactive information graphics: An exploratory study*. Comunicación presentada en International Conference on Information Visualisation, 361–368. doi:<https://doi.org/10.1109/IV.2010.57>
- Burns, L. S., & Matthews, B. J. (2018). First things first: Teaching data journalism as a core skill. *Asia Pacific Media Educator*, 28(1), 91-105. doi:10.1177/1326365X18765530
- Burns, L. S., & Matthews, B. J. (2018). First things first: Teaching data journalism as a core skill. *Asia Pacific Media Educator*, 28(1), 91-105. doi:10.1177/1326365X18765530
- Cabús, A. C. (2018). Análisis del periodismo de datos en la campaña electoral del 20D a través de las ediciones digitales de diarios generalistas. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 24(1), 137-154. doi:10.5209/ESMP.59942
- Cairo, A. (2011). *El arte funcional*. Madrid: Alamut.
- Cairo, A. (2014). Ethical infographics In data visualization, journalism meets engineering. *The Ire Journal*, 37(2), 25–27.
- Caminos Marcel, J.M.; Marín Murillo, F.; Armentia Vizuete, J.I., (2006). Las audiencias ante los cambios en el ciberperiodismo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 61. Recuperado el 20 de octubre de 2018 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200607Caminos.htm>

- Cao, T. D., Manolescu, I., & Tannier, X. (2017). *Extracting linked data from statistic spreadsheets*. Comunicación presentada en Proceedings of the International Workshop on Semantic Big data, SBD 2017 - *en conjunto con* 2017 ACM SIGMOD/PODS Conference. doi:10.1145/3066911.3066914
- Casero-Ripollés, A., & López-Meri, A. (2015). *Redes sociales, periodismo de datos y democracia monitorizada*. En *Las Redes Sociales Digitales En El Ecosistema Mediático*, 96-113. Cuadernos Artesanos de Comunicación de la Revista Latina de Comunicación Social.
- Castells, M. (2006). *La Sociedad Red: una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.
- Caswell, D., & Dörr, K. (2018). Automated journalism 2.0: Event-driven narratives: From simple descriptions to real stories. *Journalism Practice*, 12(4), 477-496. doi:10.1080/17512786.2017.1320773
- Cawley, A. (2016). *Is there a press release on that? the challenges and opportunities of big data for news media*. En Bunnik, A., Cawley, A., Mulqueen, M., Zwitter, A. (Eds.) *Big data challenges: Society, security, innovation and ethics*, 49-58. doi:10.1057/978-1-349-94885-7\_5
- Chanial, C.; Dziri, R.; Galhardas, H.; Leblay, J.; Nguyen, M.; Manolescu, I. (2018). ConnectionLens: Finding Connections Across Heterogeneous Data Sources. *Proceedings Of The VLDB Endowment*, 11(12), 2030-2033.
- Chaparro Domínguez, M. Á. (2014). Nuevas formas informativas: el periodismo de datos y su enseñanza en el contexto universitario. *Ilu*, 19, 43-54. doi:10.5209/rev\_HICS.2014.v19.45009

- Chaparro-Domínguez, M. Á. (2013). La evolución del periodismo de precisión: el blog de The Guardian sobre periodismo de datos. En B. Lloves Sobrado & F. Segado Boj (Eds.), I Congreso Internacional de Comunicación y Sociedad Digital. Universidad Internacional De La Rioja. Recuperado el 20 de octubre de 2018 de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4247831>
- Charbonneaux, J., & Gkouskou-Giannakou, P. (2015). "Data journalism", An investigation practice? A glance at the German and Greek cases. *Brazilian Journalism Research*, 11(2), 244-267. doi:10.25200/BJR.v11n2.2015.855
- Charski, M. (2015). Data journalism: How to create compelling content from data. *Econtent*, 38(5), 11-14.
- Chen, C. (2004). *Information Visualization: Beyond the Horizon*. London: Springer.
- Chirban, J. (1996). *Interviewing in Depth*. California: SAGE Publications, Inc.
- Clauso, R. (2010). *Cómo se construyen las noticias: Los secretos de la técnica periodística*. Buenos Aires: La Crujía.
- Coddington, M. (2015). Clarifying Journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital Journalism*, 3(3), 331-348. doi:10.1080/21670811.2014.976400
- Cohen, S., Hamilton, J. T., & Turner, F. (2011). Computational Journalism. *Communications of the Acm*, 54(10), 66-71. doi:10.1145/2001269.2001288

- Colussi, J., & Gomes-Franco e Silva, F. (2017). From data journalism to hypermedia narrative: A case study of brazilian newspapers 'Folha' and 'Estadao'. *Index Comunicacion*, 7(3), 163-186.
- Corby, T. (2014). Visualizing the news: Mutant barcodes and geographies of conflict. *Leonardo*, 47(1), 84-85. doi:10.1162/LEON\_a\_00713
- Córdova, A. (2011). Las cartas al director como género periodístico. *ZER*, 16(30), 189-202.
- Cortes del Alamo, H. M., Luengo Cruz, M., & Elias, C. (2018). Data journalism and transparency in nonprofit newsrooms: a comparative study of Civio and ProPublica. *Revista Icono 14-Revista Científica De Comunicacion Y Tecnologias*, 16(2). doi:10.7195/ri14.v16i2.1177
- Craig, D., Ketterer, S., & Yousuf, M. (2017). To post or not to post: Online discussion of gun permit mapping and the development of ethical standards in data journalism. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 94(1), 168-188. doi:10.1177/1077699016684796
- Crucianelli, S. (03 de julio, 2012). *Periodismo De Datos: Lo Bueno, Lo Malo y Lo Feo* [Post del Blog Nación Data], Recuperado el 20 de octubre de 2018 de: <http://blogs.lanacion.com.ar/data/periodismo-con-bases-de-datos/periodismo-de-datos-lo-malo-lo-bueno-y-lo-feo/>
- Crucianelli, S. (2013). ¿Qué es el periodismo de datos? *Cuadernos De Periodistas*, 26(26), 106-124.
- Cushion, S., Lewis, J., & Callaghan, R. (2017). Data journalism, impartiality and statistical claims: Towards more independent scrutiny in news reporting. *Journalism Practice*, 11(10), 1198-1215. doi:10.1080/17512786.2016.1256789

- Dader, J.L. (1997). *Periodismo De Precision: Via Socioinformatica De Descubrir Noticias*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Daniel, A. (15-16 Noviembre, 2010). The Guardian Reportage of the UK MP Expenses Scandal: A Case Study of Computational Journalism. Comunicación presentada en *Communications Policy & Research Forum*. Recuperado el 20 de octubre de 2018 de: <https://eprints.qut.edu.au/38701/2/38701.pdf>
- Das, T. (2016). Measuring production and scholarly use of national center for health statistics publications: A citation analysis in US government information. *Scientometrics*, 108(3), 1287-1298. doi:10.1007/s11192-016-2018-y
- Davies, K. (2018). Getting started with data journalism: A baby steps approach. *Asia Pacific Media Educator*, 28(1), 106-111. doi:10.1177/1326365X18767460
- Davies, K., & Cullen, T. (2016). Data journalism classes in australian universities: Educators describe progress to date. *Asia Pacific Media Educator*, 26(2), 132-147. doi:10.1177/1326365X16668969
- Davis, S. (2016). Slowing down media coverage on the US–Mexico border: News as sociological critique in borderland. *Digital Journalism*, 4(4), 462-477. doi:10.1080/21670811.2015.1123101
- De Maeyer, J., Libert, M., Domingo, D., Heinderyckx, F., & Le Cam, F. (2015). Waiting for data journalism: A qualitative assessment of the anecdotal take-up of data journalism in french-speaking belgium. *Digital Journalism*, 3(3), 432-446. doi:10.1080/21670811.2014.976415

- De Souza, D. R., Leuck, L. P., Santos, C. Q., Silveira, M. S., Manssour, I. H., & Tietzmann, R. (2018). *Interacting with data to create journalistic stories: A systematic review*. Comunicación presentada en International Conference on Human Interface and the Management of Information HIMI 2018: Human Interface and the Management of Information. Interaction, Visualization, and Analytics, 685-704. doi:10.1007/978-3-319-92043-6\_54
- De Vuyst, S. (2018). Cracking the coding ceiling: Looking at gender construction in data journalism from a field theory perspective. *Journal of Applied Journalism and Media Studies*, 7(2), 387-405. doi:10.1386/ajms.7.2.387\_1
- Deuze, M. (2005). Toward professional participatory storytelling in journalism and advertising. *First Monday*, 10(7), 1-14.
- Del Campo Lozano, J. D., & Chaparro-Domínguez, M. -. (2018). Los desafíos éticos del periodismo en la era del big data: Análisis de códigos deontológicos latinoamericanos *Palabra Clave*, 21(4), 1136-1163. doi:10.5294/pacla.2018.21.4.8
- Dennis, E. (1971). *The Magic Writing Machine, Student Probes of the New Journalism*. Oregon: Escuela de periodismo de la Universidad de Oregon.
- Diakopoulos, N. (2015). Algorithmic accountability: Journalistic investigation of computational power structures. *Digital Journalism*, 3(3), 398-415. doi:10.1080/21670811.2014.976411
- Díaz-Campo, J., Chaparro-Domínguez, M. Á., & Segado-Boj, F. (2016). *Ética y periodismo de datos en los códigos de los medios españoles*. En Blanco-Castilla, E. & Quesada, M.

(Eds.) Periodismo de datos. La Laguna (Tenerife): Cuadernos artesanos de comunicación, CAC, 112. 159-186.

Do Carmo Botelho, M., Vilar, E., Cardoso, E., da Silva, A., de Almeida, P., Rodrigues, L., da Silva, A., Rodrigues, S. (Julio, 2017). *The four faces of Information Visualization A conceptual framework for a postgraduate program*. Comunicación presentada en 2017 12th Iberian Conference on Information Systems and Technologies, Lisboa. doi:10.23919/CISTI.2017.7975878

Domínguez, E. (2013). ¿Dónde está el periodismo de datos en la formación periodística? *Comein. Revista De Los Estudios De Ciencias De La Información y La Comunicación*, (22). Universitat Oberta de Catalunya.

Domínguez, L. M. (2017). Crisis económica y medios de comunicación. Análisis comparativo de la producción infográfica en las ediciones digitales de El País y El Mundo durante el año 2007 y 2013- *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 23(2), 925-936. doi:10.5209/ESMP.58024

Dornelles, B. (2008). The end of objectivity and neutrality in civic and environmental journalism. *Brazilian Journalism Research*, 4(2). 108-118. doi: 10.25200/BJR.v4n2.2008.152

Doroschuk, E. S., Gurianova, V. V., & Mantashashvili, M. Z. (2017). Ethical and legal aspects of data-journalism in the media system of the Republic of Tatarstan. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 7, 1017-1022. doi:10.7456/1070ase/120

- Dowd, C. (2016). The new order of news and social media enterprises: visualisations, linked data, and new methods and practices in journalism. *Communication Research and Practice*, 2(1), 97-110. doi:10.1080/22041451.2016.1155339
- Du, R. (2014). Data Journalism: Mapping the Future. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(3), 599-601. doi:10.1177/1077699014541786b
- Dubois, E., Gruzd, A., & Jacobson, J. (2018). Journalists' use of social media to infer public opinion: The citizens' perspective. *Social Science Computer Review*, doi:10.1177/0894439318791527
- Egawhary, Elena; O'Murchu, C. (2013). Data Journalism Book (Online edi). Londres: Centre for Investigative Journalism. Recuperado del 20 de octubre de 2018 de: [http://issuu.com/tcij/docs/data\\_journalism\\_book?e=2989993/2615602](http://issuu.com/tcij/docs/data_journalism_book?e=2989993/2615602)
- Ekaputra, F. J., Novak, N. M., Kiesling, E., Aryan, P. R., Do, B. -, Trinh, T. -, & Tjoa, A. M. (2018). *Towards open data mashups for data journalism*. Comunicación presentada en *CEUR Workshop Proceedings, 2044*. Recuperado el 20 de octubre de 2018 de: <http://ceur-ws.org/Vol-2044/paper17/paper17.html>
- Elías, C. (2014). La teoría fundamentada como herramienta para buscar 'narrativas' en el periodismo de datos: Análisis del caso 'Reading the riots' en the guardian. *Naykowy Przegląd Dziennikarski*, 2, 9-26.
- Elías, C. (2015). *Big data y periodismo en la sociedad red*. Madrid: Síntesis.
- Engbretsen, M., Kennedy, H., & Weber, W. (11-14 Julio, 2017). *Visualization practices in Scandinavian newsrooms: a qualitative study*. Comunicación presentada en 2017 21st



International Conference Information Visualisation (IV). Londres. doi:  
10.1109/iV.2017.54.

Faini, F., & Palmirani, M. (Enero, 2016). *The right to know through the freedom of information and open data*. Comunicación presentada en European Conference on e-Government, 54-62. Recuperado el 20 de octubre de 2018 de:  
[https://www.researchgate.net/publication/306136599\\_The\\_right\\_to\\_know\\_through\\_the\\_freedom\\_of\\_information\\_and\\_open\\_data](https://www.researchgate.net/publication/306136599_The_right_to_know_through_the_freedom_of_information_and_open_data)

Fayoyin, A., Mhiripiri, N. A., & Chari, T. (2017). Electoral polling and reporting in africa: Professional and policy implications for media practice and political communication in a digital age. En *Media law, ethics, and policy in the digital age*, 164-181. doi:10.4018/978-1-5225-2095-5.ch009

Felle, T. (2016). Digital watchdogs? data reporting and the news media's traditional 'fourth estate' function. *Journalism*, 17(1), 85-96. doi:10.1177/1464884915593246

Ferreras Rodríguez, E. M. (2013). Aproximación teórica al perfil profesional del 'Periodista de datos.' *Revista ICONO14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 11(2), 115–140. doi: 10.7195/ri14.v11i2.573

Ferreras Rodríguez, E. M. (2016). El Periodismo de Datos en España. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 22(1), 255-272. doi:10.5209/rev\_ESMP.2016.v22.n1.52594

Fink, K., & Anderson, C. W. (2015). Data journalism in the united states: Beyond the “usual suspects”. *Journalism Studies*, 16(4), 467-481. doi:10.1080/1461670X.2014.939852

Flores Vivar, J. M. (2012). Ecosistema del periodismo de datos. *Comunicação & Sociedade*, 34(1), 7-35.

- Flores Vivar, J. M. (2018). Algoritmos, aplicaciones y Big data, nuevos paradigmas en el proceso de comunicación y de enseñanza-aprendizaje del periodismo de datos. *Revista De Comunicacion*, 17(2), 268-291. doi:10.26441/RC17.2-2018-A12
- Flores Vivar, J. M., & Salinas Aguilar, S. (2013). El periodismo de datos como especialización de las organizaciones de noticias en internet. *Correspondencias & Análisis*, 3, 15-34.
- Foley, D. J. (1997). Successful strategies for computer-assisted reporting - Garrison, B, Erlbaum, L. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74(3), 656-657.
- Franciscato, C. E., & Guerra, J. L. (2006). Contributions Of Qualitative Research To Journalistic Reporting. *Brazilian Journalism Research*, 2(2), 83-97.
- Franco Alvarez, G., & Martul, D. G. (2016). *An international experience using MOOC'S for a course on magazine design and data journalism to edit a common publication*. En Chova, L., Martinez, A. & Torres, I. (Eds.) *Edulearn16: 8th International Conference on Education and New Learning Technologies*, 7294-7301.
- Friendly, M. (16 de octubre, 2008). Milestones in the history of thematic cartography, statistical graphics, and data visualization.
- Friendly, M. (2009). The Golden Age of Statistical Graphics. *Statistical Science*, Vol. 23, No. 4, 502–535. DOI: 10.1214/08-STS268.
- Fuchs, J., Jäckle, D., Weiler, N., & Schreck, T. (11 Marzo, 2016). *Leaf glyphs: Story telling and data analysis using environmental data glyph metaphors*. Comunicación presentada en 10th International Joint Conference, VISIGRAPP 2015. doi:10.1007/978-3-319-29971-6\_7

- Fuller, G. (2018). Enthusiasm for making a difference: Adapting data journalism skills for digital campaigning. *Asia Pacific Media Educator*, 28(1), 112-123. doi:10.1177/1326365X18768134
- Gaber, I. (2014). Data Journalism: Mapping the Future. *British Journalism Review*, 25(1), 76-77. doi:10.1177/0956474814526520c
- Galindo Arranz, F. (2004). Propuesta de periodización histórica y evolución conceptual del Periodismo de Precisión. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 97–112.
- GalléB, M., Renders, M. & Karstens, E. (2013). *Who broke the news? an analysis on first reports of news events*. Comunicación presentada en *WWW 2013 Companion - Proceedings of the 22nd International Conference on World Wide Web*, 855-862. Recuperado el 20 de octubre de 2018 de: [https://www.researchgate.net/publication/261847468\\_Who\\_broke\\_the\\_news\\_An\\_analysis\\_on\\_first\\_reports\\_of\\_news\\_events](https://www.researchgate.net/publication/261847468_Who_broke_the_news_An_analysis_on_first_reports_of_news_events)
- García Jiménez, A., & Catalina García, B. (2018). Una perspectiva documental y bibliotecológica sobre el big data y el periodismo de datos. *Investigacion Bibliotecologica*, 32(74), 77-99. doi:10.22201/iibi.24488321xe.2018.74.57910
- García, R., Perdrix, F., Gil, R. & Oliva, M. (2008). The semantic web as a newspaper media convergence facilitator. *Journal of Web Semantics*, 6(2), 151-161. doi: 10.1016/j.websem.2008.01.002.
- Gertrudis-Casado, M. -, Gértrudix-Barrio, M., & Álvarez-García, S. (2016). Professional information skills and open data. challenges for citizen empowerment and social change. *Comunicar*, 24(47), 39-47. doi:10.3916/C47-2016-04

- Giorgi, Amedeo. (1975). An application of phenomenological method in Psychology. En *Psycology, II*, 82-103. Pittsburgh: Duquesne University Press.
- Goasdoué, F., Leblay, J., Karanasos, K., Manolescu, I., Katsis, Y., & Zampetakis, S. (2013). *Fact checking and analyzing the web*. Comunicación presentada en ACM SIGMOD International Conference on Management of Data, 997-1000. doi:10.1145/2463676.2463692. Recuperada el 20 de octubre de 2018 de: <https://hal.inria.fr/hal-00814285/document>
- Goffman, E. (1986). *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Northeastern University Press, Boston.
- Gomez-Calderon, B., Roses, S., & Garcia-Borrego, M. (2017). The new professional Profiles of the Journalist according to the Spanish Academy. *Revista Mediterranea Comunicacion-Journal of Communication*, 8(1), 191-200. doi:10.14198/medcom2017.8.1.14
- Graham, C. (2015). By the numbers: Data journalism projects as a means of teaching political investigative reporting. *Asia Pacific Media Educator*, 25(2), 247-261. doi:10.1177/1326365X15604936
- Graham, C. (2018). A DIY, project-based approach to teaching data journalism. *Asia Pacific Media Educator*, 28(1), 67-77. doi:10.1177/1326365X18768308
- Grasso, D. (25-26 Febrero, 2016). *Cómo sacar historias de datos...cuando no hay datos*. Ponencia presentada en I Congreso Internacional De Periodismo De Datos. Universidad de Málaga.

- Gray, J., Gerlitz, C., & Bounegru, L. (2018). Data infrastructure literacy. *Big data & Society*, 5(2). doi:10.1177/2053951718786316
- Green, S. (2018). When the numbers Don't add up: Accommodating data journalism in a compact journalism programme. *Asia Pacific Media Educator*, 28(1), 78-90. doi:10.1177/1326365X18766767
- Griffin, P. (2014). Big news in a small country-developing independent public interest journalism in NZ. *Pacific Journalism Review*, 20(1), 11-34. doi:10.24135/pjr.v20i1.185
- Griffin, R. J., & Dunwoody, S. (2016). Chair support, faculty entrepreneurship, and the teaching of statistical reasoning to journalism undergraduates in the united states. *Journalism*, 17(1), 97-118. doi:10.1177/1464884915593247
- Guanipa, M. (2013). La Reseña. En *Apuntes sobre periodismo*, Venezuela. Recuperado de: <http://oficiodeperiodista.blogspot.com.es/2013/09/la-resena.html> [03 de marzo. 2015]
- Gynnild, A. (2014). Journalism innovation leads to innovation journalism: The impact of computational exploration on changing mindsets. *Journalism*, 15(6), 713-730. doi:10.1177/1464884913486393
- Hamilton, J. T., & Turner, F. (2009). Accountability Through Algorithm: Developing the Field of Computational Journalism. A Center for Advanced Study in the Behavioral Sciences Summer Workshop Report, 1–22. Recuperado el 20 de octubre de 2018 de: [http://www.stanford.edu/~fturner/Hamilton Turner Acc by Alg Final.pdf](http://www.stanford.edu/~fturner/Hamilton%20Turner%20Acc%20by%20Alg%20Final.pdf)
- Hammond, P. (2017). From computer-assisted to data-driven: Journalism and big data. *Journalism*, 18(4), 408-424. doi:10.1177/1464884915620205

- Hannis, G. (2018). Teaching data journalism in new zealand. *Asia Pacific Media Educator*, 28(1), 124-130. doi:10.1177/1326365X18764779
- Heaton, A. E., Mills, J., & Ansell, D. (2018). DroneHack journalism: Educating & inspiring journalists in the capacities & possibilities of unmanned aerial systems. Paper presented at the *AIAA Aerospace Sciences Meeting, 2018*, (210059) doi:10.2514/6.2018-0180.
- Heer, J., & Kandel, S. (2012). Interactive analysis of big data. *XRDS*, 19(1), 50–54. doi:10.1145/2331042.2331058.
- Heinrich, A. (2011). *Network journalism: Journalistic practice in interactive spheres*. New York: Routledge. Recuperado de: <https://doi.org/10.4324/9780203830451>.
- Heravi, B. R. (2018). 3WS of data journalism education: What, where and who? *Journalism Practice*, 1-18. doi:10.1080/17512786.2018.1463167.
- Heravi, B. R. (2018). *Data journalism in 2017: A summary of results from the global data journalism survey*. Comunicación presentada en International Conference on Information iConference 2018: Transforming Digital Worlds. 107-113. doi:10.1007/978-3-319-78105-1\_13. Recuperado el 20 de octubre de 2018 de: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-78105-1\\_13](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-78105-1_13)
- Heravi, B. R., & Harrower, N. (2016). Twitter journalism in ireland: Sourcing and trust in the age of social media\*. *Information Communication and Society*, 19(9), 1194-1213. doi:10.1080/1369118X.2016.1187649
- Heravi, B. R., & Harrower, N. (Julio, 2015). *Sourcing and trust: Twitter journalism in ireland*. Comunicación presentada en ACM International Conference Proceeding Series, 2015. doi:10.1145/2789187.2789194

- Hermida, A., & Young, M. L. (2017). Finding the data unicorn: A hierarchy of hybridity in data and computational journalism. *Digital Journalism*, 5(2), 159-176. doi:10.1080/21670811.2016.1162663
- Herrero-Solana, V., & Rodríguez-Domínguez, A. M. (2015). Periodismo de datos, infografía y visualización de la información: un estudio de El País, El Mundo, Marca y El Correo. *BiD*, (34).
- Hewett, J. (2016). Learning to teach data journalism: Innovation, influence and constraints. *Journalism*, 17(1), 119-137. doi:10.1177/1464884915612681
- Himanen, P. (2001). *The Hacker Ethic and the Spirit of the Information Age*. New York: Random House.
- Hollings, J. (2011). The Informed Commitment Model: Best practice for journalists engaging with reluctant, vulnerable sources and whistle-blowers. *Pacific Journalism Review*, 17(1), 67-89.
- Holovaty, A. (21 de mayo, 2009). The Definitive, Two-part Answer to 'is Data Journalism?' [Mensaje de un blog] Recuperado de: <http://www.holovaty.com/writing/data-is-journalism/>
- Hostil, O. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley Pub. Co.
- Horky, T., & Pelka, P. (2017). Data visualisation in sports journalism: Opportunities and challenges of data-driven journalism in german football. *Digital Journalism*, 5(5), 587-606. doi:10.1080/21670811.2016.1254053

- Howard, A. (2014). *The Art and Science of Data-driven Journalism*. New York: Tow Center for Digital Journalism.
- Hullman, J., Diakopoulos, N., Momeni, E., & Adar, E. (2015). *Content, context, and critique: Commenting on a data visualization blog*. Comunicación presentada en *CSCW 2015 - Proceedings of the 2015 ACM International Conference on Computer-Supported Cooperative Work and Social Computing*, 1170-1175. doi:10.1145/2675133.2675207. Recuperada el 20 de octubre de 2018 de: <http://www.cond.org/CSCW2015.pdf>
- Hvistend, J. (1973). PRECISION JOURNALISM - REPORTERS INTRODUCTION TO SOCIAL SCIENCE METHODS - MEYER,P. *Journalism Quarterly*, 50(3), 589-590.
- Igartua, J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Editorial Bosch, S.A.
- Igartua, J. & Humanes. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Ismach, A. H. (1988). PRECISION JOURNALISM, A PRACTICAL GUIDE - DEMERS,DP, NICHOLS,S. *Journalism Quarterly*, 65(1), 207-208.
- Iyengar, I.; Peters, M. & Kinder, D. (1982). Experimental Demonstrations of the "Not-So-Minimal" Consequences of Television News Programs. *The American Political Science Reivew*, 76 (4), 848-858.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.



- Jia, Q.-h., Li, C. & Wang, Z. (2017). *Data Journalism: The Type of Communication, Features and Significance in Mobile News Client*. Comunicación presentada en International Conference on Education Innovation and Economic Management. 263-267. doi: 10.12783/dtssehs/eiem2017/16100. Recuperado el 20 de octubre de 2018 de: <http://dpi-proceedings.com/index.php/dtssehs/article/view/16100>
- Johannessen, M. R., & Berntzen, L. (2018). *The Transparent Smart City How City Councils and City Administrations Can Apply Smart Technology for Increased Transparency- With Case Evidence from Norway* (Vol. 24).
- Karlsen, J., & Stavelin, E. (2014). COMPUTATIONAL JOURNALISM IN NORWEGIAN NEWSROOMS. *Journalism Practice*, 8(1), 34-48. doi:10.1080/17512786.2013.813190
- Karlsson, M. (2011). The immediacy of online news, the visibility of journalistic processes and a restructuring of journalistic authority. *Journalism*, 12(3), 279–295. <https://doi.org/10.1177/1464884910388223>
- Kerlinger, F. (1986). *Foundation of Behavioral Research*. Nueva York: Holt, Rinehart y Winston.
- Kim, J., Lee, G., & 임종섭. (2017). Does Data Journalism Matter for Social Media Users? Users' Perspectives on Digital Data-Based News. *Asian Communication Research*, 14(2), 14-41. doi:10.20879/acr.2017.14.2.14
- Knight, M. (2015). Data journalism in the UK: A preliminary analysis of form and content. *Journal of Media Practice*, 16(1), 55-72. doi:10.1080/14682753.2015.1015801

- Kracauer, S. (1952). Challenge of qualitative content analysis. *Public Opinion Quarterly*, 16, 631-642.
- Krippendorff, K. (1990). Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Krippendorff, K. (2004). Content Analysis. An introduction to its methodology. Thousand Oaks, SAGE Publications.
- Kvale, Steinar. (1996) Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing. California: SAGE Publications Inc.
- La-Rosa, L. (2015). *El periodismo de datos en España: estudio comparativo entre eldiario.es y el centro español de periodismo de investigación y datos*. (Tesis de Fin de Máster, Universidad Carlos III de Madrid).
- La-Rosa, L. & Sandoval-Martín, T. (2016a). Repercusión de la Ley de Transparencia en el Periodismo de datos en España. En Periodismo de datos (Blanco, E. & Quesada, M. Coord.), 187-200. Cuadernos Artesanos de Comunicación, CAC112. La Laguna (Tenerife): Latina.
- La-Rosa, L., & Sandoval-Martín, T. (2016b). La insuficiencia de la Ley de Transparencia para el ejercicio del periodismo de datos en España. *Revista Latina De Comunicación Social*, 71, 1208-1229. doi: 10.4185/RLCS-2016-1142
- La-Rosa, L., & Sandoval-Martín, T. (2016c). The transparency law's insufficiency for data journalism's practices in Spain. *Revista Latina De Comunicación Social*, 71, 1208-1229. doi:10.4185/RLCS-2016-1162en

- Lagabaster, I. (2010). Notas sobre el derecho administrativo de la información. En Derecho administrativo de la información y administración transparente (García, R. Ed.). Madrid: Marcial Pons.
- Lashmar, P. (2016). Data Journalism: Inside the Global Future. *British Journalism Review*, 27(2), 72-73. doi:10.1177/0956474816652818c
- Lazarsfeld, P. & Merton, R. (1948). Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. En *La comunicación de ideas*. Universidad de Texas.
- Le Borgne, Y. -, Homolova, A., & Bontempi, G. (2016). *OpenTED browser: Insights into european public spendings*. Comunicación presentada en *CEUR Workshop Proceedings*, 1831. Recuperado el 20 de octubre de 2018 de: [https://www.researchgate.net/publication/308694188\\_OpenTED\\_Browser\\_Insights\\_into\\_European\\_Public\\_Spendings](https://www.researchgate.net/publication/308694188_OpenTED_Browser_Insights_into_European_Public_Spendings)
- Lee, B., Brehmer, M., Isenberg, P., Choe, E. K., Langner, R., & Dachsel, R. (Abril, 2018). *Data visualization on mobile devices*. Comunicación presentada en Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, 2018. doi:10.1145/3170427.3170631 Recuperado el 20 de octubre de 2018 de: [https://www.researchgate.net/publication/324671197\\_Data\\_Visualization\\_on\\_Mobile\\_Devices](https://www.researchgate.net/publication/324671197_Data_Visualization_on_Mobile_Devices)
- Lei, H., Lao, T., Liu, Z., Zuo, W., & Chen, W. (2015). A survey on sports data visualization. *Jisuanji Fuzhu Sheji Yu Tuxingxue Xuebao/Journal of Computer-Aided Design and Computer Graphics*, 27(9), 1605-1616.

- Leonard, T. (1992). Databases In The Newsroom - Computer-Assisted Reporting. *Online*, 16(3), 62-65.
- Lesage, F., & Hackett, R. A. (2013). Between objectivity and openness—the mediality of data for journalism. *Media and Communication*, 1(1), 39-50. doi:10.12924/mac2013.01010039
- Lesage, F., & Hackett, R. A. (2014). Between objectivity and openness—The mediality of data for journalism. *Media and Communication*, 2(2), 42-54. doi:10.17645/mac.v2i2.128
- Leturia, Elio (1998): ¿Qué es infografía? - Revista Latina de Comunicación Social, 4. Recuperado de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/r4el.htm> [14 de agosto. 2016]
- Lewis, N. P., & Waters, S. (2018). Data journalism and the challenge of shoe-leather epistemologies. *Digital Journalism*, 6(6), 719-736. doi:10.1080/21670811.2017.1377093
- Lewis, S. C., & Usher, N. (2013). Open source and journalism: toward new frameworks for imagining news innovation. *Media Culture & Society*, 35(5), 602–619. <https://doi.org/10.1177/0163443713485494>
- Lewis, S.C. & Usher, N. (2016). Trading zones, boundary objects, and the pursuit of news innovation: A case study of journalists and programmers. *Convergence*, 22(5), 543–560. <https://doi.org/10.1177/1354856515623865>
- Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). Big data and Journalism. *Digital Journalism*, 3(3). <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976418>

- Lima, W. (2008). Exts and data mining and their possibilities applied to the process of news production. *Brazilian Journalism Research*, 4(1), 104-120. doi: 10.25200/BJR.v4n1.2008.136.
- Lima, W. (2012). Big data, Jornalismo Computacional e Data Journalism: estrutura, pensamento e prática profissional na Web de dados. *Estudos Em Comunicação*, 12, 207–222.
- Lippman, Walter. (1997). *Public Opinion*. Free Press.  
<http://xroads.virginia.edu/~Hyper2/CDFinal/Lippman/header.html>
- López, P. J., & Martínez, F. (2014). Definición, contexto y herramientas digitales para el desarrollo del periodismo de datos en España. *Revista Internacional de Tecnología, Conocimiento y Sociedad*, 3(1), 45–55.
- López-Escobar, E.; Llamas, J.; Rey, F. (1996). La agenda entre los medios: primero y segundo nivel. *Comunicación y sociedad*, IX (1&2), 67-89.
- López-García, X., Rodríguez-Vázquez, A. -, & Pereira-Fariña, X. (2017). Technological skills and new professional profiles: Present challenges for journalism. *Comunicar*, 25(53), 81-90. doi:10.3916/C53-2017-08
- López-García, X., Toural-Bran, C., & Rodríguez-Vázquez, A. -. (2016). *Software*, estadística y gestión de bases de datos en el perfil del periodista de datos. *El Profesional De La Informacion*, 25(2), 286-294. doi:10.3145/epi.2016.mar.16
- López-García, X., Toural-Bran, C., Pereira-Fariña, X., & Barbosa, S. (2009). Automatización de las bases de datos: Potencialidades de herramientas básicas para otro periodismo posible. *El profesional de la información*, 18(3), 308-315. doi:10.3145/epi.2009.may.08

- Lowrey, W., & Hou, J. (2018). All forest, no trees? data journalism and the construction of abstract categories. *Journalism. Journalism*, 19(4), 1-17. doi:10.1177/1464884918767577
- Manolescu, I. (2017). ContentCheck: Content Management Techniques and Tools for Fact-checking. *Ercim News*(111), 16-17.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Marin Murillo, M. F., Armentia Vizuet, J. I., & Ganzabal Learreta, M. (2010). Historical approach and conceptual evolution of the Precision Journalism. *Estudios Sobre El Mensaje Periodistico*, 16, 259-289.
- Mariño, Á. (2012). *La relación del periodismo de datos con big data y open data*. (Tesis de Fin de Máster, Universidad Carlos III De Madrid), Recuperado el 20 de octubre de 2018 de: <https://es.scribd.com/document/111830154/La-relacion-del-Periodismo-de-Datos-con-Big-Data-y-Open-Data>.
- Marr, B. (2015). *Big data: Using SMART Big data, Analytics and Metrics To Make Better Decisions and Improve Performance*. Version de Kindle. Recuperado de: [http://mirror.thelifeofkenneth.com/sites/qt.vidyagam.es/library/Big%20Data/Big%20Data\\_%20Using%20SMART%20Big%20Data,%20Analytics%20ake%20Better%20Decisions%20and%20Improve%20Performance/Big%20Data\\_%20Using%20SMART%20Big%20Data,%20Analytics%20and%20Met%20Decisions%20and%20Improve%20Performance%20-%20Bernard%20Marr.pdf](http://mirror.thelifeofkenneth.com/sites/qt.vidyagam.es/library/Big%20Data/Big%20Data_%20Using%20SMART%20Big%20Data,%20Analytics%20ake%20Better%20Decisions%20and%20Improve%20Performance/Big%20Data_%20Using%20SMART%20Big%20Data,%20Analytics%20and%20Met%20Decisions%20and%20Improve%20Performance%20-%20Bernard%20Marr.pdf)
- Martin, H. (1999). The changing information environment in the media: case study The Guardian/Observer. *Aslib Proceedings*, 51(3), 91-96. doi:10.1108/eum0000000006967

- Martínez, L. (2016). *Plataformas y proyectos independientes impulsores del Periodismo de datos en España*. En *Periodismo de datos* (Blanco, E. & Quesada, M. Coord.), 39-64. Cuadernos Artesanos de Comunicación, CAC112. La Laguna (Tenerife): Latina.
- Matheus, R., Ribeiro, M. M., & Vaz, J. C. (2018). Strategies and instruments for the dissemination and promotion of open government data use in Brazil: case study of Rio de Janeiro city hall. *Revista Tecnologia E Sociedade*, 14(33). doi:10.3895/rts.v14n33.6866
- McCombs, M. & Shaw, D. (1972). The Agenda-setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187. McCombs, M. & Shaw, D. (1993). The evolution of Agenda Setting Research: Twenty-Five Years in the Market-place of Ideas. *Jou*, 43(2), 58-67.
- McGregor, S., & Halevy, A. (2014). *Opportunities and Challenges in Data Journalism*. *Computation for humanity: Information technology to advance society*, 409-426.
- McNair, B., & Flew, T. (2016). Data trumps intuition every time: Computational journalism and the digital transformation of punditry. *The routledge companion to digital journalism studies*, 537-545. doi:10.4324/9781315713793
- Moreno, P. (2010). La construcción periodística de la realidad a través de los géneros interpretativos. En en Reig, R. (Dir.) *La dinámica periodística. Perspectiva, contexto, métodos y técnicas*. Sevilla: Ámbitos para la Comunicación, 10.
- Meier, K. (2018). Journalism meets games: Newsgames as a new digital genre theory, boundaries, utilization. *Journal of Applied Journalism and Media Studies*, 7(2), 429-444. doi:10.1386/ajms.7.2.429\_1

- Meyer, P. (1973). Precision journalism - a reporter's introduction to social-science methods. Bloomington: Indiana University Press.
- Meyer, p. (1980). Precision journalism - a reporters introduction to social-science methods. *Journalism Quarterly*, 57(1), 165-166.
- Meyer, P. (1989). Precision journalism and the 1988 US elections. *International Journal of Public Opinion Research*, 1(1), 195–205. doi:10.1093/ijpor/1.3.195
- Meyer, P. (2004). *The Vanishing Newspaper*. (2da. ed., 2009). Missouri: University of Missouri.
- Meyer, P. (2002). Filtering the Flow of Data. En *The Data Journalism Handbook* (Bounegru, L.; Chambers, L. & Gray, J. ed.), 6. Sebastopol, USA: O'Reilly Media, Inc.
- Miller, T. (2015). DATA JOURNALISM: MAPPING THE FUTURE. *International Journal of Digital Television*, 6(1), 86-87.
- Molina, M. (Noviembre, 2012). *Simulating data journalism to communicate hydrological information from sensor networks*. Comunicación presentada en 13th Ibero-American Conference on Artificial Intelligence. Recuperado el 20 de octubre de 2018 de: <http://oa.upm.es/14199/>. doi:10.1007/978-3-642-34654-5\_73
- Mosier, N. R., & Ahlgren, A. (1981). Credibility of precision journalism. *Journalism Quarterly*, 58(3), 375-&. doi:10.1177/107769908105800304
- Mostyn, B. (1985). The content analysis of qualitative research data: A dynamic approach. En Brenner; Brown, J. & Cauter, D. (Ed). *The research interview*, 115-145. London: Academic Press.



- Murray, G. J. (2015). The disruptive impact of emerging technology. En (Eds. William J. Gibbs, Joseph McKendrick) *Contemporary research methods and data analytics in the news industry*, 233-256. doi:10.4018/978-1-4666-8580-2.ch013.
- Nerentz, D. V. (2014). Investigative Journalism in the USA: Contemporary Stage. ; *SOVREMENNYI ETAP ZhURNALISTSKIKh RASSLEDOVANII V SShA. SShA i Kanada: ekonomika, politika, kul'tura*(8), 105-118.
- Neubauer, G., & Pellegrini, T. (2015). Linked data utilization along the content value chain - observations and implications. *Electronic Markets*, 27(1), 1481 8-11.
- Neves Abreu E Sousa, V. S. (Junio, 2018). *An insight into data journalim*. Comunicación presentada en Iberian Conference on Information Systems and Technologies CISTI 2018. Recuperado el 20 de diciembre de 2018 de: [https://www.researchgate.net/conference-event/CISTI\\_Iberian-Conference-on-Information-Systems-and-Technologies\\_2018/118602](https://www.researchgate.net/conference-event/CISTI_Iberian-Conference-on-Information-Systems-and-Technologies_2018/118602).
- Nguyen, A., & Lugo-Ocando, J. (2016). The state of data and statistics in journalism and journalism education: Issues and debates. *Journalism*, 17(1), 3-17. doi:10.1177/1464884915593234
- Nirmala, T., & Aram, I. A. (2018). Environmental images in indian newspapers. *Asia Pacific Media Educator*, 28(1), 38-54. doi:10.1177/1326365X18768135
- Ojo, A., & Heravi, B. (2018). Patterns in award winning data storytelling: Story types, enabling tools and competences. *Digital Journalism*, 6(6), 693-718. doi:10.1080/21670811.2017.1403291

- Okazaki, N. (2016). Data journalism and data science. *Journal of the Institute of Electronics, Information and Communication Engineers*, 99(4), 339-346.
- Ong, W. (1982). *Oralidad y escritura: tecnologías de la palabra*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Ortiz Echaguee, J. (2010). Historical approach and conceptual evolution of the Precision Journalism. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 16, 349-368.
- Palomo, B., & Palau-Sampio, D. (2016). El periodista adaptativo. Consultores y directores de innovación analizan las cualidades del profesional de la comunicación. *El Profesional De La Informacion*, 25(2), 188-195. doi:10.3145/epi.2016.mar.05
- Parasie, S. (2015). Data-driven revelation?: Epistemological tensions in investigative journalism in the age of "big data". *Digital Journalism*, 3(3), 364-380. doi:10.1080/21670811.2014.976408
- Parasie, S., & Dagiral, E. (2013). Data-driven journalism and the public good: "Computer-assisted-reporters" and "programmer-journalists" in Chicago. *New Media & Society*, 15(6), 853-871. doi:10.1177/1461444812463345
- Parasie, S., & Dagiral, E. (2013). Data-driven journalism and the public good: Computer-assisted-reporters and programmer-journalists in Chicago. *New Media & Society*, 15(6), 853-871. <https://doi.org/10.1177/1461444812463345>
- Pasti, Svetlana. (2005). The St. Petersburg Media in Transformation. *Nordicom*, 26(2), 69-84. doi: <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0259>

- Paulussen, S. (2007). CAR as a means for primary journalism. *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap*, 35(3), 219-231. doi:10.1347/tijd.35.3.219
- Pease, E. C. (2012). Paper Route: Finding My Way to Precision Journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89(4), 755-757. doi:10.1177/1077699012462098
- Pellegrini, T. (2012). *Semantic metadata in the news production process - achievements and challenges*. Comunicación presentada en Proceedings of the 16th International Academic MindTrek Conference 2012: "Envisioning Future Media Environments", MindTrek 2012, 125-133. doi:10.1145/2393132.2393158. Recuperado el 21 de octubre de 2018 de: <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2393158>.
- Pery, F., & Paz, M. (2016). Manual de periodismo de datos iberoamericano. *Fundación Poderomedia, Santiago*.
- Pilhofer, A. (25 de febrero, 2016). *Making great interactive journalism on small screens*. Ponencia presentada en I Congreso Internacional De Periodismo De Datos Universidad de Málaga.
- Piñuel R., José L.; Gaitán M.; Juan, A. (1995). Metodología general: Conocimiento e investigación en la comunicación social. Madrid: Síntesis.
- Plaue, C., & Cook, L. R. (2015). *Data journalism: Lessons learned while designing an interdisciplinary service course*. Comunicación presentada en SIGCSE 2015 - *Proceedings of the 46th ACM Technical Symposium on Computer Science Education*, 126-131. doi:10.1145/2676723.2677263.

- Quesada, M. & Ribas, C. (2016). *Periodismo de datos en Catalunya. Nuevos medios y nuevas herramientas*. En *Periodismo de datos* (Blanco, E. & Quesada, M. Coord.), 65-86. Cuadernos Artesanos de Comunicación, CAC112. La Laguna (Tenerife): Latina.
- Radchenko, I., & Sakoyan, A. (2014). *The View on Open Data and Data Journalism: Cases, Educational Resources and Current Trends*. En D. I. Ignatov, M. Y. Khachay, A. Panchenko, N. Konstantinova, & R. E. Yavorskiy (Eds.), *Analysis of Images, Social Networks and Texts*, 436, 47-54. doi:10.1007/978-3-319-12580-0\_4
- Radchenko, I., & Sakoyan, A. (2016). *On some russian educational projects in open data and data journalism*. En Dmitry Mouromtsev & Mathieu d'Aquin (Eds.) *Open Data for Education*, 153-165. doi:10.1007/978-3-319-30493-9\_8.
- Real Academia Española. (2014). Vocero, ra. En *Diccionario de la lengua española* (23a ed.). Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=bzsuhYm>
- Reck, D. H. (1976). Precision journalism produces rapid payment of over 1 million dollars in delinquent taxes. *Computers and People*, 25(1), 31-31.
- Reilly, S. (2017). The need to help journalists with data and information visualization. *IEEE Computer Graphics and Applications*, 37(2), 8-10. doi:10.1109/MCG.2017.32
- Renó, D., & Renó, L. (2017). Algoritmo y noticia de datos como el futuro del periodismo transmediaimágético. *Revista Latina De Comunicacion Social*, 72, 1468-1482. doi:10.4185/RLCS-2017-1229
- Revuelta Bayod, M. J. (2018). Big data: Crisis and New Approaches in the Communication Flows of the Fouth Industrial Revolution. *Area Abierta*, 18(2), 305-320. doi:10.5209/arab.59521

- Rey, E. B., Heravi, B., & Uskali, T. (2018). Ibero-American data journalism: development, contestation, and social change. *Revista Icono 14-Revista Científica De Comunicacion Y Tecnologias*, 16(2). doi:10.7195/ri14.v16i2.1221
- Richards, T. T. (1992). Database Organization For Qualitative-Analysis - The Nudist(TM) System. *The Next Generation of Information Systems : From Data to Knowledge*, 611, 116–133.
- Richardson, S.; Snell, B. & Klein, D. (1965). *Interviewing: Its Forms and Functions*. New York & London: Basic Book Inc.
- Ritzer, G. (1972). *Inhaltsanalyse und Ideologiekritik. Ein Versuch über kritische Sozialforschung*. Frankfurt: Athenäum.
- Robayo Valencia, C. E., Hinojosa Becerra, M., & Marin Gutierrez, I. (2016). One way to democratize access to information. Analysis of representative cases. In A. Rocha, L. P. Reis, M. P. Cota, O. S. Suarez, & R. Goncalves (Eds.), *2016 11th Iberian Conference on Information Systems and Technologies*.
- Rodríguez Vázquez, A. I., & Soengas Pérez, X. (2017). *Trends in journalism for metamedia of connectivity and mobility*. En F. C. Freire, X. R. Araujo, V. A. M. Fernandez, & X. L. Garcia (Eds.), *Media and Metamedia Management*, 503. 457-462. doi:10.1007/978-3-319-46068-0\_60
- Rodriguez, L. (2016). Data Journalism in Uruguay. *Dixit*(24), 17-35. doi:10.22235/d.v0i24.1167
- Rodríguez, M. T., Nunes, S., & Devezas, T. (2015). *Telling stories with data visualization*. Comunicación presentada en NHT 2015 - Proceedings of the 2015 Workshop on

- Narrative and Hypertext - Co-Located with HT 2015, 7-11.  
doi:10.1145/2804565.2804567. Recuperado el 19 de octubre de 2018 de:  
<http://nht.ecs.soton.ac.uk/2015/papers/2-mrodriguez.pdf>.
- Rodríguez, P. (2009). The journalist's Professional Notebook and the Organic Personal Data Protection Law. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 15, 409-429.
- Rodríguez-Brito, A., & García-Chico, L. (2013). Cartografiando el periodismo de datos. big data y periodismo en el continente americano. cinco casos de estudio. *Telos*, 1-10.
- Rogers, E. & Dearing, J. (1988). Agenda-Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going? *Annals of the International Communication Association*, 11, 555-594.
- Rogers, S. (2014). Data journalism is the new punk. *British Journalism Review*, 25(2), 31-34.  
doi:10.1177/0956474814538181
- Rojas-Torrijos, J. & Rivera-Hernandez, A. (2016). El Espanol and El Confidencial, models of data sports journalism in Spanish native digital news media. *Doxa Comunicacion*(23).
- Ruppert, E., Isin, E., & Bigo, D. (2017). Data politics. *Big data & Society*, 4(2).  
doi:10.1177/2053951717717749
- Rusch, T., Hofmarcher, P., Hatzinger, R., & Hornik, K. (2013). Model trees with topic model preprocessing: An approach for data journalism illustrated with the wikileaks afghanistan war logs. *Annals of Applied Statistics*, 7(2), 613-639. doi:10.1214/12-AOAS618
- Sábada, M. (2001). Origen, aplicación y límites de la “teoría del encuadre” (framing) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 16(2), 143-175.

- Salaverría, R. (2015). Los labs como fórmula de innovación en los medios. *El Profesional De La Informacion*, 24(4), 397-404. doi:10.3145/epi.2015.jul.06
- Salovaara, I. (2016). Participatory maps: Digital cartographies and the new ecology of journalism. *Digital Journalism*, 4(7), 827-837. doi:10.1080/21670811.2016.1173519
- Sánchez-Bonvehí, C., & Ribera, M. (2014). Visualización de la información en la democratización de los datos: Propuestas desde el periodismo y la narratividad. *El Profesional De La Informacion*, 23(3), 311-318. doi:10.3145/epi.2014.may.11
- Sandoval-Martín, T., & Espiritusanto, Ó. (2016). Geolocalización de información y mapeo de datos en periodismo online con Ushahidi. *El Profesional De La Informacion*, 25(3), 458-472. doi:10.3145/epi.2016.may.16
- Sandoval-Martin, T., & La-Rosa, L. (2018). Big data as a differentiating sociocultural element of data journalism: the perception of data journalists and experts. *Communication & Society-Spain*, 31(4), 193-209. doi:10.15581/003.31.4.193-209
- Sarr, E. N., & Sall, O. (Enero, 2018). *Automation of fact-checking: State of the art, obstacles and perspectives*. Comunicación presentada en Cyber Science and Technology Congress, DASC-PICom-DataCom-CyberSciTec 2017, 1314-1317. doi:10.1109/DASC-PICom-DataCom-CyberSciTec.2017.212.
- Schudson, M. (2010). Political observatories, databases & news in the emerging ecology of public information. *Daedalus*, 139(2), 100-109.

- Sgarbi, E., Borges, D. (2005). *Structure in Soccer Videos: Detecting and Classifying Highlights for Automatic Summarization*. En Sanfeliu, A. & Lazo, M. (Ed.), *Progress in Pattern Recognition, Image Analysis and Applications, CIARP 2005*, vol. 3773, 691-700.
- Shahat, A.; Elragal, A. & Bergvall-Kåreborn, B. (Julio de 2017). *Big data Analytics and Smart Cities: A Loose or Tight Couple?* En *International Conference on Connected Smart Cities 2017 (CSC 2017)*, Lisboa. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/317491579\\_Big\\_Data\\_Analytics\\_and\\_Smart\\_Cities\\_A\\_Loose\\_or\\_Tight\\_Couple](https://www.researchgate.net/publication/317491579_Big_Data_Analytics_and_Smart_Cities_A_Loose_or_Tight_Couple)
- Shaw, D. (1979). Agenda-Setting and Mass Communication Theory. *Gazette, International Journal for Mass Communication Studies*, 25(2).
- Shilina, A. (2017). Data journalism and ethics: A russian approach. *Russian Journal of Communication*, 9(3), 299-300. doi:10.1080/19409419.2017.1376981
- Sidiropoulos, E. A., Konstantinidis, E. I., & Veglis, A. A. (2016). *Framework of a collaborative audio analysis and visualization tool for data journalists*. Comunicación presentada en *Proceedings - 11th International Workshop on Semantic and Social Media Adaptation and Personalization, SMAP 2016*, 156-160. doi:10.1109/SMAP.2016.7753402.
- Singer, E. (1994). The new precision journalism - Meyer,P. *Public Opinion Quarterly*, 58(3), 438-440. doi:10.1086/269442
- Smit, G.; Yael, H. & Buijs, L. (2014). Visualizing News: Make it Work. *Digital Journalism*, 2 (3), 344–354. doi:10.1080/21670811.2014.897847



- Smith, D. (2016). Online interactive thematic mapping: Applications and techniques for socio-economic research. *Computers, Environment and Urban Systems*, 57, 106-117. doi:10.1016/j.compenvurbsys.2016.01.002
- Snijders, C., Matzat, U., & Reips, U. (2013). "Big data": Big Gaps of Knowledge in the Field of Internet Science. *International Journal of Internet Science*, 7(1), 1-5.
- Snow, J. (1854). On the Mode of Communication of Cholera. (2da ed.). London.
- Sotirakou, C., Germanakos, P., Holzinger, A., & Mourlas, C. (Agosto, 2018). *Feedback matters! predicting the appreciation of online articles a data-driven approach*. Comunicación presentada en International Cross-Domain Conference, CD-MAKE 2018. doi:10.1007/978-3-319-99740-7\_10. Recuperada el 20 de diciembre de 2018 de: [https://www.researchgate.net/publication/327180482\\_Feedback\\_Matters\\_Predicting\\_the\\_Appreciation\\_of\\_Online\\_Articles\\_A\\_Data-Driven\\_Approach\\_Second\\_IFIP\\_TC\\_5\\_TC\\_8WG\\_84\\_89\\_TC\\_12WG\\_129\\_International\\_Cross-Domain\\_Conference\\_CD-MAKE\\_2018\\_Hamburg\\_Germany\\_Augu](https://www.researchgate.net/publication/327180482_Feedback_Matters_Predicting_the_Appreciation_of_Online_Articles_A_Data-Driven_Approach_Second_IFIP_TC_5_TC_8WG_84_89_TC_12WG_129_International_Cross-Domain_Conference_CD-MAKE_2018_Hamburg_Germany_Augu)
- Splendore, S., Di Salvo, P., Eberwein, T., Groenhart, H., Kus, M., & Porlezza, C. (2016). Educational strategies in data journalism: A comparative study of six european countries. *Journalism*, 17(1), 138-152. doi:10.1177/1464884915612683
- Stalph, F. (2018). Classifying data journalism: A content analysis of daily data-driven stories. *Journalism Practice*, 12(10), 1332-1350. doi:10.1080/17512786.2017.1386583
- Stalph, F., & Borges-Rey, E. (2018). Data journalism sustainability: An outlook on the future of data-driven reporting. *Digital Journalism*, 6(8), 1078-1089. doi:10.1080/21670811.2018.1503060

- Subires, M. (2016). *Herramientas y fuentes de información geográfica para el Periodismo de datos*. En *Periodismo de datos* (Blanco, E. & Quesada, M. Coord.), 267-292. Cuadernos Artesanos de Comunicación, CAC112. La Laguna (Tenerife): Latina.
- Suthaharan, S. (2014). Big data classification. *ACM SIGMETRICS Performance Evaluation Review*, 41(4),70-73.
- Tabary, C., Provost, A. -, & Trottier, A. (2016). Data journalism's actors, practices and skills: A case study from quebec. *Journalism*, 17(1), 66-84. doi:10.1177/1464884915593245
- Tandoc, E. C., & Oh, S. -. (2017). Small departures, big continuities?: Norms, values, and routines in the Guardian's big data journalism. *Journalism Studies*, 18(8), 997-1015. doi:10.1080/1461670X.2015.1104260
- Tejedor, L. (2011). *La transparencia del patrimonio e intereses económicos de los miembros del Ejecutivo y Legislativo bajo el análisis del Periodismo de Precisión y de Datos. El caso español comparado con los estadounidense y holandés* (Tesis doctoral, Univesidad Complutense de Madrid). Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/29564/> [05 de febrero. 2018]
- Tejedor, L. & Dader, J. L. (2011). The Caesar's Wealth before the Watchdog: A Precision Journalism analysis about financial transparency of Government Cabinet in Spain. *Estudios Sobre El Mensaje Periodistico*, 17(2), 431-455. doi:10.5209/rev\_ESMP.2011.v17.n2.38124
- Teruel Rodríguez, L. & Blanco Castilla, E. (2015). La incipiente apuesta por el periodismo de datos en el análisis político y electoral español: Las elecciones catalanas de 2015. En *La Pantalla Insomne*. Cuadernos Artesanos De Comunicación, 90, 1107-1128.

- Teruel Rodriguez, L., & Blanco Castilla, E. (2016). Data Journalism in Mainstream Spanish Press. *Tripodos*(38), 13-30.
- Thelwall, M., & Buckley, K. (2013). Topic-based sentiment analysis for the social web: The role of mood and issue-related words. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(8), 1608-1617. doi:10.1002/asi.22872
- Toujani, R., & Akaichi, J. (2018). Event news detection and citizens community structure for disaster management in social networks. *Online Information Review*. doi:10.1108/OIR-03-2018-0091
- Transparencia Internacional España. (2015). Índice de Percepción de la Corrupción 2015. <https://transparencia.org.es/ipc-2015/>
- Treadwell, G., Ross, T., Lee, A., & Lowenstein, J. K. (2016). A numbers game: Two case studies in teaching data journalism. *Journalism and Mass Communication Educator*, 71(3), 297-308. doi:10.1177/1077695816665215
- Tuchman, G. (1978). *Making News*. New York: Free Press.
- Tufte, E. (1997). *Visual Explanations*. Cheshire, United Kingdom: Graphics Press.
- Tunney, S., & Thomas, J. (2015). Public access to NHS financial information: From a freedom of information regime to full open-book governance? *Social Theory and Health*, 13(2), 116-140. doi:10.1057/sth.2014.19
- Uskali, T. I., & Kuutti, H. (2015). Models and Streams of Data Journalism. *The Journal of Media Innovations*, 2(1), 77. <https://doi.org/10.5617/jmi.v2i1.882>

- Vaataja, H. (2009). *User Experience of Mobile Systems and Services - A Case of Mobile News Journalism*. En VTT Symposia, 258. 438-441.
- Valencia, C. E. R., Becerra, M. H., & Gutierrez, I. M. (Julio, 2016). *One way to democratize access to information. Analysis of representative cases*. Comunicación presentada en *Iberian Conference on Information Systems and Technologies, CISTI 2016*. doi:10.1109/CISTI.2016.7521544.
- Vallance-Jones, F. (2013). Making Journalism better by Understanding Data. *Global Media Journal-Canadian Edition*, 6(1), 67-72.
- Vállez, M., & Codina, L. (2018). Periodismo computacional: Evolución, casos y herramientas. *El Profesional De La Informacion*, 27(4), 759-768. doi:10.3145/epi.2018.jul.05
- Van Dijk, T. (1991). *Racism and the press*. New York: Routledge.
- Varona, P.; Plaza, J.; Pulido, C. & Camarero, E. *Elementos clave del Periodismo de datos y la ciudadanía*. En *Periodismo de datos* (Blanco, E. & Quesada, M. Coord.), 39-64. Cuadernos Artesanos de Comunicación, CAC112. La Laguna (Tenerife): Latina.
- Veglis, A., & Bratsas, C. (2017). Reporters in the age of data journalism. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 6(2), 225-244. doi:10.1386/ajms.6.2.225\_1
- Vrabec, N. (2015). *Data Journalism As A Tool To Increase Media Literacy Among Media Professionals*. En J. Matus & D. Petranova (Eds.), *Marketing Identity: Digital Life*, Pt II, 544-552.

- Wang, Q. (2018). Dimensional field theory: The adoption of audience metrics in the journalistic field and cross-field influences. *Digital Journalism*, 6(4), 472-491. doi:10.1080/21670811.2017.1397526
- Ware, C. (2000). *Information Visualization*. Burlington, Massachusetts: Morgan Kaufmann.
- Weber, W., & Rall, H. (2012). *Data Visualization in Online Journalism and Its Implications for the Production Process*. En 2012 16th International Conference on Information Visualisation, 349–356, IEEE. <https://doi.org/10.1109/IV.2012.65>
- Weidler-Lewis, J., Hinojosa, L., Sommer, S., & Polman, J. L. (2016). *Organizing to cultivate personal relevance, science literacy, and equity through data journalism*. Comunicación presentada en International Conference of the Learning Sciences, ICLS, 2, 1177-1178.
- Weiss, A. S., & Retis-Rivas, J. (2018). ‘I Don’t like maths, That’s why I am in journalism’: Journalism student perceptions and myths about data journalism. *Asia Pacific Media Educator*, 28(1), 1-15. doi:10.1177/1326365X18780418
- Welbers, K., Opgenhaffen, M., & Janssens, M.-C. (2018). Scrapers, API's and data-archives: techniques for collecting digital news content. *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap*, 46(1), 25-40.
- Wiedemann, G., Yimam, S. M., & Biemann, C. (2018). New/s/leak 2.0 – multilingual information extraction and visualization for investigative journalism. *SocInfo*. doi:10.1007/978-3-030-01159-8\_30
- Wihbey, J. (2017). Journalists’ use of knowledge in an online world: Examining reporting habits, sourcing practices and institutional norms. *Journalism Practice*, 11(10), 1267-1282. doi:10.1080/17512786.2016.1249004

- William, James. (1890). *The principles of psychology*. New York: Holt.  
<https://archive.org/details/theprinciplesofp01jameuoft/page/n6>
- Wimmer, R. & Dominick, J. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch Casa Editorial, S.A.
- Wimmer, R. & Dominick, J. (2010) *Mass Media Research: An Introduction*. Boston: Cengage Learning.
- Wittkowski, J. (1984). *Das interview in der Psychologie. Interviewtechnik und codierung von interviewmaterial*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Wormer, H. (2007). Figures, statistics and the journalist: an affair between love and fear. *Asta-Advances in Statistical Analysis*, 91(4), 391-397. doi:10.1007/s10182-007-0041-2
- Wonsek, P. (1992). College basketball on television: A study of racism in the media. *Media, Culture, and Society*, 14, 449-461.
- Wright, S., & Doyle, K. (2018). The evolution of data journalism: A case study of australia. *Journalism Studies*, doi:10.1080/1461670X.2018.1539343
- Yang, F., & Du, Y. R. (2016). Storytelling in the age of big data:: Hong kong students' readiness and attitude towards data journalism. *Asia Pacific Media Educator*, 26(2), 148-162. doi:10.1177/1326365X16673168
- Yang, K., Ha, K. B., & 박현수. (2004). A Study on the Effect Degree of the Use of Computer Assisted Reporting on the User Satisfaction and Job Performance. *Journal of Information Technology Applications & Management*, 11(3), 117-136.

- Yang, M., Chen, S.-Z., Zhu, Y.-T., & Destech Publicat, I. (2017). Retrospect and Prospect of the Media Journalism. In *3rd International Conference on Education and Social Development*(Vol. 129, pp. 913-918).
- Young, M. L., & Hermida, A. (2015). FROM MR. AND MRS. OUTLIER TO CENTRAL TENDENCIES Computational journalism and crime reporting at the Los Angeles Times. *Digital Journalism*, 3(3), 381-397. doi:10.1080/21670811.2014.976409
- Young, M. L., Hermida, A., & Fulda, J. (2018). What makes for great data journalism?: A content analysis of data journalism awards finalists 2012–2015. *Journalism Practice*, 12(1), 115-135. doi:10.1080/17512786.2016.1270171
- Zago, G. (2009). Journalistic Application of Twitter: the creation of mashups. *Revista Mediacao*, 10(9). 67-79.
- Zanchelli, M., & Crucianelli, S. (2013). Integrando el periodismo de datos en las salas de redacción. *Knight International Center for Journalists, Washington*.
- Zhang, S., & Feng, J. (2018). A step forward?: Exploring the diffusion of data journalism as journalistic innovations in china. *Journalism Studies*, doi:10.1080/1461670X.2018.1513814
- Zhang, Y., Hua, W., & Yuan, S. (2018). Mapping the scientific research on open data: A bibliometric review. *Learned Publishing*, 31(2), 95-106. doi:10.1002/leap.1110
- Zhi, H. (2016). *Research on the Developmental Trend of Data Journalism under the Background and Time of Big data*. En Y. Kim (Ed.), *Proceedings of the 2016 2nd International Conference on Social Science and Technology Education*, Vol. 55, 456-461.

- Zhu, L., & Du, Y. R. (2018). Interdisciplinary learning in journalism: A hong kong study of data journalism education. *Asia Pacific Media Educator*, 28(1), 16-37. doi:10.1177/1326365X18780417
- 김경희, & 정희선. (2003). The Impact of Internet Media on news Documentary-Making Process. [인터넷과 Tv 시사다큐멘터리 프로그램 제작과정의 변화]. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 47(4), 5-135.
- 김진희, & 임종섭. (2016). A Study of the Characteristics and Definition of Data News in Terms of Finalists of Data Journalism Award from 2012 to 2015. [데이터 뉴스의 특성과 개념 정의에 대한 연구: 2012년부터 2015년 국제 데이터 저널리즘 시상식의 수상 콘텐츠를 중심으로]. *Communication Theories*, 12(2), 47-88.
- 남재일, & 오대영. (2018). A Study of Korean Investigative Reporters' Self-Evaluation on Practice Experience. [한국 탐사보도 실천경험에 관한 뉴스 생산자 인식 연구]. *Journal of Communication Science*, 18(3), 45-91. doi:10.14696/jcs.2018.09.18.3.45
- 이공희. (2017). Visualizing Korean economic statistics. [우리나라 경제통계 시각화의 현황과 과제]. *Journal of the Korean Data And Information Science Society*, 28(6), 1313-1325. doi:10.7465/jkdi.2017.28.6.1313
- 임종섭. (2016). A Study of Reporters' Perception of Data Journalism and Its Application. [취재기자의 데이터 저널리즘 인식과 활용에 관한 연구]. *Broadcasting & Communacation*, 17(3), 91-137.



정동우. (2016). A Probe for the Way of Data Journalism Development at the Newsrooms in Big data Era. [빅 데이터 시대의 데이터 저널리즘 전개 방향에 대한 모색]. *Studies of Korean Science*, 42(2), 165-207. doi:10.21732/skps.2016.74.165

최길수. (2015). An Analytical Study on the Data Journalism Infographic Cases. [데이터저널리즘 인포그래픽 사례분석 연구]. *A Treatise on The Plastic Media*, 18(3), 275-290.

### Referencias hemerográficas

Adsuara, Borja. (2015, 24 de septiembre). Encuentros en la tercera fase con los concejales de plataformas ciudadanas. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [https://blogs.elconfidencial.com/tecnologia/menos-tecnologia-y-mas-pedagogia/2015-09-24/encuentros-en-la-tercera-fase-con-los-concejales-de-plataformas-ciudadanas\\_1034086/](https://blogs.elconfidencial.com/tecnologia/menos-tecnologia-y-mas-pedagogia/2015-09-24/encuentros-en-la-tercera-fase-con-los-concejales-de-plataformas-ciudadanas_1034086/) [consultado: 26 de marzo. 2018]

Alarcón, María José. (2015, 24 de septiembre). Sanidad se compromete a que ningún paciente grave esté más de un mes en lista de espera quirúrgica. *Eldiario.es*. Recuperado de: [http://www.eldiario.es/murcia/politica/Sanidad-compromete-paciente-espera-quirurgica\\_0\\_434307734.html](http://www.eldiario.es/murcia/politica/Sanidad-compromete-paciente-espera-quirurgica_0_434307734.html) [consultado: 23 de marzo. 2018]

Altares, Guillermo. (2016, 13 de octubre). ¿Quiere saber qué contiene el móvil del primer ministro? Vaya a Suecia. *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/internacional/2016/10/07/actualidad/1475835552\\_123800.html](https://elpais.com/internacional/2016/10/07/actualidad/1475835552_123800.html) [consultado: 13 de marzo. 2018]

Anderica, V. (2013a, 11 de septiembre). Una Ley de Transparencia que no nos saca de la opacidad. *Eldiario.es*. Recuperado de:

[https://www.eldiario.es/zonacritica/ley\\_de\\_transparencia-opacidad-silencio\\_administrativo-derechos\\_fundamentales\\_6\\_174342577.html](https://www.eldiario.es/zonacritica/ley_de_transparencia-opacidad-silencio_administrativo-derechos_fundamentales_6_174342577.html) [consultado: 23 de mayo. 2018]

Arizmendi, Esther. (2015, 27 de septiembre). Preguntar ya no es de mala educación. *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/elpais/2015/09/27/opinion/1443366894\\_331351.html#?ref=rss&format=simple&link=link](https://elpais.com/elpais/2015/09/27/opinion/1443366894_331351.html#?ref=rss&format=simple&link=link) [consultado: 26 de marzo. 2018]

Avilés, Alicia. (2015a, 10 de diciembre). El tiempo medio de espera para operarse ha subido en casi cuatro días desde julio. *Eldiario.es*. Recuperado de: [http://www.eldiario.es/clm/tiempo-medio-espera-operarse-subido\\_0\\_461254448.html](http://www.eldiario.es/clm/tiempo-medio-espera-operarse-subido_0_461254448.html) [consultado: 21 de marzo. 2018]

Avilés, Alicia. (2015b, 15 de diciembre). La futura Ley de Transparencia será el único cuerpo legal en esta materia. *Eldiario.es*. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/clm/inspeccion-normativa-publicidad-Ley-Transparencia\\_0\\_463003964.html](https://www.eldiario.es/clm/inspeccion-normativa-publicidad-Ley-Transparencia_0_463003964.html) [consultado: 21 de marzo. 2018]

Barbería, José Luis. (2015, 14 de diciembre). Ahora no pocos políticos comen del menú del ministerio. *El País*. Recuperado de: <http://uc3m.mynews.es/hu/document/EPM201512143754/> [consultado: 21 de marzo. 2018]

Becerro, Manuel. (2015, 13 de septiembre). El imputado Zarrías seguirá hasta febrero cobrando del Congreso. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/andalucia/2015/09/13/55f49a45ca4741af6d8b4591.html> [consultado: 21 de marzo. 2018]

- Belber, Marta. (2015, 23 de noviembre). Los concejales de Madrid sólo podrán reunirse con 'lobbies' identificados. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/madrid/2015/11/23/5653017e46163f853b8b45df.html> [consultado: 21 de marzo. 2018]
- Beltran, Adolf. (2015, 20 de diciembre). Nos hemos encontrado una comunidad enferma y le estamos sirviendo de UCI. *Eldiario.es*. Recuperado de: [http://www.eldiario.es/cv/Transparencia-Manuel\\_Alcaraz-Politica-Valencia\\_0\\_454255309.html](http://www.eldiario.es/cv/Transparencia-Manuel_Alcaraz-Politica-Valencia_0_454255309.html) [consultado: 26 de marzo. 2018]
- Belyeu, F.; Galán, J. & Pejenaute, L. (2015, 27 de marzo). Más de 90 empresas fueron a la quiebra tras recibir 4,5 millones de fondos FEDER. *El Confidencial*. [online] Available at: [http://www.elconfidencial.com/espana/2015-03-25/fondos-feder-concurso-acreedores-madrid\\_727692/](http://www.elconfidencial.com/espana/2015-03-25/fondos-feder-concurso-acreedores-madrid_727692/) [Accessed 23 Jun. 2015].
- Bradshaw, P. (2011). The Inverted Pyramid of Data Journalism. *Online Journalism Blog*. [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://onlinejournalismblog.com/2011/07/08/the-inverted-pyramid-of-data-journalism-in-spanish/>
- Cabrera, Miguel. (2015, 02 de septiembre). Levantaremos las alfombras si hay irregularidades del equipo anterior. *El mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/andalucia/2015/09/02/55e6d520ca4741485b8b457c.html> [consultado: 26 de marzo. 2018]
- Caraballo, Javier. (2015, 17 de diciembre). Enchufismo, marca España. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [https://blogs.elconfidencial.com/espana/matacan/2015-12-17/enchufismo-marca-espana\\_1122077/](https://blogs.elconfidencial.com/espana/matacan/2015-12-17/enchufismo-marca-espana_1122077/) [consultado: 26 de marzo. 2018]

Cardero, Nacho. (2015, 23 de noviembre). Iñaki Urdangarin no lee a Séneca (o por qué Zarzuela abjura de un pacto con la Fiscalía). *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [http://blogs.elconfidencial.com/espana/caza-mayor/2015-11-23/inaki-urdangarin-no-lee-a-seneca-o-por-que-zarzuela-abjura-de-un-pacto-con-la-fiscalia\\_1104436/](http://blogs.elconfidencial.com/espana/caza-mayor/2015-11-23/inaki-urdangarin-no-lee-a-seneca-o-por-que-zarzuela-abjura-de-un-pacto-con-la-fiscalia_1104436/) [consultado: 23 de marzo. 2018]

Carrillo, Fran. (2015, 30 de septiembre). Carmena ya no quiere a Podemos. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [https://blogs.elconfidencial.com/espana/en-la-cocina-de-la-campana/2015-09-30/carmena-ya-no-quiere-a-podemos\\_1042305/](https://blogs.elconfidencial.com/espana/en-la-cocina-de-la-campana/2015-09-30/carmena-ya-no-quiere-a-podemos_1042305/) [consultado: 26 de marzo. 2018]

Causapié, Purificación. (2015, 29 de agosto). Ilusiones y retos. *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/ccaa/2015/08/29/madrid/1440802187\\_222371.html?ref=rss&format=simple&link=link](https://elpais.com/ccaa/2015/08/29/madrid/1440802187_222371.html?ref=rss&format=simple&link=link) [consultado: 26 de marzo. 2018]

Corpas, Andrés. (2015, 11 de diciembre). “Presuntas prácticas corruptas”. *El Mundo*. Recuperado de: <http://uc3m.mynews.es/hu/document/EMM201512114141/> [consultado: 21 de marzo. 2018]

De La Nuez, Elisa. (2015, 21 de agosto). Honestidad intelectual y conflicto de intereses. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/opinion/2015/08/21/55d6089346163fe3638b4599.html> [consultado: 26 de marzo. 2018]

De la Torre, Noa. (2015, 11 de octubre). El nuevo negocio de la transparencia. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2015/10/11/56194f1ce2704ec67a8b45b0.html> [consultado: 23 de marzo. 2018]

- EFE. (2015a, 16 de julio). Castellón presenta ante Alcaraz el primer modelo de transparencia. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2015/07/16/55a7f012268e3ece4c8b459a.html> [consultado: 21 de marzo. 2018]
- EFE. (2015b, 9 de diciembre). El Consell publicará gastos de viajes, retribuciones, regalos y subvenciones. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2015/12/09/56686796e2704e56078b462b.html> [consultado: 21 de marzo. 2018]
- EFE. (2015c, 16 de septiembre). Afonso reconoce la falta de medios humanos y materiales en la administración de Justicia canaria. *Eldiario.es*. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/canariasahora/politica/Afonso-reconoce-materiales-administracion-Justicia\\_0\\_431507758.html](https://www.eldiario.es/canariasahora/politica/Afonso-reconoce-materiales-administracion-Justicia_0_431507758.html) [consultado: 21 de marzo. 2018]
- EFE. (2015d, 20 de agosto). Presidencia aumenta presupuesto del CNI por amenaza del terrorismo yihadista. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/espana/2015/08/20/55d6147b46163fe1638b4594.html> [consultado: 21 de marzo. 2018]
- EFE. (2015e, 15 de diciembre). Podemos propone medidas para retirar el cargo a quien no cumpla sus compromisos electorales. *Eldiario.es*. Recuperado de: [http://www.eldiario.es/norte/euskadi/Podemos-propone-retirar-compromisos-electorales\\_0\\_463004608.html](http://www.eldiario.es/norte/euskadi/Podemos-propone-retirar-compromisos-electorales_0_463004608.html) [consultado: 21 de marzo. 2018]
- EFE. (2015f, 21 de noviembre). Las nóminas de los diputados de la Asamblea de Madrid: desde los 1.000 euros hasta más de 5.000. *El Mundo*. Recuperado de:

<http://www.elmundo.es/madrid/2015/11/21/5650342e22601de2638b460b.html>

[consultado: 21 de marzo. 2018]

Elconfidencial.com. Las diez noticias más importantes de España e Internacional del 10 de diciembre de 2015. (2015a, 10 de diciembre). *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [https://www.elconfidencial.com/espana/2015-12-10/las-diez-noticias-mas-importantes-de-espana-e-internacional-del-10-de-diciembre-de-2015\\_1117802/](https://www.elconfidencial.com/espana/2015-12-10/las-diez-noticias-mas-importantes-de-espana-e-internacional-del-10-de-diciembre-de-2015_1117802/)

[consultado: 21 de marzo. 2018]

Elconfidencial.com. (2015b, 10 de diciembre). Las trabas de las instituciones llevan al cierre del primer portal pro-Transparencia español. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [https://www.elconfidencial.com/sociedad/2015-12-10/cierre-tu-derecho-a-saber-portal-transparencia-espanol\\_1117508/](https://www.elconfidencial.com/sociedad/2015-12-10/cierre-tu-derecho-a-saber-portal-transparencia-espanol_1117508/) [consultado: 21 de marzo. 2018]

Elconfidencial.com. (2015c, 10 de diciembre). Carmena admite la realización de dos pagos de 60.000 euros en metálico. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [https://www.elconfidencial.com/espana/madrid/2015-12-10/carmena-admite-la-realizacion-de-dos-pagos-de-60-000-euros-en-metalico\\_1118292/](https://www.elconfidencial.com/espana/madrid/2015-12-10/carmena-admite-la-realizacion-de-dos-pagos-de-60-000-euros-en-metalico_1118292/) [consultado: 21 de marzo. 2018]

Elconfidencial.lab. (2015a, 10 de diciembre). Así son las propuestas en transparencia para el 20D: nuestro voto, a Podemos. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [http://blogs.elconfidencial.com/comunicacion/el-blog-del-laboratorio/2015-12-10/transparencia-pp-psoe-ciudadanos-podemos-unidad-popular-elecciones-generales-20d\\_1117403/](http://blogs.elconfidencial.com/comunicacion/el-blog-del-laboratorio/2015-12-10/transparencia-pp-psoe-ciudadanos-podemos-unidad-popular-elecciones-generales-20d_1117403/) [consultado: 23 de marzo. 2018]

Elconfidencial.lab. (2015b, 02 de septiembre). Descubre cuántos viajes (oficiales) al extranjero ha realizado el Gobierno. *Elconfidencial.com*. Recuperado de:

[http://uc3m.mynews.es/hu/noticias/?dre=O01201509020049&tipus=url&id\\_client=](http://uc3m.mynews.es/hu/noticias/?dre=O01201509020049&tipus=url&id_client=)  
[consultado: 23 de marzo. 2018]

Eldiario.es. (2015a, 10 de agosto). El Portal de la Transparencia del gobierno se actualiza 24 horas después de una información de eldiario.es. *Eldiario.es*. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/redaccion/Portal-Transparencia-actualiza-informacion-eldiarioes\\_6\\_418618154.html](https://www.eldiario.es/redaccion/Portal-Transparencia-actualiza-informacion-eldiarioes_6_418618154.html) [consultado: 21 de marzo. 2018]

Eldiario.es. (2015b, 08 de diciembre). Cantabria no está preparada para aplicar la Ley de Transparencia a dos días de su entrada en vigor. *Eldiario.es*. Recuperado de: [http://www.eldiario.es/norte/cantabria/ultima-hora/Ley-Transparencia-entra-vigor-semana\\_0\\_460554172.html](http://www.eldiario.es/norte/cantabria/ultima-hora/Ley-Transparencia-entra-vigor-semana_0_460554172.html) [consultado: 23 de marzo. 2018]

Eldiario.es. (2015c, 11 de diciembre). RTVCM destina un 11% menos a sueldos de directivos desde septiembre. *Eldiario.es*. Recuperado de: [http://www.eldiario.es/clm/RTVCM-destina-sueldos-directivos-septiembre\\_0\\_461604079.html](http://www.eldiario.es/clm/RTVCM-destina-sueldos-directivos-septiembre_0_461604079.html) [consultado: 23 de marzo. 2018]

Eldiario.es. (2015d, 15 de diciembre). Fernando Valladares: Para ciertas cosas del cambio climático podría ser tarde. *Eldiario.es*. Recuperado de: [http://www.eldiario.es/preguntame/Fernando-Valladares-Medio-Ambiente-pertenece\\_0\\_438857023.html](http://www.eldiario.es/preguntame/Fernando-Valladares-Medio-Ambiente-pertenece_0_438857023.html) [consultado: 26 de marzo. 2018]

Eldiarioclm.es. (2015, 14 de diciembre). Un redactor de deportes ganó más de 400.000 euros durante la época de Nacho Villa. *Eldiario.es*. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/clm/redactor-deportes-euros-Nacho-Villa\\_0\\_462653796.html](https://www.eldiario.es/clm/redactor-deportes-euros-Nacho-Villa_0_462653796.html) [consultado: 21 de marzo. 2018]

El Mundo. (2015a, 20 de junio). La regulación del 'lobby' es una saludable iniciativa de transparencia institucional. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/opinion/2015/06/20/558460a046163fc71e8b4593.html> [consultado: 23 de marzo. 2018]

El Mundo. (2015b, 06 de diciembre). La endogamia en los partidos frustra la regeneración. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/opinion/2015/12/06/566339cae2704ee62c8b4668.html> [consultado: 23 de marzo. 2018]

El Mundo. (2015c, 19 de diciembre). Un voto para una España unida, plural y regenerada. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/opinion/2015/12/19/5674649046163f76448b45ce.html> [consultado: 23 de marzo. 2018]

El Mundo. (2015d, 05 de noviembre). Propuestas para la regeneración democrática. *El Mundo*. Recuperado de: <http://uc3m.mynews.es/hu/document/EMM201511054011/> [consultado: 26 de marzo. 2018]

El País. (2015, 16 de diciembre). La ciencia pública española es madura. Permítannos ejercer con madurez. *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/elpais/2015/12/16/ciencia/1450274614\\_384760.html](https://elpais.com/elpais/2015/12/16/ciencia/1450274614_384760.html) [Consultado: 21 de marzo. 2018]

Entrena, Rafael. (2015a, 06 de agosto). Lobbies' y transparencia: una combinación difícil. *El Mundo*. Recuperado de: <http://uc3m.mynews.es/hu/document/EMM201508061034/> [consultado: 26 de marzo. 2018]



- Entrena, Rafael. (2015b, 22 de junio). La transparencia: propuestas y realidades. *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/ccaa/2015/06/19/catalunya/1434741265\\_991459.html?ref=rss&format=simple&link=link](https://elpais.com/ccaa/2015/06/19/catalunya/1434741265_991459.html?ref=rss&format=simple&link=link) [consultado: 26 de marzo. 2018]
- Escolar, Ignacio. (2015, 18 de septiembre). Las cuentas de eldiario.es en su tercer aniversario. *Eldiario.es*. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/escolar/cuentas-eldiarioes-tercer-aniversario\\_6\\_431916832.html](https://www.eldiario.es/escolar/cuentas-eldiarioes-tercer-aniversario_6_431916832.html) [consultado: 23 de marzo. 2018]
- EP. (2014, 20 de abril). Cifras de la corrupción en España: 1.700 causas, más de 500 imputados y sólo 20 en prisión. *The Huffingtonpost*. Recuperado de: [https://www.huffingtonpost.es/2014/04/20/cifras-corrupcion-espana\\_n\\_5181256.html?ec\\_carp=1815078613763732200](https://www.huffingtonpost.es/2014/04/20/cifras-corrupcion-espana_n_5181256.html?ec_carp=1815078613763732200) [12 de febrero. 2018]
- EP. (2015a, 3 de diciembre). Biscaytik reúne a representantes municipales y expertos en una jornada sobre protección de datos en el ámbito local. *Eldiario.es*. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/norte/euskadi/Biscaytik-representantes-municipales-expertos-proteccion\\_0\\_458804866.html](https://www.eldiario.es/norte/euskadi/Biscaytik-representantes-municipales-expertos-proteccion_0_458804866.html) [consultado: 21 de marzo. 2018]
- EP. (2015b, 22 de septiembre). La presidenta del Consejo de Transparencia comparece mañana en el Congreso, diez meses después de su nombramiento. *Eldiario.es*. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/politica/presidenta-Consejo-Transparencia-Congreso-nombramiento\\_0\\_433607554.html](https://www.eldiario.es/politica/presidenta-Consejo-Transparencia-Congreso-nombramiento_0_433607554.html) [consultado: 21 de marzo. 2018]
- EP. (2015c, 23 de octubre). Ahora Madrid, PSOE y C's publicarán sus bienes, recogidos ya por el Ayuntamiento, mientras el PP optaría por otro modelo. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/madrid/2015/10/23/562a7b5622601d88188b4581.html> [consultado: 23 de marzo. 2018]

Escudero, Jesús. (2015, 13 de julio). La cultura de la transparencia no existe en España. Hay que cambiar la mentalidad. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [https://www.elconfidencial.com/espana/2015-07-13/entrevista-esther-arizmendi-consejo-transparencia\\_923869/](https://www.elconfidencial.com/espana/2015-07-13/entrevista-esther-arizmendi-consejo-transparencia_923869/) [consultado: 19 de marzo. 2018]

Esteban, Paloma. (2015, 09 de septiembre). Conthe deja su sello en C's: revolución en la CNMV y transformar Competencia. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [http://uc3m.mynews.es/hu/noticias/?dre=O01201509090782&tipus=url&id\\_client=](http://uc3m.mynews.es/hu/noticias/?dre=O01201509090782&tipus=url&id_client=) [consultado: 23 de marzo. 2018]

Fernández, David. (2015a, 16 de diciembre). El director de Telemadrid no tendrá límite de gasto si no lo fijan los nuevos consejeros. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [https://www.elconfidencial.com/comunicacion/2015-12-16/el-director-de-telemadrid-no-tendra-limite-de-gasto-si-no-lo-fija-el-consejo-de-administracion\\_1121386/](https://www.elconfidencial.com/comunicacion/2015-12-16/el-director-de-telemadrid-no-tendra-limite-de-gasto-si-no-lo-fija-el-consejo-de-administracion_1121386/) [consultado: 21 de marzo. 2018]

Fernández, David. (2015b, 07 de noviembre). Hacia una nueva información financiera. *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/economia/2015/11/06/actualidad/1446805285\\_258535.html](https://elpais.com/economia/2015/11/06/actualidad/1446805285_258535.html) [consultado: 23 de marzo. 2018]

Ferrandis, Joaquín. (2015, 10 de diciembre). Alcaraz: Queremos acabar con los vestigios del nacionalcatolicismo. *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/ccaa/2015/10/10/valencia/1444471166\\_455718.html#?ref=rss&format=simple&link=link](https://elpais.com/ccaa/2015/10/10/valencia/1444471166_455718.html#?ref=rss&format=simple&link=link) [consultado: 26 de marzo. 2018]

Gaibar, L. (2015). El periodismo de datos, un creciente campo de especialización [Entrada de blog]. En *España, en cifras*. Recuperado de:

<http://mip.umh.es/blog/2015/05/17/periodismo-datos-antonio-delgado/> [consultado: 27 de diciembre de 2018]

García, J. (2018, 5 de septiembre). El Defensor del Pueblo critica que la Ley de Transparencia omite a los ayuntamientos. *La Verdad*. Recuperado de: <https://www.laverdad.es/murcia/defensor-pueblo-critica-20180905004650-ntvo.html> [consultado: 27 de diciembre de 2018]

Gómez, Ana. (2015a, 20 de julio). Lo que nunca saldrá a la luz pese a la Ley de Transparencia. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [https://www.elconfidencial.com/espana/2015-07-20/ley-de-transparencia-reclamaciones-foi-solicitudes-de-informacion\\_932734/](https://www.elconfidencial.com/espana/2015-07-20/ley-de-transparencia-reclamaciones-foi-solicitudes-de-informacion_932734/) [consultado: 23 de marzo. 2018]

Gómez, Ana. (2015b, 4 de agosto). Los nuevos Ejecutivos de Madrid intentan ponerse las pilas con la transparencia. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [http://uc3m.mynews.es/hu/noticias/?dre=001201508040064&tipus=url&id\\_client=](http://uc3m.mynews.es/hu/noticias/?dre=001201508040064&tipus=url&id_client=) [consultado: 23 de marzo. 2018]

González-Ruibal, A., González-García, C., González-Perez, C. & 500+ personas en <http://unhappypsicresearchers.wordpress.com/>. (2015, 16 de diciembre). La ciencia pública española es madura. Permítannos ejercer con madurez. *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/elpais/2015/12/16/ciencia/1450274614\\_384760.html](https://elpais.com/elpais/2015/12/16/ciencia/1450274614_384760.html) [consultado: 21 de marzo. 2018]

Grasso, Daniele. (2015, 06 de noviembre). RTVE elude al Consejo de Transparencia y oculta las facturas de Eurovisión. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2015-11-06/rtve-consejo-de-transparencia-oculta-gastos-eurovision\\_1083749/](http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2015-11-06/rtve-consejo-de-transparencia-oculta-gastos-eurovision_1083749/) [consultado: 23 de marzo. 2018]

- Güell, Oriol & Vidal, Neus. (2015, 21 de septiembre). La Ley de Transparencia de Mas mantiene opacas las donaciones. *El País*. Recuperado de: <http://uc3m.mynews.es/hu/document/EPM201509218705/> [consultado: 23 de marzo. 2018]
- Harguinde, Ángel. (2015, 21 de agosto). El averno. *El País*. Recuperado de: <http://blogs.elpais.com/tv-blog/2015/08/el-lobo.html> [consultado: 23 de marzo. 2018]
- Herrero-Beaumont, Elena. (2015, 12 de diciembre). La transparencia del nuevo poder. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [https://blogs.elconfidencial.com/espana/rincon-de-transparencia/2015-12-12/la-transparencia-del-nuevo-poder\\_1119051/](https://blogs.elconfidencial.com/espana/rincon-de-transparencia/2015-12-12/la-transparencia-del-nuevo-poder_1119051/) [consultado: 26 de marzo. 2018]
- Junquera, N. & Marcos, J. (2015, 16 de diciembre). Los partidos se vuelcan en el voto de las mujeres, que suman el 62% de los indecisos. *El País*. Recuperado de: <http://uc3m.mynews.es/hu/document/EPM201512166543/> [consultado: 23 de marzo. 2018]
- Marín, Kike. (2015, 22 de octubre). La FIFA acaba con la impunidad de Villar, algo que no se ha hecho nunca en España. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [http://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2015-10-22/angel-maria-villar-fifa-uefa-gorka-platini-blatter-rfef\\_1067880/](http://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2015-10-22/angel-maria-villar-fifa-uefa-gorka-platini-blatter-rfef_1067880/) [consultado: 23 de marzo. 2018]
- Martín, Javier. (2015a, 15 de julio). José Folgado, el político que sonrojó a los empresarios. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [https://blogs.elconfidencial.com/espana/tribuna/2015-07-15/jose-folgado-el-politico-que-sonrojo-a-los-empresarios\\_927553/](https://blogs.elconfidencial.com/espana/tribuna/2015-07-15/jose-folgado-el-politico-que-sonrojo-a-los-empresarios_927553/) [consultado: 23 de marzo. 2018]

- Martín, Javier. (2015b, 19 de septiembre). A propósito de la financiación de las fundaciones políticas. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [https://blogs.elconfidencial.com/espana/tribuna/2015-09-19/a-proposito-de-la-financiacion-de-las-fundaciones-politicas\\_1024934/](https://blogs.elconfidencial.com/espana/tribuna/2015-09-19/a-proposito-de-la-financiacion-de-las-fundaciones-politicas_1024934/) [consultado: 23 de marzo. 2018]
- Meyer, P. (2011, 9 de diciembre). Riot theory is relative. *The Guardian*. Recueprado de: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2011/dec/09/riot-theory-relative-detroit-england> [consultado: 30 de mayo. 2018]
- Morales de Labra, J. (2015a, 12 de julio). La persecución del Gobierno a la energía solar es ya obsesiva. *Eldiario.es*. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/zonacritica/persecucion-Gobierno-energia-solar-obsesiva\\_6\\_407769231.html](https://www.eldiario.es/zonacritica/persecucion-Gobierno-energia-solar-obsesiva_6_407769231.html) [consultado: 23 de marzo. 2018]
- Morales de Labra, J. (2015b, 29 de agosto). ¿Quién iba a decir que un simple panel solar iba a destapar las vergüenzas del sector eléctrico? *Eldiario.es*. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/zonacritica/iba-simple-destapar-vergüenzas-electrico\\_6\\_425267485.html](https://www.eldiario.es/zonacritica/iba-simple-destapar-vergüenzas-electrico_6_425267485.html) [consultado: 23 de marzo. 2018]
- Moreno, Antonio. (2015, 17 de diciembre). Colau aumenta la subvención al memorial a los caídos en 1714. *El Mundo*. Recuperado de: <http://uc3m.mynews.es/hu/document/EMM201512171084/> [consultado: 23 de marzo. 2018]
- Muro, J. (2014, 16 de diciembre). Primer balance de una experiencia pionera. *2IP*. Recueprado de: <http://www.2ip.es/una-iniciativa-de-exito/> [consultado: 13 de diciembre. 2018]
- Navas, José Antonio. (2015, 14 de diciembre). El Ibex ante el 20-D: temor a un Gobierno débil y terror a un cambio generacional. *Elconfidencial.com*.

- Peirano, Marta. (2015, 2 de noviembre) #FCForum15: Herramientas para salvar el mundo. *Eldiario.es*. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/tecnologia/FCForum15-Decalogo-proteccion-denunciantes\\_0\\_447255434.html](https://www.eldiario.es/tecnologia/FCForum15-Decalogo-proteccion-denunciantes_0_447255434.html) [consultado: 21 de marzo. 2018]
- Pérez, Moisés. (2015, 08 de octubre). Las víctimas del metro y Raimon condecorados con la alta distinción de la Generalitat. *Eldiario.es*. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/cv/victimas-Raimon-condecorados-distincion-Generalitat\\_0\\_439206513.html](https://www.eldiario.es/cv/victimas-Raimon-condecorados-distincion-Generalitat_0_439206513.html) [consultado: 26 de marzo. 2018]
- Pérez, Lomas & Gómez. (2015, 11 de diciembre). Cartas al director. *El Mundo*. Recuperado de: <http://uc3m.mynews.es/hu/document/EMM201512114015/> [consultado: 26 de marzo. 2018]
- Ríos, Pere. (2015, 25 de septiembre). La alargada sombra del 3%. *El País*. Recuperado de: [http://ccaa.elpais.com/ccaa/2015/09/24/catalunya/1443129876\\_658594.html](http://ccaa.elpais.com/ccaa/2015/09/24/catalunya/1443129876_658594.html) [consultado: 26 de marzo. 2018]
- Rogers, S. (31 de enero, 2011). Wikileaks data journalism: how we handled the data. *The Guardian*. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/news/datablog/2011/jan/31/wikileaks-data-journalism> [consultado: 13 de mayo. 2017]
- Rogers, S. (2013). John Snow's data journalism: the cholera map that changed the world. *The Guardian*. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/news/datablog/2013/mar/15/john-snow-cholera-map> [consultado: 13 de mayo. 2017]

- Rojas, J. (2014, 25 de mayo). Álex Grijelmo: "Quizás el Libro de estilo de El País ha influido más de lo que nosotros mismos deseábamos". *Periodismo deportivo de calidad*. Recuperado de: <http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com/2014/05/alex-grijelmo-quizas-el-libro-de-estilo.html> [consultado: 14 de mayo. 2018]
- Rowan, Jaron & Jiménez, Pedro. (2015a, 16 de diciembre). De la propiedad Intelectual al estatuto de artista: la cultura que prometen los partidos en cinco grandes hits. *Eldiario.es*. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/cultura/politicas\\_culturales/Hablar-cultura-promesas-electorales-greatest\\_0\\_463354468.html](https://www.eldiario.es/cultura/politicas_culturales/Hablar-cultura-promesas-electorales-greatest_0_463354468.html) [consultado: 21 de marzo. 2018]
- Rowan, Jaron & Jiménez, Pedro. (2015b, 17 de diciembre). Los cinco proyectos de cultura de los que no hablan los cinco partidos. *Eldiario.es*. Recuperado de: [http://www.eldiario.es/cultura/proyectos-cultura-hablan-partidos\\_0\\_463004191.html](http://www.eldiario.es/cultura/proyectos-cultura-hablan-partidos_0_463004191.html) [consultado: 23 de marzo. 2018]
- Salvador, Antonio. (2015, 1 de diciembre). El auditor avisa desde 2013 del descontrol en los gastos de Sáez. *El Mundo*. Recuperado de: <http://uc3m.mynews.es/hu/document/EMM201512184166/> [consultado: 23 de marzo. 2018]
- Sánchez, Carlos. (2015, 18 de diciembre). Rebelión interna en el INE: un sindicato pone en solfa las prácticas del presidente. *Elconfidencial.com*. Recuperado de: [https://www.elconfidencial.com/economia/2015-12-18/rebelion-en-estadistica-contra-su-presidente-a-quien-acusan-de-manipulacion\\_1122825/](https://www.elconfidencial.com/economia/2015-12-18/rebelion-en-estadistica-contra-su-presidente-a-quien-acusan-de-manipulacion_1122825/) [consultado: 23 de marzo. 2018]

Sanclemente, José. (2015, 16 de julio). El control político de los medios de comunicación. *Eldiario.es*. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/zonacritica/control-politico-medios-comunicacion\\_6\\_409869024.html](https://www.eldiario.es/zonacritica/control-politico-medios-comunicacion_6_409869024.html) [consultado: 23 de marzo. 2018]

Servera, V. (2012, 12 de junio). Periodismo De Datos: “He Visto Su Poder y Lo Quiero”, Entrevista A Mar Cabra. *UOC.Elperiodico.com*. Recuperado de: <http://uoc2012.elperiodico.com/2012/06/12/periodismo-de-datos-he-visto-supoder-y-lo-quiero/> [consultado: 19 de febrero. 2016]

Sevillano, Elena. (2015a, 15 de julio). Casi el 30% de peticiones al portal de transparencia se quedan sin respuesta. *El País*. Recuperado de: [https://politica.elpais.com/politica/2015/07/14/actualidad/1436904473\\_815771.html](https://politica.elpais.com/politica/2015/07/14/actualidad/1436904473_815771.html) [consultado: 23 de marzo. 2018]

Sevillano, Elena. (2015b, 22 de julio). El PSOE pide que Alonso informe sobre los expertos de la hepatitis C. *El País*. Recuperado de: [https://politica.elpais.com/politica/2015/07/22/actualidad/1437592012\\_521370.html?ref=rss&format=simple&link=link](https://politica.elpais.com/politica/2015/07/22/actualidad/1437592012_521370.html?ref=rss&format=simple&link=link) [consultado: 23 de marzo. 2018]

Sevillano, Elena. (2016, 6 de enero). Una Ley de Transparencia que no nos saca de la opacidad. *El País*. Recueprado de: [https://elpais.com/politica/2015/12/19/actualidad/1450481674\\_349891.html](https://elpais.com/politica/2015/12/19/actualidad/1450481674_349891.html) [consultado: 23 de marzo. 2018]

Silió, Elisa. (2015, 12 de diciembre). La Asamblea designará un tribunal que vele por la buena gestión pública. *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/ccaa/2015/12/11/madrid/1449859420\\_665542.html](https://elpais.com/ccaa/2015/12/11/madrid/1449859420_665542.html) [consultado: 21 de marzo. 2018]



Terrasa, R. (2015, 01 de octubre). ¿Se le puede regalar un velero de 50.000 euros a Don Juan Carlos? *El Mundo*. Recuperado de:

<http://www.elmundo.es/loc/2015/10/01/560d2451ca4741d12a8b457a.html>

[consultado: 23 de marzo. 2018]

Treceño, Jaime G. (2015, 23 de noviembre). Transparencia con pegas. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/madrid/2015/11/23/56533ca2e2704e88168b45d4.html>

[consultado: 23 de marzo. 2018]

Ventura, B. (2013). Los siete puntos oscuros de la Ley de Transparencia. [Entrada de blog].

En *Borjaventura.com*. Recueprado de: <http://borjaventura.com/terra/los-siete-puntos-oscuros-de-la-ley-de-transparencia/> [consultado: 12 de diciembre de 2015]

Vallespín, Ivanna. (2015, 2 de julio). Mas declara 400.000 euros en ahorros y acciones. *El País*. Recuperado de:

[https://elpais.com/ccaa/2015/07/02/catalunya/1435789390\\_496433.html](https://elpais.com/ccaa/2015/07/02/catalunya/1435789390_496433.html) [consultado:

21 de marzo. 2018]

Xnet. (2015, 12 de noviembre). Protejamos a los denunciantes y alertadores. *El confidencial.com*. Recuperado de: [https://blogs.elconfidencial.com/espana/el-buzon-de-xnet/2015-11-12/decalogo-proteccion-denunciantes-alertadores-xnet\\_1092922/](https://blogs.elconfidencial.com/espana/el-buzon-de-xnet/2015-11-12/decalogo-proteccion-denunciantes-alertadores-xnet_1092922/)

[consultado: 26 de marzo. 2018]

## Otras referencias

Academia.edu. (2019). *Turo Uskali*. Recuperado de: <https://jyu.academia.edu/TuroUskali>

[consultado: 7 de enero. 2019]

Access Info Europe. (2010). ¿Por qué el derecho de acceso a archivos y registros recogido en la legislación española no es un derecho de acceso a la información? [Informe].

Recuperado de: [http://www.access-info.org/wp-content/uploads/Anlisis\\_9\\_principios\\_y\\_legislacin\\_espaola.odt](http://www.access-info.org/wp-content/uploads/Anlisis_9_principios_y_legislacin_espaola.odt)

Access Info Europe. (S.F.). Recuperado de: <https://www.access-info.org/es/about-us> [consultado: 5 de enero. 2019]

Anderica, V. (2013b, 14 de octubre). Los tres puntos más oscuros de la Ley de Transparencia. [Vídeo]. En *La Sexta*. Recuperado de: [https://www.lasexta.com/programas/el-objetivo/poder-ciudadano/tres-puntos-oscuros-ley-transparencia\\_20131014572726354beb28d44602bb88.html](https://www.lasexta.com/programas/el-objetivo/poder-ciudadano/tres-puntos-oscuros-ley-transparencia_20131014572726354beb28d44602bb88.html) [consultado: 15 de febrero de 2017]

Anderica, V. & Cabo, D. (2013, 1 de febrero). Victoria Anderica y David Cabo, Ley de Transparencia. [Vídeo]. En *Periodista digital*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=oJ389sdj0uE> [consultado: 1 de diciembre de 2018]

Arizona State University. (S.F.). Steve Doig. Recuperado de: <https://cronkite.asu.edu/about/faculty-and-leadership/faculty/doigbio> [consultado: 1 de febrero de 2019]

BOE. (1992). Ley 30/1992, de 26 de noviembre de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1992-26318>

BOE. (2013). Ley 19/2013 de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887>

CI/004/2015. (2015). Criterio interpretativo CI/004/2015 de 23 de julio de 2015. Publicidad activa de los datos del DNI y de la firma manuscrita. Recuperado de: [www.consejodetransparencia.es/dam/jcr:936f611d.../C4\\_2015\\_firma\\_manuscrita.pdf](http://www.consejodetransparencia.es/dam/jcr:936f611d.../C4_2015_firma_manuscrita.pdf)

- Dader, J.L. (20 de octubre, 2016). Entrevista con José Luis Dader [20161020\_001DADER.m4a]
- DOCE. (2001). Reglamento (CE) nº 1049/2001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2001, relativo al acceso del público a los documentos del Parlamento Europeo, del Consejo y de la Comisión. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2001-81331>
- Eldiario.es. (2014). *Las muertes de Ceuta - Proyecto multimedia documental de Eldiario.es*. Recuperado de: <http://lasmuertesdeceuta.Eldiario.es/home.html> [Consultado: 16 de febrero. 2017].
- Eldiario.es. (2018) Belén Picazo en *Autores*. Eldiario.es. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/autores/belen\\_picazo/](https://www.eldiario.es/autores/belen_picazo/) [Consultado: 14 de marzo. 2018]
- Eldiario.es. (2019). David Ruiz López en *Autores*. Eldiario.es. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/autores/david\\_ruiz\\_lopez/](https://www.eldiario.es/autores/david_ruiz_lopez/) [Consultado: 16 de enero. 2019]
- Energía Oscura, (2015). Quiénes Somos. [online] Recueprado de: <http://www.energiaoscura.es/quienes-somos/> [Consultado: 16 de febrero. 2017]
- Hutchins Commission. (1947). A free and responsible press. [Informe]. Recuperado de: <https://archive.org/details/freeandresponsib029216mbp/page/n6> [consultado: 16 de febrero. 2018]
- IRE. (S.F.). About - IRE. [online] Recuperado de: <https://www.ire.org/nicar/about> [consultado: 5 de septiembre. 2018]
- Joseluisdader.com. (S.F.). *Datos académicos*. Recueprado de: <http://joseluisdader.com/datos-academicos/> [consultado: 5 de septiembre. 2018]
- Linkedin.com. (2019a). *Belén Picazo*. Recuperado de: <https://www.linkedin.com/in/belenpicazo/?originalSubdomain=es> [consultado: 5 de enero. 2019]

- Linkedin.com. (2019b). *David Rui López*. Recuperado de:  
<https://www.linkedin.com/in/davidruizlopez/>  
<https://www.linkedin.com/in/belenpicazo/?originalSubdomain=es> [consultado: 5 de enero. 2019]
- Linkedin.com. (2019c). *Hugo Garrido*. Recuperado de: <https://www.linkedin.com/in/hugo-g-9634212b/> [consultado: 5 de enero. 2019]
- Linkedin.com. (2019d). *Paula Guisado*. Recuperado de:  
<https://www.linkedin.com/in/paulaguisado/?originalSubdomain=es> [consultado: 5 de enero. 2019]
- Linkedin.com. (2019e). *Adrián Blanco*. Recuperado de:  
<https://www.linkedin.com/in/adrianblancor/> [consultado: 5 de enero. 2019]
- Linkedin.com. (2019f). *Jesús Escudero*. Recuperado de: <https://www.linkedin.com/in/jesus-escudero/> [consultado: 5 de enero. 2019]
- Linkedin.com. (2019g). *Frank Belyeu*. Recuperado de: <https://www.linkedin.com/in/frank-belyeu-859382b1/> [consultado: 5 de enero. 2019]
- Linkedin.com. (2019h). *Javier Galán*. Recuperado de: <https://www.linkedin.com/in/javier-g-692781a6/> [consultado: 5 de enero. 2019]
- Linkedin.com. (2019i). Teemo Tebest. Recuperado de: <https://www.linkedin.com/in/teelmo/>  
[consultado: 5 de enero. 2019]
- Linkedin.com. (2019j). Heikki Kuutti. Recueprado de: <https://www.linkedin.com/in/heikki-kuutti-67965026/> [consultado: 5 de enero. 2019]
- Lizcano, J. (2013, 23 de diciembre). La nueva Ley de Transparencia: un importante desafío social. En *Abogacía Española*. Recuperado de:  
<https://www.abogacia.es/2013/12/23/la-nueva-ley-de-transparencia-un-importante-desafio-social/> [consultado: 13 de diciembre de 2017]

Magallón, R. (2013, 30 de septiembre). ¿Por qué es importante una buena ley de transparencia para el periodismo y para los periodistas? En *Instituto para la Innovación Periodística*. Recuperado de: [http://www.2ip.es/wp-content/uploads/2013/01/Ley\\_transparencia.pdf](http://www.2ip.es/wp-content/uploads/2013/01/Ley_transparencia.pdf) [consultado: 10 de noviembre de 2015]

Medialab Prado. (2013). Taller de periodismo de datos: convirtiendo los datos en historias. [Convocatoria de proyectos]. Recuperado de <https://www.medialab-prado.es/convocatorias/taller-de-periodismo-de-datos-convirtiendolo-los-datos-en-historias-convocatoria-de>

Medialab Prado. (2014). II Taller de periodismo de datos: sigue el rastro del dinero público. [Convocatoria de colaboradores]. Recuperado de: <https://www.medialab-prado.es/convocatorias/ii-taller-de-produccion-de-periodismo-de-datos-sigue-el-rastro-del-dinero-publico>

Medialab Prado. (2015). Bienvenido Mr. Feder - Medialab-Prado Madrid. [online] Recueprado de: <http://medialab-prado.es/mmedia/14273/view> [consultado: 23 de enero. 2017].

Transparency International España. (2015, julio). Recomendaciones y consideraciones de Transparencia Internacional España al Reglamento de desarrollo de la Ley de Transparencia. [Informe]. En *Transparency International España*. Recuperado de: [https://transparencia.org.es/wp-content/uploads/2015/07/recomendaciones\\_tie\\_reglamento\\_ley\\_transparencia.pdf](https://transparencia.org.es/wp-content/uploads/2015/07/recomendaciones_tie_reglamento_ley_transparencia.pdf) [consultado: 8 de diciembre de 2017]



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Entrevistados y fechas de las entrevistas	51
Tabla 2. Condensación del significado	70
Tabla 3. Macro-géneros periodísticos	97
Tabla 4. Jerarquización de la unidad de análisis 1	100
Tabla 5. Cantidad de artículos por medio	223
Tabla 6. Artículos publicados por medio a través del tiempo	225
Tabla 7. Cantidad de artículos publicados por género	226
Tabla 8. Cantidad de publicaciones por género a través del tiempo	228
Tabla 9. Cantidad de artículos publicados por género en cada medio	229
Tabla 10. Cantidades de noticias por medio	229
Tabla 11. Cantidad de noticias publicadas por medio a través del tiempo	230
Tabla 12. Tendencia porcentual de las noticias publicadas a través del tiempo	231
Tabla 13. Autoría de las noticias por medio	233
Tabla 14. Autoría nominal de las noticias por medio	234
Tabla 15. “Vocería” de partidos políticos como fuente directa interesada por medio en las noticias	237
	407

Tabla 16. Ejemplos de noticias por autoría que reproducen fuentes interesadas del PP en <i>Eldiario.es</i>	238
Tabla 17. Ejemplos de noticias por autoría que reproducen fuentes interesadas del PSOE en <i>Eldiario.es</i>	239
Tabla 18. Ejemplos de noticias por autoría que reproducen fuentes interesadas de Compromís, Podemos y Confluencias en <i>Eldiario.es</i>	239
Tabla 19. Noticias de El Mundo con autoría propia que reproducen fuentes interesadas del PP	240
Tabla 20. Noticias de <i>El Mundo</i> con autoría de agencias y vocería interesada de partidos políticos	241
Tabla 21. Noticias de Elconfidencial.com según autoría y vocería interesada de partidos políticos	241
Tabla 22. Ejemplos de noticias según autoría y vocería interesada de instituciones públicas	242
Tabla 23. Noticias con fuentes del Consejo de Transparencia	243
Tabla 24. Tipo de autor por tipo de fuente en las noticias	246
Tabla 25. Cantidad de reportajes publicados por medio a través del tiempo	256
Tabla 26. Autoría nominal por medio de los reportajes	258
Tabla 27. Periodistas con publicaciones en noticias y reportajes	259
Tabla 28. Fuentes únicas usadas una única vez en los reportajes por tipo de autoría	260
Tabla 29. Artículos de opinión publicados en el período seleccionado	274



Tabla 30. Cantidad de publicaciones por temas en función del género periodístico	292
Tabla 31. Porcentaje de géneros periodísticos en cada tema	293
Tabla 32. Subtemas del tema Elecciones 20D	294
Tabla 33. Comparación de resultados parciales de noticias y reportajes	295
Tabla 34. Porcentaje de temas a los que pertenece cada subtema	297
Tabla 35. Ejemplos de <i>Eldiario.es</i> y <i>El Mundo</i> en el subtema Voluntad política	302



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Tres componentes principales del proceso de agenda-setting: agenda mediática, agenda pública y agenda política.	73
Gráfico 2. Artículos científicos por año según búsqueda avanzada en World of Science.	134
Gráfico 3. Cantidad de publicaciones por fechas.	222
Gráfico 4. Cantidad de artículos por medio	223
Gráfico 5. Publicaciones por medio a través del tiempo.	224
Gráfico 6. Porcentaje de artículos por género.	227
Gráfico 7. Artículos publicados por género a través del tiempo	227
Gráfico 8. Artículos publicados por género en cada medio.	228
Gráfico 9. Porcentaje de noticias por medio.	230
Gráfico 10. Noticias publicadas por medio a través del tiempo.	231
Gráfico 11. Porcentaje de autorías en las noticias.	232
Gráfico 12. Autoría de las noticias por medio.	233
Gráfico 13. Porcentajes de las fuentes interesadas de las noticias.	235
Gráfico 14. Vocería de partidos políticos como fuentes directas de las noticias.	236
Gráfico 15. “Vocería” de partidos políticos como fuente directa interesada por medio en Noticias.	237
	411

Gráfico 16. Tipo de autor por tipo de fuente en las noticias.	246
Gráfico 17. Tipo de autoría por medio en noticias sin reproducción de fuentes interesadas.	247
Gráfico 18. Tipo de fuente por tipo de autoría en noticias sin reproducción fuentes interesadas.	248
Gráfico 19. Noticias de fuentes múltiples por medio.	250
Gráfico 20. Porcentaje de reportajes por medio.	254
Gráfico 21. Reportajes publicados por medio a través del tiempo.	255
Gráfico 22. Porcentaje de autorías en los reportajes.	257
Gráfico 23. Tipo de autoría por medio en los reportajes.	257
Gráfico 24. Fuentes de los reportajes según el tipo de autoría.	260
Gráfico 25. Tipo de fuentes en los reportajes.	261
Gráfico 26. Porcentajes de tipo de fuentes en reportajes	261
Gráfico 27. Reportajes sin reproducción directa de fuentes interesadas por tipo de autoría.	263
Gráfico 28. Reportajes sin reproducción directa de fuentes por medio	264
Gráfico 29. Reportajes sin reproducción de fuentes interesadas por tipo de autoría	265
Gráfico 30. Porcentaje de artículos de opinión por género	273
Gráfico 31. Artículos de opinión publicados en el período seleccionado	273

Gráfico 32. Porcentaje de publicaciones por tema	289
Gráfico 33. Cantidad de temas a través del tiempo	290
Gráfico 34. Temas por género periodístico	292
Gráfico 35. Porcentaje de géneros periodísticos en cada tema	293
Gráfico 36. Subtemas con más de una publicación y su pertenencia a cada tema	296



## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Belén Picazo	42
Imagen 2. David Ruiz López	42
Imagen 3. Hugo Garrido	43
Imagen 4. Paula Guisado	44
Imagen 5. Adrián Blanco	44
Imagen 6. Jesús Escudero	45
Imagen 7. Frank Belyeu	46
Imagen 8. Javier Galán	47
Imagen 9. Teemo Tebest	48
Imagen 10. Steve Doig	48
Imagen 11. José Luis Dader	49
Imagen 12. Helen Darbishire	49
Imagen 13. Heikki Kuuttu	50
Imagen 14. Turo Uskali	51
Imagen 15. El Mundo Data en Twitter	87

Imagen 16. Búsqueda avanzada en <i>Mynews</i>	88
Imagen 17. Ficha de análisis.	90
Imagen 18. Captura de unidad de análisis 4.	91
Imagen 19. Captura de unidad de análisis 3	94
Imagen 20. Captura de unidad de análisis 6.	96
Imagen 21. La pirámide invertida del PD.	106
Imagen 22. Las 4 Vs del Big Data.	109
Imagen 23. Mapa de la epidemia de cólera de Londres de John Snow, 1854	127
Imagen 24. Diagrama de árbol del análisis de resultados	133



# ANEXOS

## ANEXO 1

### Imagen de búsqueda avanzada en web of science

The screenshot displays the Web of Science interface for a search query. The top navigation bar includes logos for the Spanish Government and FECYT, and the Web of Science logo. The search results are for 'Showing 140 records for TS=(Data Journalism AND Data Base Journalismism)'. The results are visualized as a treemap where the largest area is 'COMMUNICATION' (110 records, 78.571%), followed by 'COMPUTER SCIENCE' (31 records, 22.143%). Other smaller categories include 'INFORMATION SCIENCE LIBRARY SCIENCE' (17), 'IMAGING SCIENCE PHOTOGRAPHIC TECHNOLOGY' (3), 'ENVIRONMENTAL SCIENCES ECOLOGY' (2), 'PUBLIC ADMINISTRATION' (2), 'ROBOTICS' (2), 'AUTOMATION CONTROL SYSTEMS' (1), 'GEOGRAPHY' (1), and 'TELECOMMUNICATIONS' (1).

Select	Field: Research Areas	Record Count	% of 140	Bar Chart
<input type="checkbox"/>	COMMUNICATION	110	78.571 %	<div style="width: 78.571%;"></div>
<input type="checkbox"/>	COMPUTER SCIENCE	31	22.143 %	<div style="width: 22.143%;"></div>
<input type="checkbox"/>	INFORMATION SCIENCE LIBRARY SCIENCE	17	12.143 %	<div style="width: 12.143%;"></div>
<input type="checkbox"/>	IMAGING SCIENCE PHOTOGRAPHIC TECHNOLOGY	3	2.143 %	<div style="width: 2.143%;"></div>
<input type="checkbox"/>	ENVIRONMENTAL SCIENCES ECOLOGY	2	1.429 %	<div style="width: 1.429%;"></div>
<input type="checkbox"/>	PUBLIC ADMINISTRATION	2	1.429 %	<div style="width: 1.429%;"></div>
<input type="checkbox"/>	ROBOTICS	2	1.429 %	<div style="width: 1.429%;"></div>
<input type="checkbox"/>	AUTOMATION CONTROL SYSTEMS	1	0.714 %	<div style="width: 0.714%;"></div>
<input type="checkbox"/>	GEOGRAPHY	1	0.714 %	<div style="width: 0.714%;"></div>
<input type="checkbox"/>	TELECOMMUNICATIONS	1	0.714 %	<div style="width: 0.714%;"></div>

Additional interface elements include a left sidebar with filters (Research Areas, Publication Years, etc.), a top navigation bar with 'Web of Science' and 'Clarivate Analytics' logos, and a footer with 'Clarivate Accelerating innovation' and copyright information for 2018.

En esta imagen se aprecia que las palabras clave de búsqueda han sido “Data Journalism” y “Data Base Journalism” dentro del dominio de investigación de “Social Sciences” y “Science Technology” con cuatro áreas de investigación específicas. El resultado también ha excluido numerosas áreas de investigación que van desde las ciencias del comportamiento hasta Cine, radio y televisión.

## ANEXO 2

### Imagen de búsqueda avanzada de *MyNews*

uc3m | Universidad Carlos III de Madrid  
BIBLIOTECA

---

Inicio **Hemeroteca** Medios

Buscador básico | Buscador avanzado | Buscador con booleanos

---

### Buscador avanzado

**Términos de búsqueda**

con **todas** las palabras:

Separadas por comas

con **algunas** de las palabras:

Separadas por comas

la **frase exacta**:

sin las palabras:

**Fecha**

Hoy

desde  /  /  hasta  /  /

el día  /  /

**Fuentes de información**

Posición:

Sección:

Edición:

Ej. Local, Regional...

Autor:

Ej. Juan Pérez...

Medio/Periódico:

### ANEXO 3

#### Agrupación de las fechas de la muestra por número de días

Mes 1		Mes 2		Mes 3		Mes 4		Mes 5		Mes 6	
Fecha	Día	Fecha	Día	Fecha	Día	Fecha	Día	Fecha	Día	Fecha	Día
20-JUN-15	1	20-JUL-15	31	20-AUG-15	62	20-sep-15	93	20-oct-15	123	20-nov-15	154
21-JUN-15	2	21-jul-15	32	21-AUG-15	63	21-SEP-15	94	21-OCT-15	124	21-NOV-15	155
22-JUN-15	3	22-JUL-15	33	22-AUG-15	64	22-SEP-15	95	22-OCT-15	125	22-NOV-15	156
23-JUN-15	4	23-JUL-15	34	23-AUG-15	65	23-SEP-15	96	23-OCT-15	126	23-NOV-15	157
24-JUN-15	5	24-jul-15	35	24-AUG-15	66	24-SEP-15	97	24-oct-15	127	24-nov-15	158
25-JUN-15	6	25-jul-15	36	25-AUG-15	67	25-SEP-15	98	25-oct-15	128	25-NOV-15	159
26-JUN-15	7	26-JUL-15	37	26-AUG-15	68	26-SEP-15	99	26-OCT-15	129	26-nov-15	160
27-jun-15	8	27-jul-15	38	27-AUG-15	69	27-SEP-15	100	27-OCT-15	130	27-NOV-15	161
28-jun-15	9	28-jul-15	39	28-AUG-15	70	30-sep-15	101	28-OCT-15	131	28-NOV-15	162
29-jun-15	10	29-jul-15	40	29-AUG-15	71	29-SEP-15	102	29-OCT-15	132	29-NOV-15	163
30-JUN-15	11	30-jul-15	41	30-AUG-15	72	30-SEP-15	103	30-OCT-15	133	30-nov-15	164
01-JUL-15	12	31-jul-15	42	31-AUG-15	73	01-OCT-15	104	31-OCT-15	134	01-DIC-15	165
02-JUL-15	13	01-AGO-15	43	01-sep-15	74	02-OCT-15	105	01-NOV-15	135	02-DIC-15	166
03-jul-15	14	02-AGO-15	44	02-SEP-15	75	03-oct-15	106	02-NOV-15	136	03-DIC-15	167
04-jul-15	15	03-AGO-15	45	03-sep-15	76	04-oct-15	107	03-nov-15	137	04-DIC-15	168
05-jul-15	16	04-AGO-15	46	04-SEP-15	77	05-oct-15	108	04-NOV-15	138	05-DIC-15	169
06-jul-15	17	05-AGO-15	47	05-SEP-15	78	06-OCT-15	109	05-NOV-15	139	06-DIC-15	170
07-JUL-15	18	06-AGO-15	48	06-SEP-15	79	07-OCT-15	110	06-NOV-15	140	07-DIC-15	171
08-JUL-15	19	07-AGO-15	49	07-sep-15	80	08-OCT-15	111	07-NOV-15	141	08-DIC-15	172
09-jul-15	20	08-AGO-15	50	08-SEP-15	81	09-oct-15	112	08-nov-15	142	09-DIC-15	173
10-jul-15	21	09-AGO-15	51	09-SEP-15	82	10-oct-15	113	09-nov-15	143	10-DIC-15	174
11-jul-15	22	10-AGO-15	52	10-SEP-15	83	11-oct-15	114	10-NOV-15	144	11-DIC-15	175
12-jul-15	23	11-AGO-15	53	11-SEP-15	84	12-oct-15	115	11-NOV-15	145	12-DIC-15	176
13-JUL-15	24	12-AGO-15	54	12-sep-15	85	13-oct-15	116	12-nov-15	146	13-DIC-15	177
14-JUL-15	25	13-AGO-15	55	13-SEP-15	86	14-OCT-15	117	13-NOV-15	147	14-DIC-15	178
15-JUL-15	26	14-AGO-15	56	14-sep-15	87	15-oct-15	118	14-nov-15	148	15-DIC-15	179
16-JUL-15	27	15-AGO-15	57	15-SEP-15	88	16-OCT-15	119	15-nov-15	149	16-DIC-15	180
17-JUL-15	28	16-AGO-15	58	16-SEP-15	89	17-oct-15	120	16-nov-15	150	17-DIC-15	181
18-jul-15	29	17-AGO-15	59	17-SEP-15	90	18-oct-15	121	17-NOV-15	151	18-DIC-15	182
19-jul-15	30	18-AGO-15	60	18-sep-15	91	19-OCT-15	122	18-NOV-15	152	19-DIC-15	183
		19-AGO-15	61	19-sep-15	92			19-NOV-15	153		

## ANEXO 4

### Frecuencia y porcentaje de publicaciones por fechas

#### FRECUENCIA Y PORCENTAJE DE PUBLICACIONES POR FECHAS

Fechas	Cantidad de publicaciones	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
20-JUN-15	1	0,5	0,5	0,5
21-JUN-15	1	0,5	0,5	0,9
22-JUN-15	2	0,9	0,9	1,8
23-JUN-15	2	0,9	0,9	2,7
24-JUN-15	1	0,5	0,5	3,2
25-JUN-15	2	0,9	0,9	4,1
26-JUN-15	1	0,5	0,5	4,5
27-jun-15	0	0	0,0	4,5
28-jun-15	0	0	0,0	4,5
29-jun-15	0	0	0,0	4,5
30-JUN-15	1	0,5	0,5	5,0
01-JUL-15	2	0,9	0,9	5,9
02-JUL-15	2	0,9	0,9	6,8
03-jul-15	0	0	0,0	6,8
04-jul-15	0	0	0,0	6,8
05-jul-15	0	0	0,0	6,8
06-jul-15	0	0	0,0	6,8
07-JUL-15	2	0,9	0,9	7,7
08-JUL-15	1	0,5	0,5	8,1
09-jul-15	0	0	0,0	8,1
10-jul-15	0	0	0,0	8,1
11-jul-15	0	0	0,0	8,1
12-jul-15	0	0	0,0	8,1
13-JUL-15	1	0,5	0,5	8,6
14-JUL-15	4	1,8	1,8	10,4
15-JUL-15	5	2,3	2,3	12,6
16-JUL-15	1	0,5	0,5	13,1
17-JUL-15	1	0,5	0,5	13,5
18-jul-15	0	0,0	0,0	13,5
19-jul-15	0	0,0	0,0	13,5
20-JUL-15	1	0,5	0,5	14,0
21-jul-15	0	0,0	0,0	14,0
22-JUL-15	3	1,4	1,4	15,3
23-JUL-15	1	0,5	0,5	15,8
24-jul-15	0	0,0	0,0	15,8

25-jul-15	0	0,0	0,0	15,8
26-JUL-15	1	0,5	0,5	16,2
27-jul-15	0	0,0	0,0	16,2
28-jul-15	0	0,0	0,0	16,2
29-jul-15	0	0,0	0,0	16,2
30-jul-15	0	0,0	0,0	16,2
31-jul-15	0	0,0	0,0	16,2
01-AGO-15	0	0,0	0,0	16,2
02-AGO-15	0	0,0	0,0	16,2
03-AGO-15	1	0,5	0,5	16,7
04-AGO-15	3	1,4	1,4	18,0
05-AGO-15	1	0,5	0,5	18,5
06-AGO-15	1	0,5	0,5	18,9
07-AGO-15	0	0,0	0,0	18,9
08-AGO-15	0	0,0	0,0	18,9
09-AGO-15	0	0,0	0,0	18,9
10-AGO-15	0	0,0	0,0	18,9
11-AGO-15	1	0,5	0,5	19,4
12-AGO-15	0	0,0	0,0	19,4
13-AGO-15	0	0,0	0,0	19,4
14-AGO-15	0	0,0	0,0	19,4
15-AGO-15	0	0,0	0,0	19,4
16-AGO-15	0	0,0	0,0	19,4
17-AGO-15	0	0,0	0,0	19,4
18-AGO-15	1	0,5	0,5	19,8
19-AGO-15	1	0,5	0,5	20,3
20-AGO-15	1	0,5	0,5	20,7
21-AGO-15	3	1,4	1,4	22,1
22-AGO-15	0	0,0	0,0	22,1
23-AGO-15	0	0,0	0,0	22,1
24-AGO-15	0	0,0	0,0	22,1
25-AGO-15	0	0,0	0,0	22,1
26-AGO-15	0	0,0	0,0	22,1
27-AGO-15	0	0,0	0,0	22,1
28-AGO-15	1	0,5	0,5	22,5
29-AGO-15	2	0,9	0,9	23,4
30-AGO-15	0	0,0	0,0	23,4
31-AGO-15	1	0,5	0,5	23,9
01-sep-15	0	0,0	0,0	23,9
02-SEP-15	2	0,9	0,9	24,8
03-sep-15	0	0,0	0,0	24,8
04-SEP-15	2	0,9	0,9	25,7
05-SEP-15	1	0,5	0,5	26,1
06-SEP-15	0	0,0	0,0	26,1
07-sep-15	0	0,0	0,0	26,1
08-SEP-15	1	0,5	0,5	26,6
09-SEP-15	1	0,5	0,5	27,0

10-SEP-15	1	0,5	0,5	27,5
11-SEP-15	1	0,5	0,5	27,9
12-sep-15	0	0,0	0,0	27,9
13-SEP-15	2	0,9	0,9	28,8
14-sep-15	0	0,0	0,0	28,8
15-SEP-15	2	0,9	0,9	29,7
16-SEP-15	1	0,5	0,5	30,2
17-SEP-15	1	0,5	0,5	30,6
18-sep-15	0	0,0	0,0	30,6
19-sep-15	0	0,0	0,0	30,6
20-sep-15	0	0,0	0,0	30,6
21-SEP-15	1	0,5	0,5	31,1
22-SEP-15	1	0,5	0,5	31,5
23-SEP-15	5	2,3	2,3	33,8
24-SEP-15	2	0,9	0,9	34,7
25-SEP-15	1	0,5	0,5	35,1
26-SEP-15	1	0,5	0,5	35,6
27-SEP-15	1	0,5	0,5	36,0
30-sep-15	0	0,0	0,0	36,0
29-SEP-15	1	0,5	0,5	36,5
30-SEP-15	1	0,5	0,5	36,9
01-OCT-15	2	0,9	0,9	37,8
02-OCT-15	2	0,9	0,9	38,7
03-oct-15	0	0,0	0,0	38,7
04-oct-15	0	0,0	0,0	38,7
05-oct-15	0	0,0	0,0	38,7
06-OCT-15	1	0,5	0,5	39,2
07-OCT-15	1	0,5	0,5	39,6
08-OCT-15	1	0,5	0,5	40,1
09-oct-15	0	0,0	0,0	40,1
10-oct-15	0	0,0	0,0	40,1
11-oct-15	2	0,9	0,9	41,0
12-oct-15	0	0,0	0,0	41,0
13-oct-15	1	0,5	0,5	41,4
14-OCT-15	5	2,3	2,3	43,7
15-oct-15	3	1,4	1,4	45,0
16-OCT-15	1	0,5	0,5	45,5
17-oct-15	0	0,0	0,0	45,5
18-oct-15	0	0,0	0,0	45,5
19-OCT-15	2	0,9	0,9	46,4
20-oct-15	0	0,0	0,0	46,4
21-OCT-15	2	0,9	0,9	47,3
22-OCT-15	3	1,4	1,4	48,6
23-OCT-15	1	0,5	0,5	49,1
24-oct-15	0	0,0	0,0	49,1
25-oct-15	0	0,0	0,0	49,1
26-OCT-15	1	0,5	0,5	49,5
27-OCT-15	2	0,9	0,9	50,5

28-OCT-15	1	0,5	0,5	50,9
29-OCT-15	2	0,9	0,9	51,8
30-OCT-15	1	0,5	0,5	52,3
31-OCT-15	2	0,9	0,9	53,2
01-NOV-15	1	0,5	0,5	53,6
02-NOV-15	1	0,5	0,5	54,1
03-nov-15	0	0,0	0,0	54,1
04-NOV-15	1	0,5	0,5	54,5
05-NOV-15	2	0,9	0,9	55,4
06-NOV-15	2	0,9	0,9	56,3
07-NOV-15	1	0,5	0,5	56,8
08-nov-15	0	0,0	0,0	56,8
09-nov-15	0	0,0	0,0	56,8
10-NOV-15	2	0,9	0,9	57,7
11-NOV-15	2	0,9	0,9	58,6
12-nov-15	0	0,0	0,0	58,6
13-NOV-15	1	0,5	0,5	59,0
14-nov-15	0	0,0	0,0	59,0
15-nov-15	0	0,0	0,0	59,0
16-nov-15	0	0,0	0,0	59,0
17-NOV-15	2	0,9	0,9	59,9
18-NOV-15	2	0,9	0,9	60,8
19-NOV-15	2	0,9	0,9	61,7
20-nov-15	0	0,0	0,0	61,7
21-NOV-15	3	1,4	1,4	63,1
22-NOV-15	2	0,9	0,9	64,0
23-NOV-15	5	2,3	2,3	66,2
24-nov-15	0	0,0	0,0	66,2
25-NOV-15	1	0,5	0,5	66,7
26-nov-15	0	0,0	0,0	66,7
27-NOV-15	1	0,5	0,5	67,1
28-NOV-15	1	0,5	0,5	67,6
29-NOV-15	1	0,5	0,5	68,0
30-nov-15	0	0,0	0,0	68,0
01-DIC-15	2	0,9	0,9	68,9
02-DIC-15	0	0,0	0,0	68,9
03-DIC-15	1	0,5	0,5	69,4
04-DIC-15	0	0,0	0,0	69,4
05-DIC-15	0	0,0	0,0	69,4
06-DIC-15	1	0,5	0,5	69,8
07-DIC-15	2	0,9	0,9	70,7
08-DIC-15	3	1,4	1,4	72,1
09-DIC-15	1	0,5	0,5	72,5
10-DIC-15	12	5,4	5,4	77,9
11-DIC-15	7	3,2	3,2	81,1
12-DIC-15	3	1,4	1,4	82,4
13-DIC-15	1	0,5	0,5	82,9
14-DIC-15	8	3,6	3,6	86,5



15-DIC-15	6	2,7	2,7	89,2
16-DIC-15	7	3,2	3,2	92,3
17-DIC-15	6	2,7	2,7	95,0
18-DIC-15	9	4,1	4,1	99,1
19-DIC-15	2	0,9	0,9	100,0
Total	222	100,0	100,0	

## ANEXO 5

### Agrupación de subtemas en función de los temas

SUBTEMAS	TEMAS							
	Cuentas de Eldiario.es	Cumplimiento de la ley	Elecciones 20D	Felipe VI	Incumplimiento de la ley	Insuficiencia de la ley	Suficiencia de la ley	Total
Insuficiencia de la ley	0	11	8	0	2	0	0	21
Portal de transparencia	0	9	0	0	4	7	0	20
Cultura de la transparencia	0	0	1	0	2	12	1	16
Voluntad política	0	2	0	0	1	13	0	16
Capacidad sancionadora	0	0	0	0	0	8	0	8
Ley de Transparencia de Valencia	0	3	0	0	1	3	0	7
Transparencia corporativa	1	0	0	0	0	4	2	7
Comparecencia Congreso	0	0	0	0	3	3	0	6
PP	0	5	0	0	1	0	0	6
Hepatitis C	0	0	0	0	0	5	0	5
Incumplimiento de la ley	0	0	0	0	0	3	2	5
Consejo de Transparencia de Valencia	0	0	0	0	0	4	0	4
Ley de Transparencia Castilla-La Mancha	0	0	0	0	1	3	0	4
RTVCM	0	0	0	0	2	2	0	4
Carencia de Ley de Transparencia en Asturias	0	0	0	0	0	3	0	3
Entrada en vigor en comunidades autónomas	0	0	0	0	3	0	0	3
Financiación de partidos	0	0	0	0	0	3	0	3
García Page	0	1	0	0	1	1	0	3
Ley de cuentas abiertas	0	0	0	0	0	3	0	3
Regulación de Lobbies	0	0	0	0	0	3	0	3
Baloncesto	0	1	0	0	0	1	0	2
Caso Abengoa	0	0	0	0	0	2	0	2
Caso Pujol	0	0	0	0	2	0	0	2
Comunidades autónomas	0	0	0	0	0	2	0	2

Corrupción	0	1	0	0	0	1	0	2
Foro de Cultura Libre	0	0	0	0	0	2	0	2
Ley de Transparencia de Madrid	0	0	0	0	0	2	0	2
Ley de Transparencia del Sistema Sanitario	0	1	1	0	0	0	0	2
Ley de Transparencia y Participación Ciudadana	0	0	2	0	0	0	0	2
Lucha contra la corrupción	0	1	0	0	0	0	1	2
Programa electoral de partidos	0	0	2	0	0	0	0	2
Reforma de Ley de Transparencia	0	1	1	0	0	0	0	2
Suficiencia de la ley	0	0	0	0	2	0	0	2
Universidades	0	0	0	0	0	2	0	2
Acuerdo de gobernabilidad	0	0	0	0	0	1	0	1
AFE	0	0	0	0	1	0	0	1
Aprobación de Ley de Transparencia	0	0	0	0	1	0	0	1
Canarias	0	1	0	0	0	0	0	1
Casa Real	0	0	0	0	1	0	0	1
Caso Nóos	0	0	0	1	0	0	0	1
CIU	0	1	0	0	0	0	0	1
CNMC	0	0	0	0	1	0	0	1
Código de ética Manacor	0	0	0	0	0	1	0	1
Consejo de Transparencia	0	1	0	0	0	0	0	1
Consejo de transparencia de Valencia	0	1	0	0	0	0	0	1
Consejo Político Extraordinario de la red Partenalia	0	1	0	0	0	0	0	1
Coronación de Felipe VI	0	0	0	0	0	1	0	1
CSIC	0	0	0	0	0	1	0	1
Defensoría del pueblo	0	0	0	0	0	0	1	1
Derechos de autor	0	0	1	0	0	0	0	1
Energías sostenibles	0	0	0	0	0	1	0	1
Facturas eléctricas	0	0	0	0	0	1	0	1
Fútbol	0	0	0	0	0	1	0	1
Gobierno de Canarias	0	0	0	0	1	0	0	1
ICO / FAES	0	0	0	0	0	1	0	1
Ifema	0	1	0	0	0	0	0	1
IGTE	0	0	0	0	0	1	0	1
Independentismo	0	0	1	0	0	0	0	1
Iniciativa de Ciudadanos	0	0	0	0	0	1	0	1
Instituto Catalán de Salud	0	0	0	0	1	0	0	1

Junta electoral	0	0	1	0	0	0	0	1
Ley de memoria democrática	0	1	0	0	0	0	0	1
Ley de Procedimiento Administrativo Común	0	1	0	0	0	0	0	1
Ley de Transparencia de Cantabria	0	0	0	0	1	0	0	1
Ley de Transparencia de Cataluña	0	0	0	0	1	0	0	1
Ley de Transparencia de Murcia	0	1	0	0	0	0	0	1
LOPD	0	1	0	0	0	0	0	1
Medio Ambiente	0	0	0	0	0	1	0	1
Medios de comunicación	0	0	0	0	0	1	0	1
Memoria histórica	0	0	0	0	1	0	0	1
Ministro Soria	0	0	0	0	1	0	0	1
Obras públicas	0	0	0	0	1	0	0	1
Orfeón Pamplonés	0	1	0	0	0	0	0	1
Parlamento de Canarias	0	0	0	0	0	1	0	1
Patrimonio cargos públicos	0	0	0	0	0	1	0	1
Patrimonio en Canarias	0	1	0	0	0	0	0	1
Patrimonio en Navarra	0	1	0	0	0	0	0	1
Poder judicial	0	1	0	0	0	0	0	1
Premio Victorie	0	0	0	0	0	0	1	1
Propuestas de El Mundo	0	0	0	0	0	1	0	1
Propuestas Partidos	0	0	1	0	0	0	0	1
Puertas giratorias	0	0	0	0	0	1	0	1
Rechazo de Ley de Cuentas claras (Andalucía)	0	0	0	0	0	1	0	1
Referendum Cataluña	0	0	1	0	0	0	0	1
Reformas del PP	0	0	0	0	0	1	0	1
RFEF	0	0	0	0	1	0	0	1
Telemadrid	0	0	0	0	0	1	0	1
Temas proscritos	0	0	0	0	0	1	0	1
Valencia	0	0	0	0	1	0	0	1
Viajes al extranjero	0	1	0	0	0	0	0	1
Total	1	51	20	1	38	112	8	231