



**UNIVERSITAT
JAUME·I**

Universidad Jaime I de Castellón de la Plana

Curso 2015-2016

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Grado en Periodismo

**Análisis del Periodismo de Datos como
tendencia actual en el ámbito de la
comunicación. El caso de los *Papeles de Panamá***

Alumna: Sara Berzosa Costumero

Tutor: Hugo Doménech

PE0932 Trabajo Final de Grado

Curso: 2015-2016

Primera convocatoria

Análisis del Periodismo de Datos como tendencia actual en el ámbito de la comunicación. El caso de los *Papeles de Panamá*

Sara Berzosa Costumero

Curso 2015/2016. Universitat Jaume I Castelló. Grado en Periodismo.

al225779@uji.es – sberzosac@gmail.com

ABSTRACT

La aparición de Internet ha llevado a la gestación de una sociedad caracterizada por la sobreabundancia de información y de datos. La profesión periodística se ha visto obligada a adaptarse a este nuevo entorno y para ello, ha tenido que reestructurarse y utilizar técnicas eficaces que consigan organizar esos datos e informaciones y trasladarlos de una forma comprensible a una sociedad que cada vez demanda más y mejor información. Y es precisamente en este contexto en el que ha surgido el Periodismo de Datos. Esta tendencia periodística ha traído consigo una nueva forma de tratar la información basada en las Tecnologías de la Información y el Conocimiento (TICs). Por ello, este trabajo de investigación tiene como objeto de estudio el Periodismo de Datos, su conceptualización, antecedentes y rasgos así como un proceso de análisis para determinar en qué medida se trabaja esta tendencia periodística en nuestro país. Los medios de comunicación seleccionados para la muestra son cuatro diarios digitales, *elconfidencial.com*, *eldiario.es*, *elmundo.es* y *elpais.com*. El tema que se analizará de manera común por los diferentes medios son los *Papeles de Panamá*. Los datos han sido extraídos de todas las noticias publicadas por estos medios durante siete días, del 6 al 13 de abril. Para realizar el análisis, este trabajo recoge datos cuantitativos y cualitativos de las noticias publicadas. El análisis cuantitativo examina ciertos parámetros a través de gráficos mientras que el cualitativo se establece examinando la extensión y contextualización de las noticias. Las conclusiones aceptarán las hipótesis planteadas inicialmente. La investigación de Pablo López y Hugo Doménech sobre la cobertura de la Conferencia del Cambio Climático de París en 2015 ha sido el principal apoyo de este trabajo.

PALABRAS CLAVE

Periodismo de Datos, Internet, *El Confidencial*, *eldiario.es*, *El Mundo*, *El País*.

Analysis of Data Journalism as a current tendency in the field of communication. The case of *Panama Papers*.

Sara Berzosa Costumero

Curso 2015/2016. Universitat Jaume I Castelló. Grado en Periodismo.

al225779@uji.es – sberzosac@gmail.com

ABSTRACT

The Internet appearance has determined a society characterized by an overabundance of the information and data. The journalistic profession has adapted in this new environment and it has restructured and it has become to use new techniques that organise those data and information and make it understandable to the audience. The Data Journalism born in this context. This journalistic tendency is based on a new way to treat the information using the Information and Knowledge Technologies. For that, this work aims to study Data Journalism, its antecedents, conceptualisation and features, and the analysis process to determine in what measure this journalistic tendency is worked in our country. The media selected to the sample are four digital diaries, *elconfidencial.com*, *eldiario.es*, *elmundo.es* y *elpais.com*. The topic that will be analyzed in a common way among the different media are the *Panamá Papers*. The data has been extracted of all the news published for that media during seven days, from 6 to 13 of April. For make the analysis, this work collects quantitative and qualitative data of the published news. The quantitative analysis study different parameters through graphics and the qualitative analysis study the level of extension and contextualization in the news. The main conclusions will accept the hypothesis proposed in this investigation work.

The investigation of Pablo López and Hugo Doménech about the coverage of the Climate Change of París in 2015 has been the main support for that work

KEYWORDS

Data Journalism, Internet, *El Confidencial*, *eldiario.es*, *El Mundo*, *El País*.

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	5
II. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Conceptualización y contextualización del Periodismo de Datos.....	6
2.2. Alfabetización masiva en el manejo de los datos.....	7
2.3. Exposición de las actitudes y aptitudes en el perfil del periodista de datos.....	8
III. DISEÑO METODOLÓGICO.....	9
3.1. Objetivos.....	9
3.2. Hipótesis de trabajo.....	10
3.3. Muestra.....	11
3.4. Metodología.....	12
IV. EXPOSICIÓN DE RESULTADOS.....	13
4.1. Periodismo de datos en <i>elconfidencial.com</i>	13
4.2. Periodismo de datos en <i>eldiario.es</i>	17
4.3. Periodismo de datos en <i>elmundo.es</i>	20
4.4. Periodismo de datos en <i>elpais.com</i>	22
V. CONCLUSIONES.....	25
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	28

I. INTRODUCCIÓN

Vivimos en una era digital dentro de la cual Internet se ha convertido en una herramienta fundamental a la hora de ejercer la profesión periodística. La Red es una plataforma por la que circula un flujo de información constante que, además, es actualizada a cada segundo. El periodismo ha tenido que adaptarse a este nuevo entorno 2.0 y para ello, ha experimentado un cambio en cuanto a su metodología y estructura de trabajo. Y es precisamente en este nuevo contexto basado en Internet como principal plataforma para el abastecimiento de información, donde ha surgido el Periodismo de Datos. Nos encontramos pues, ante una tendencia periodística cuya esencia viene marcada por las TICs.

Dado que el Periodismo de Datos es una modalidad surgida hace relativamente poco, este Trabajo de Final de Grado pretende profundizar en él, en su definición, contextualización, rasgos y metodología así como en estudiar en qué medida los medios actuales lo llevan a la práctica. El objetivo principal de este trabajo es el de analizar si el Periodismo de Datos es una tendencia asentada en nuestro país y los medios de comunicación extraen de él todo su potencial. Para ello, se plantea la hipótesis de que el Periodismo de Datos es una tendencia al alza en España que los medios de comunicación están explotando correctamente.

Con el fin de conseguir dicho objetivo y así poder aceptar o refutar la hipótesis, se analizará un caso concreto, el de los *Papeles de Panamá*. Para ello, se examinarán cuatro medio nacionales diferentes, dos de naturaleza digital (*El Confidencial* y *eldiario.es*) y la versión web de dos tradicionales (*elmundo.es* y *elpais.com*). A su vez, en cada medio se analizarán unos parámetros concretos, siendo estos el tipo de cobertura informativa, la gestión que hacen de las fuentes y los recursos de visualización informativa que utilizan.

Con todo ello, se establecerá una comparativa en la que se analizará en qué grado se está aplicando el Periodismo de Datos en cada uno de los medios seleccionados.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Conceptualización y contextualización del Periodismo de Datos

Son muchos los expertos que consideran que el Periodismo de Datos no es más que una continuación del Periodismo de Precisión que, gracias a los avances digitales, se ha desarrollado hasta formarse. El Periodismo de Precisión fue catalogado como un método periodístico que prestaba especial atención a la técnica de la metodología científica utilizada en cualquier cuantificación dentro de un tema noticioso. Según uno de los grandes precursores de este tipo de periodismo, Philip Meyer, “se trata de la aplicación de métodos científicos de investigación social y comportamental a la práctica del periodismo” (1989: 196). Además, Meyer afirma que “saber qué hacer con los datos es la esencia del Periodismo de Precisión. El problema puede desglosarse en dos fases: la fase de recepción, cuando los datos son recopilados y analizados, y la fase de emisión, cuando los datos están dispuestos para acceder a la mente del público” (1993:32).

Por su parte, José Luis Dader fue la figura que introdujo el Periodismo de Precisión en España en los años 90 y lo define como “la información periodística que se basa en desarrollar e interpretar datos empíricos recolectados, relacionado y verificados mediante métodos científicos de investigación socioestadística o informática” (1997:22).

Una “modalidad del Periodismo de Precisión en la que se utilizan los ordenadores para examinar las bases de datos y descubrir nuevas asociaciones o correlaciones estadísticas en listados socioadministrativos y de cruce de datos informativos en todo tipo de documentos informatizados” (2013:120) es la definición que le aporta Ferreras.

Son muchos los expertos que han definido el Periodismo de Datos y cada uno de ellos le aporta una descripción diferente. Ferreras afirma que consiste en “buscar, seleccionar y procesar información e el ingente volumen de datos a los que hoy tenemos acceso y convertirlo en piezas informativas comprensibles para los ciudadanos” (2013:117). Por su parte, la definición de Periodismo de

Datos que propone Paul Bradshaw¹ (2010) se basa en que utiliza el poder de los ordenadores para encontrar, contrastar, combinar y visualizar la información que procede de diversas fuentes. Para Fama, “el periodismo de datos es una técnica de acoplamiento fascinante de tecnologías y datos de acceso público, cuyo potencial de desarrollo es inmenso porque se basa en interminables campos de aplicación del periodismo” (Fama citado por Flores y Salinas, 2013, p.20).

2.3. Alfabetización masiva en el manejo de los datos

La Red y las tecnologías digitales están transformando la forma en la que se edita la información. El Periodismo de Datos es una parte del gran ecosistema de herramientas y prácticas que han aparecido alrededor de los sitios y servicios de datos. La posibilidad de citar y compartir materiales procedentes de distintas fuentes es parte de la naturaleza de la estructura de hipervínculos de la Red, y la forma en la que los usuarios están acostumbrados a navegar en la actualidad. En este sentido, la citación de materiales y sus fuentes así como la posibilidad de compartir esos datos es una de las principales ventajas que aporta el Periodismo de Datos y que ha contribuido en la mejora de la profesión periodística.

Al permitir que cualquier usuario pueda acceder a las fuentes de datos y encontrar la información que busca, así como la verificación de afirmaciones y el cuestionamiento de supuestos comunes, el Periodismo de Datos representa la democratización masiva de las herramientas, recursos, metodologías y técnicas que antes eran utilizadas de manera exclusiva por los especialistas, fueran estos periodistas de investigación, estadísticos, científicos, analistas u otra clase de expertos. Pese a que en la actualidad citar vínculos con fuentes de datos es una tarea específica del Periodismo de Datos, la sociedad está avanzando hacia una dirección en la que llegará un punto que los datos estarán integrados en el tejido de los medios de comunicación. En este sentido, los periodistas de datos tienen un papel muy relevante a la hora de hacer más

¹ Periodista británico, especialista en periodismo online y profesor. Ha sido el fundador de influyentes blogs como el *Online Journalism Blog*, el proyecto de investigación colaborativa *Help Me Investigate* así como del primer blog de datos de un periódico regional como es el caso de *Behind The Numbers* en *The Birmingham Mail*.

accesible la comprensión y el manejo de datos para los usuarios, así como a incrementar la alfabetización en datos a escala masiva.

2.4. Exposición de las actitudes y aptitudes en el perfil del periodista de datos

Según afirman Flores y Salinas (2013) pese a que el análisis de la información es un trabajo intrínseco a la profesión periodística, en los últimos años los profesionales están siendo conscientes del desarrollo y auge de un nuevo modelo periodístico basado en el análisis de grandes cantidades de datos, un nuevo modelo que, además, involucra a estadísticos, programadores y diseñadores. Se trata de contar historias a partir de datos (p.21).

En una era de sobreabundancia informativa los periodistas se enfrentan a nuevos desafíos y problemas donde el nivel de producción de datos y la amplia variedad de formatos exigen nuevos estándares, recursos y herramientas así como una, más importante, visión renovada (global) sobre la profesión. En conclusión, un nuevo perfil periodístico. En este sentido, los periodistas que aspiran a trabajar en los nuevos medios de comunicación deben conocer en profundidad el amplio abanico de recursos y herramientas tecnológicas que les permitirá y facilitará desempeñar su trabajo. Pero, ¿cuáles son las habilidades y destrezas que necesita el periodista de datos?, ¿qué formación se requiere?, ¿dónde se forman esos nuevos perfiles profesionales?

Alan Grimm da algunas directrices a los periodistas para aprender acerca de las tecnologías digitales más importantes. Para ello, sugiere “aprender de varias áreas del periodismo y mostrarse menos preocupado sobre el aprendizaje de programas específicos” (Grimm citado por Flores y Salinas, 2013, p.26). Así, expone que “el periodista no se debe fijar tanto en el uso del software (programa) ya que cuando un reportero aprende, por ejemplo, a crear y producir videos usando algún programa conocido o de moda, bien puede transferir esas habilidades a otros programas” (Grimm citado por Flores y Salinas, 2013, p. 26).

En este sentido, Flores y Salinas (2013) afirman que para desempeñar el Periodismo de Datos es necesario disponer de profesionales con habilidades en la investigación tradicional, incluyendo el Periodismo Asistido por Computadora, periodistas con conocimientos en el campo de la estadística, buenos diseñadores de información así como programadores que sean capaces de crear secuencias de comandos para facilitar tanto a los periodistas como a los usuarios la obtención y aprovechamiento de la información. Es decir, un equipo de trabajo multidisciplinar que todavía no se percibe en las redacciones de los medios de comunicación actuales (p.27).

De esta manera, los profesionales tienen que asumir nuevos roles y competencias que van surgiendo. Se trata de un asunto de predisposición, mentalidad y habilidades. Pero para muchos periodistas todavía es difícil de entender el amplio abanico de posibilidades y ventajas que ofrece esta nueva tendencia periodística. Según Bradshaw “los periodistas están acostumbrados a contar historias desde una perspectiva particular para una gran masa. Permitirle al usuario contar su propia historia, haciendo clic en un mapa o profundizando en un tema específico, significa renunciar un poco al poder como periodista, y eso requiere algo de humildad” (Bradshaw citado por Flores y Salinas, 2013).

Según Flores y Salinas (2013), la evolución que están sufriendo los contenidos y la tecnología lleva a circular por caminos profesionales que comienzan a encontrar un punto de convergencia, y se trata de una convergencia necesaria y real (p.27).

III. DISEÑO METODOLÓGICO

1.1. Objetivos

A continuación se exponen los diversos objetivos que persigue dicho trabajo de investigación. Para ello, se establecen dos clasificaciones diferentes partiendo de si se trata del objetivo más importante buscado desde un primer momento

(objetivo principal) o de un objetivo surgido una vez se ha profundizado en la materia y también es necesario destacar (objetivo específico).

Objetivo principal:

1. Analizar si el Periodismo de Datos es una tendencia asentada en nuestro país y los medios de comunicación extraen de él todo su potencial.
2. Profundizar en el Periodismo de Datos, entendiéndolo como una nueva tendencia periodística en auge surgida en pleno siglo XXI.

Objetivos específicos:

1. Analizar el posible factor que ha estado relacionado con la transformación del Periodismo de Precisión en el Periodismo de Datos.
2. Comprobar si el Periodismo de Datos ha llevado aparejada una renovación del periodismo actual en cuanto a técnicas profesionales (nuevas herramientas brindadas por la red) y personales (necesidad de desarrollar nuevas habilidades) se refiere.

1.2. Hipótesis de trabajo

Son muchos los profesionales que mantienen que el Periodismo de Datos está en auge dentro de la profesión y que, aunque muy lentamente, se le está sacando partido. Es el caso de Ramón Salaverría, profesor de Periodismo en la Universidad de Navarra que define el Periodismo de Datos como una “línea de innovación del periodismo con un gran futuro. Por lo que muchos medios de comunicación de carácter internacional como *The New York Times*, *The Guardian*, *BBC*, *National Geographic* o *The Economist* han visto en el Periodismo de Datos un factor distintivo de calidad con el que mantener su estatus privilegiado” (Salaverría, 2010). Sin embargo, aunque afirma que muchos medios de comunicación españoles casi no se interesan por él, establece que su principal impulso proviene sobre todo de medios pequeños e independientes como la organización *Civío*, o la organización internacional con

participación española International *Consortium of Investigative Journalists* (ICIJ). También remarca el uso del Periodismo de Datos en webs como la de RTVE.es y en programas televisivos como *El Objetivo*. Con lo que Salaverría extrae como conclusión que “La tendencia está en claro crecimiento” (Salaverría, 2010).

Así pues, para conseguir una descripción completa del estado de la cuestión a través de los cybermedios de comunicación seleccionados, este trabajo de investigación se plantea las siguientes hipótesis:

- Hipótesis 1. El Periodismo de Datos no está bien explotado en España.
- Hipótesis 2. El Periodismo de Datos es una tendencia al alza en nuestro país.
- Hipótesis 3. El Periodismo de Datos está relacionado con el surgimiento de Internet y las Tecnologías de la Información y el Conocimiento.
- Hipótesis 4. Los medios de naturaleza digital trabajan mejor el Periodismo de Datos que los medios tradicionales.

1.3. Muestra

Para conseguir los objetivos planteados, se ha analizado un caso concreto de Periodismo de Datos: el caso de los *Papeles de Panamá*. Así, se ha examinado la información publicada en cuatro de los principales medios digitales de nuestro país: dos de naturaleza digital surgidos en la última década (*elconfidencial.com* y *eldiario.es*) y otros dos de ellos vinculados con cabeceras tradicionales en papel (*elmundo.es* y *elpais.com*).

El procedimiento de análisis se ha realizado durante una semana, desde el miércoles 6 hasta el miércoles 13 de abril, durante la cual se ha examinado de forma exhaustiva el tratamiento de cuatro parámetros: el **tipo de cobertura**, donde se ha revisado si el medio en cuestión ha creado una sección específica para englobar las noticias relacionadas con el tema y el número de noticias publicadas sobre el mismo; la **gestión de las fuentes**, para ello se diferencia entre personales (fuentes procedentes de los implicados en los Papeles de Panamá así como sus portavoces y representantes), documentales (que

proviene de documentos escritos ya sea de forma impresa o digital), expertos (personalidades expertas en la materia) e institucionales (procedentes de las administraciones públicas de ámbito nacional e internacional); el tipo de **visualización informativa**, teniendo en cuenta el tipo de infográficos y el grado de interacción que permiten; y la **valoración final**, donde se valora la extensión de la información así como el grado de contextualización que posee.

1.4. Metodología

Este trabajo de investigación recoge datos cuantitativos (mayoritariamente) y cualitativos sobre el Periodismo de Datos en España. Para facilitar su visualización, los datos cuantitativos son representados en gráficos atendiendo a diversos parámetros que van variando en función de la cuestión analizada: naturaleza de las fuentes, tipología de recursos de visualización, número total de noticias, total de fuentes y suma total de recursos de visualización en cada uno de los medios digitales analizados. Por su parte, el análisis cualitativo se basa en dos cuestiones, la extensión y el grado de contextualización que ofrecen las noticias de cada medio en general. Ambos análisis representan las **técnicas de investigación** utilizadas en este trabajo de investigación y se centran en examinar las noticias publicadas sobre los *Papeles de Panamá*. La búsqueda de noticias ha consistido en analizar durante siete días las noticias publicadas sobre este caso en cuatro los periódicos digitales previamente seleccionados, dos de naturaleza digital (*elconfidencial.com* y *eldiario.es*) y la versión online de dos tradicionales (*elmundo.es* y *elpais.com*). En este sentido, el procedimiento ha comenzado por recabar todas las noticias de cada medio relacionadas con el tema, cuantificar fuentes y recursos de visualización, y finalmente, valorar el nivel de profundidad de cada pieza, examinando para ello la extensión de cada noticia así como la contextualización que se ofrezca de la información.

El motivo de la elección de la trama de los *Papeles de Panamá* se debe a que este caso es, en sí mismo e independientemente del medio que lo trate, Periodismo de Datos. Es decir, se trata de una trama en la que todas las informaciones filtradas a los medios de comunicación provienen de contratos

empresariales, cuentas bancarias... Por lo que se hace necesario que los medios hagan uso de diversos recursos de visualización para hacer comprender de la manera más fácil y rápida posible a los lectores la situación.

La selección de dichos diarios se ha basado en el interés por comprobar qué tipo de medios, si los de naturaleza digital o tradicional, le conceden un mayor grado de importancia y riqueza de información así como de recursos de visualización. En este sentido y como posteriormente se expondrá, se percibe una clara diferencia entre los diarios pertenecientes a ambos grupos.

Por su parte, la razón por la que se ha elegido esa semana para su análisis ha sido porque se ha querido dar un margen de tiempo (en este caso de tres días puesto que la noticia se difunde por primera vez el domingo 3 de abril) para que la información sobre el tema esté más asentada y a los diferentes medios les haya dado tiempo a informarse.

IV. EXPOSICIÓN DE RESULTADOS

Una vez seleccionados los periódicos y el periodo de tiempo elegidos para la realización de dicha investigación, se comenzará analizando los periódicos de forma individual para luego establecer una comparativa en función de quien dispone de una mayor riqueza de información así como de recursos. Para ello se comenzará con los diarios de naturaleza digital y posteriormente se continuará con los tradicionales.

a) Periodismo de datos en *elconfidencial.com*

Se trata de un periódico nacional de naturaleza digital que fue fundado en el año 2001 por José Antonio Sánchez, actual editor y consejero delegado; y por Jesús Cacho, quien fue director del diario hasta el año 2011, cuando fue despedido debido a sus discrepancias con el actual director general del portal digital, Alberto Artero. Pertenece a la editora *Titania Compañía Editorial*. *El Confidencial* tiene su sede en Pozuelo de Alarcón (Madrid) y dispone de una plantilla de cerca de 100 profesionales. Ocupa la quinta posición entre los

periódicos generalistas con más visitas en España y la primera entre los de naturaleza digital.

En primer lugar, es importante hacer un inciso. El periódico *El Confidencial* ha sido seleccionado y se analizará en primera posición debido a que fue el diario que, junto con la cadena televisiva *La Sexta*, publicó la información de manera exclusiva el domingo 3 de abril. Por ello y como luego se comprobará, cuando se exponga la comparativa entre los cuatro periódicos, este dispone de más información y la actualiza de una manera muy constante. Una vez aclarado esto se procede, a continuación, al análisis.

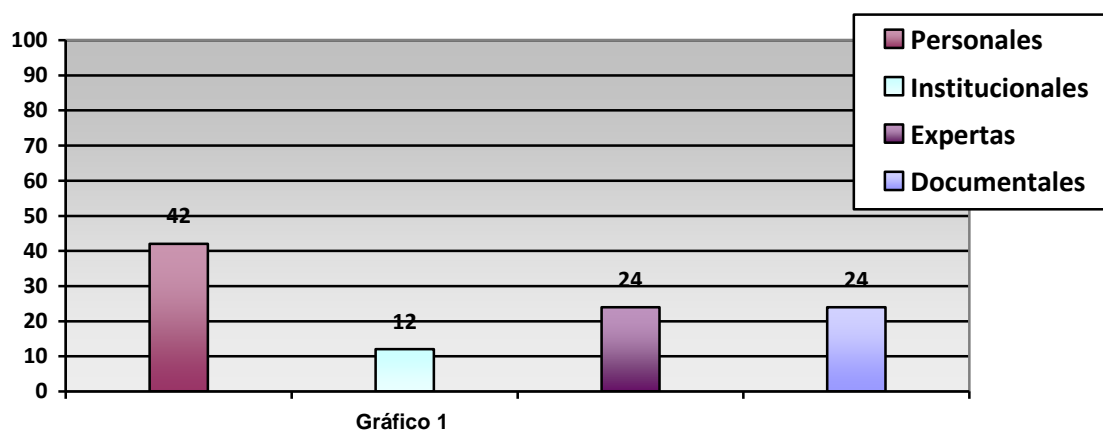
- Tipo de cobertura

El Confidencial ha creado una sección específica para agrupar las noticias relacionadas con la trama de los *Papeles de Panamá* y la ha introducido en la parte superior de la web. Además, un dato importante a destacar es que este periódico mantiene esta sección en la parte superior de su portada durante todo el periodo analizado, conservando la importancia del tema y actualizando las noticias diariamente.

El Confidencial ofrece un total de 43 noticias sobre esta trama. En general, las noticias son de una extensión muy considerable. Además, el 100% de las noticias publicadas han sido redactadas por el propio medio, ninguna de las piezas pertenece a agencias de comunicación.

- Gestión de fuentes

El total de fuentes que aparece en las noticias analizadas de este medio asciende a 102. En el gráfico 1 se muestra el porcentaje que supone el uso de cada una.



Puede observarse que las fuentes personales son las más utilizadas por este diario, pues suponen cerca de un 41%. La mayor parte de estas fuentes representan a los principales implicados en la trama de los *Papeles de Panamá*, entre los que se encuentran el ahora ex ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria; el primer ministro británico, David Cameron; los bisnietos de Franco; el presentador y cantante español, Bertín Osborne o el actor Imanol Arias. En segunda posición se encuentran las fuentes documentales con un 25% aunque aquí es necesario hacer un apunte y es que pese a que se repiten en muchas de las noticias, hacen referencia a una única fuente a la cual el medio le va dando diferentes nombres en función de la noticia. Así, la fuente los 'Papeles de Panamá' abarcan todo tipo de nombres como 'documentos internos de Mossack Fonseca', 'documentos a los que ha tenido acceso este periódico', 'correos', 'facturas', etc. En tercera posición se encuentran las fuentes expertas con un porcentaje del 22%. Entre ellas se encuentran las que el diario estipula como 'fuentes cercanas al caso', 'fuentes jurídicas consultadas' o la periodista y editora del ICIJ, Mar Cabra. Por último, con un 12% se encuentran las fuentes institucionales, entre las que aparecen la Fiscalía de Panamá, la Audiencia Nacional o el gobierno de las Islas Vírgenes Británicas.

- Visualización informativa

Elconfidencial.com ofrece un total de 133 recursos de visualización de diferentes tipos. En el gráfico 2 se muestran todas las categorías así como su nivel de utilización.

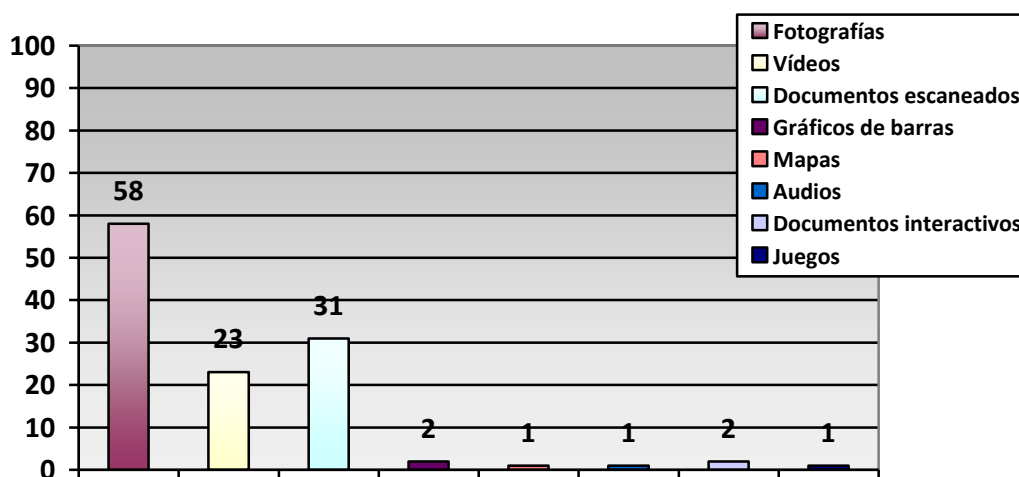


Gráfico 2

Como se observa, las fotografías son el recurso más utilizado con un porcentaje del 44%. En este sentido, el medio las utiliza sobre todo para ponerle cara a los distintos implicados en la trama. Es importante destacar que más del 22% de las fotografías pertenecen al propio medio, el 31% de ellas han sido extraídas de la agencia de noticias *Efe*, casi el 14% proviene de la agencia *Reuters*, y el resto (33%) provienen de otras fuentes como *Facebook*, *Cordon Press* o *GTRES*. Además, aunque no ha sido añadido como recurso, *elconfidencial.com* ha elaborado dos galerías de imágenes que acompañan varias noticias donde aparecen todos los implicados en los *Papeles de Panamá* (10%). A continuación, los documentos escaneados representan el 23% del total de recursos. Entre ellos se encuentran los contratos, facturas y documentación en general que relacionan a los implicados con la trama. Por su parte los vídeos ocupan la tercera posición con un 17%. La mayor parte de los vídeos han sido creados por este periódico. Los demás recursos son utilizados en menor medida, sumando un 23%. Entre ellos encontramos recursos que permiten un alto grado de interacción con el usuario como es un juego a través del cual el lector se puede crear una empresa *offshore*, y dos documentos que, haciendo clic sobre las diferentes opciones que se ofrecen, van presentando al lector la información de manera progresiva.

- Valoración general

Este medio digital dispone de un equipo profesional específico con amplios conocimientos en el ámbito del Periodismo de Datos y ello se ve reflejado en las noticias que publica. En este sentido, ofrece un contenido de gran calidad sobre los *Papeles de Panamá* con una información muy extensa y una contextualización correcta en función del aspecto tratado dentro de la noticia. Por ello, en prácticamente todas las noticias, el medio facilita el enlace que traslada al lector a la sección que ha creado específicamente para englobar todas las noticias relacionadas con la trama.

b) Periodismo de datos en *eldiario.es*

Eldiario.es es el periódico nativo digital escogido en segundo lugar. Se trata de un diario digital de análisis e información que pone su foco en la política y en la economía. Fundado el 18 de septiembre de 2012 por Ignacio Escolar, exdirector de *Público*, este periódico está editado por una sociedad limitada, siendo esta Diario de Prensa Digital S.L. Más del 70% de la empresa está puesta en manos de las personas que trabajan en la redacción a diario.

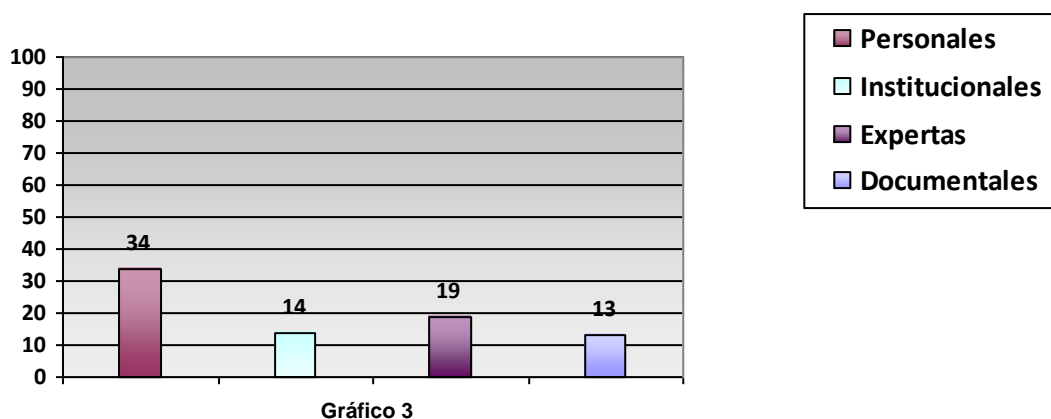
Como se verá a continuación, este diario también posee una gran riqueza y variedad en lo que se refiere a datos e informaciones sobre la trama de los *Papeles de Panamá*.

- Tipo de cobertura

Eldiario.es ofrece un total de 32 noticias relacionadas con los *Papeles de Panamá*. Por su parte, este medio también ha creado una sección específica dentro de su portadilla para agrupar las noticias relacionadas con el caso. Además, la sección ocupa la posición de 'Tema del día' durante la semana analizada. Cabe destacar también que el 81% de las noticias las ha elaborado el propio medio frente al 19% que han sido extraídas de agencias de noticias, mayoritariamente de *Efe* y en una ocasión de *Europa Press*.

- Gestión de fuentes

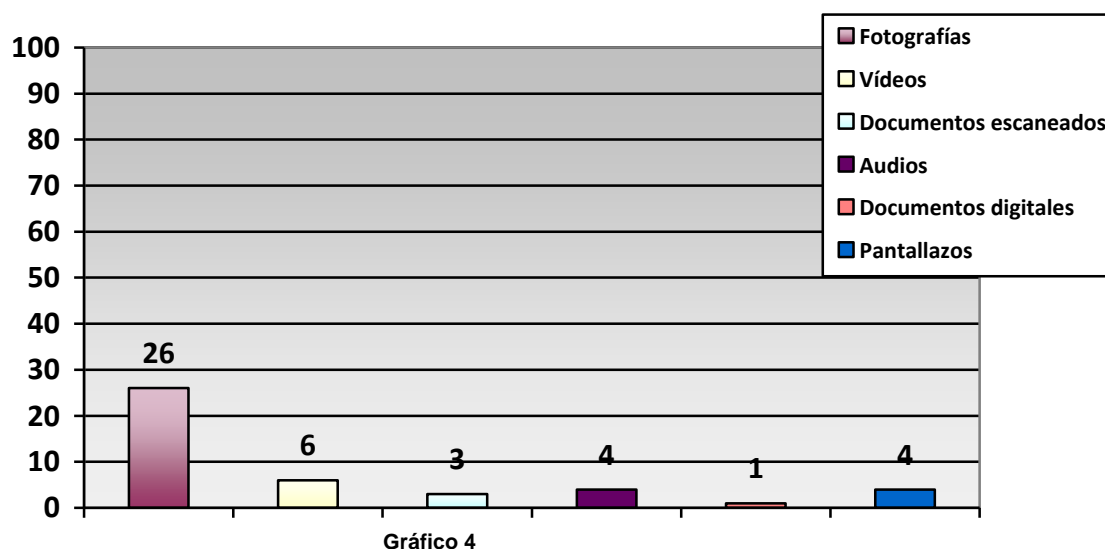
Este medio digital ofrece un total de 44 fuentes informativas de diferente naturaleza.



Como se observa en el gráfico 3, las fuentes personales son las más utilizadas con un 42%. Estas fuentes pertenecen mayormente a diferentes portavoces políticos así como a representantes y abogados de alguno de los imputados en la trama. También, aunque en menor medida, las componen los propios implicados. En segundo lugar encontramos las fuentes expertas, que suponen un 24% del total. Estas fuentes son mayoritariamente *El Confidencial* y *La Sexta*, dado que este medio recurre mucho a ellas por haber participado en la investigación de los *Papeles de Panamá*. A su vez, también la componen diferentes periodistas del ICIJ y altos cargos de la Agencia Tributaria. Las fuentes institucionales ocupan el 18% del total y entre ellas predomina la Fiscalía de Panamá, la televisión pública inglesa *ITV* o el ICIJ. Por último, el 13% corresponde a las fuentes documentales, entre las cuales se encuentran los *Papeles de Panamá*, documentos a los que ha accedido *eldiario.es* o documentos fiscales entre otros.

- Visualización informativa

Este medio digital presenta un total de 44 recursos de visualización de 6 tipologías diferentes. El siguiente gráfico muestra en qué medida el diario hace uso de ellas.



Como se observa en el gráfico 4, las fotografías son el recurso predominante con un 59%. A su vez, estas pertenecen en un 65% a la agencia de noticias *Efe*, y el 35% lo representan sobre todo imágenes que no van referenciadas y, en menor medida imágenes de archivo del propio medio. Los vídeos son los segundos recursos más utilizados con un 14%. Entre ellos, los más frecuentes son los protagonizados por los propios periodistas del medio así como los que muestran declaraciones de alguno de los implicados en la trama recogidas por otro medio de comunicación. En tercera posición encontramos los pantallazos y los audios, con un porcentaje del 9% cada uno. Los pantallazos hacen referencia sobre todo a diferentes tweets y los audios a entrevistas de los implicados Bertín Osborne y José Manuel Soria en Onda Cero y Cope Tenerife respectivamente. A continuación, los documentos escaneados representan el 7% del total y corresponden a diferentes contratos vinculados a empresas *offshore*. Por último, *eldiario.es* ofrece un único documento digital correspondiente al informe internacional de la empresa *offshore* de José Manuel Soria *UK Lines*.

- Valoración general

En general, las noticias publicadas en *eldiario.es* tienen una extensión muy variable por lo que se encuentran piezas en las que predomina el texto y algunas otras donde el protagonista es únicamente un recurso visual. En este sentido, presentan un análisis bueno pero en varias ocasiones no se ofrece

una contextualización de la información. Por su parte, los recursos de visualización de la información no dejan lugar a una interacción por parte del lector con el medio. Así pues, como medio digital que es, no explota la amplia variedad de recursos visuales que podría usar para complementar con la información, por lo que se expone a que muchos lectores prefieran acudir a otros medios de comunicación para informarse más extensamente sobre el tema.

c) Periodismo de datos en *elmundo.es*

Se trata de un periódico nacional de carácter generalista con sede en Madrid nacido el 1 de septiembre de 1989. Desde el año de su fundación hasta el 30 de enero de 2014, se encontraba bajo la dirección Pedro J. Ramírez. Posteriormente, se nombró a Casimiro García Abadillo como nuevo director, recogiendo así el testigo de Pedro J. La empresa a la que pertenece la edición *El Mundo* es *Unidad Editorial Información General S.L.U.* cuya propiedad corresponde a *Unidad Editorial S.A.* Esta empresa es también propietaria de *Grupo Recoletos*. Este periódico inició sus andaduras por Internet en el año 1994 bajo el dominio *elmundo.es*.

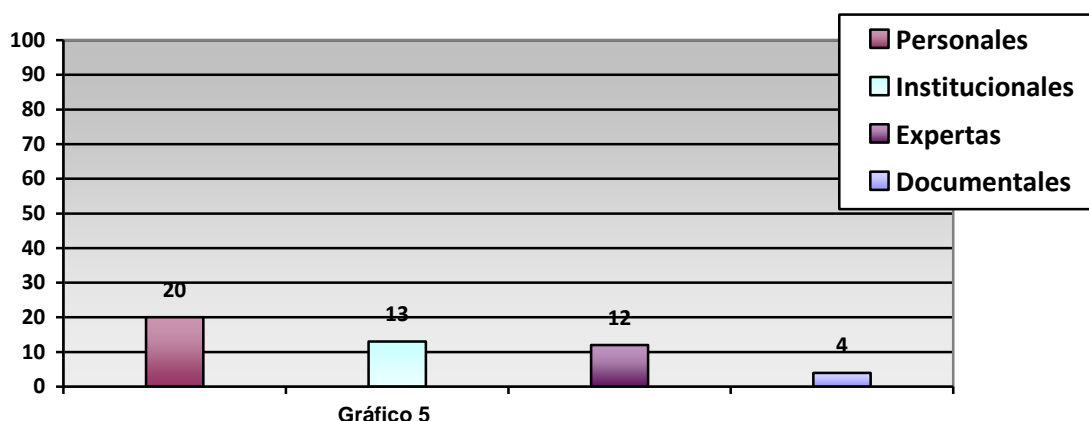
- Tipo de cobertura

Elmundo.es publica un total de 18 noticias y las organiza bajo una sección creada expresamente para el tema. Pese a que no siempre mantiene la sección destacada en la parte superior de la portadilla, le da a las noticias una posición importante dentro de la web, diferenciándolas de las demás piezas.

El 89% de las noticias que publica son propias frente al 11% de piezas que extrae de las agencias de noticias *Efe* y *Europa Press*.

- Gestión de fuentes

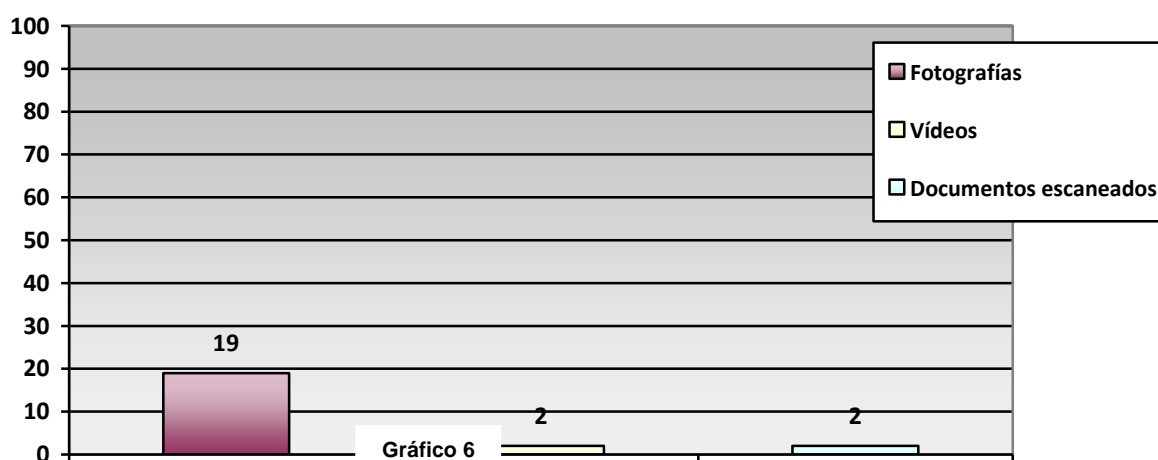
Elmundo.es ofrece un total de 49 fuentes de información repartida entre las diferentes noticias. El siguiente gráfico representa las fuentes en función de su naturaleza.



A través del gráfico 5 se observa un predominio de las fuentes personales respecto al resto de fuentes con un porcentaje del 41% sobre el total. La mayor parte de estas fuentes aluden a diferentes personalidades críticas con los implicados en la trama de los *Papeles de Panamá* mientras que el segundo grupo pertenece a los propios implicados. A continuación, encontramos las fuentes institucionales con un 27%, seguidas de las fuentes expertas que suponen un 24% del total. En última instancia, las fuentes documentales representan el 8% del total.

- Visualización informativa

Una vez tratados los medios que no tienen naturaleza digital se comienza a notar un declive en lo que a recursos de visualización se refiere. El total de recursos se sitúa en 23 y se reparten en función del siguiente gráfico.



Como se observa, las fotografías suponen un 82% del total de las cuales el 26% de las mismas proceden de la agencia *Reuters*, el 16% de *Efe* y el 58% restante es propiedad de diversos periodistas independientes así como de otras agencias, por lo que ninguna foto ha sido hecha por este medio. Por su parte, los vídeos y los documentos escaneados se equiparan con un porcentaje del 9% sobre el total.

- Valoración general

En general, las noticias publicadas por este medio se caracterizan por tener una extensión entre normal y considerable. El trabajo de contextualización es bueno ya que al inicio de casi todas las piezas se explica brevemente qué son los *Papeles de Panamá* y cómo se ha destapado el entramado. Sin embargo, se presenta flojo en lo que a recursos de visualización se refiere, ya que solo dispone de tres tipologías de recursos diferentes las cuales no dejan lugar a interacción posible por parte del lector. En cambio, las fuentes le dan al periódico un punto a su favor ya que en varias ocasiones se trata de fuentes a las que *elmundo.es* ha accedido de forma directa, sin necesidad de intermediarios.

d) Periodismo de datos en *elpais.com*

Periódico surgido en el año 1976, su primer número salía a la venta el 4 de mayo de ese mismo año, justo en el momento en el que España iniciaba la transición hacia la democracia. Con sede en Madrid, donde se sitúa actualmente la redacción central y una de las principales plantas de impresión, *El País* se autodefine como un periódico global, de calidad, independiente y defensor de la democracia. Inauguró su presencia en Internet en el año 1996, con una primera edición digital bajo el dominio de *elpais.es*. Posteriormente, a comienzos de la década del 2000, decidió trasladar toda la publicación al dominio *elpais.com* para marcar la vocación global del periódico.

- Tipo de cobertura

Elpais.com publica un total de 20 noticias y las organiza bajo una sección específica, la cual ubica dentro del apartado 'Temas del día'. Además, esta posición destacada la mantiene durante los siete días analizados.

Por otra parte, el 75% de las noticias tienen la firma del medio frente al 25% restante que pertenece a diversas agencias de noticias.

- Gestión de fuentes

Las fuentes que respaldan la información publicada por dicho medio ascienden a 42. El siguiente gráfico representa las diversas fuentes que aparecen en función de su naturaleza.

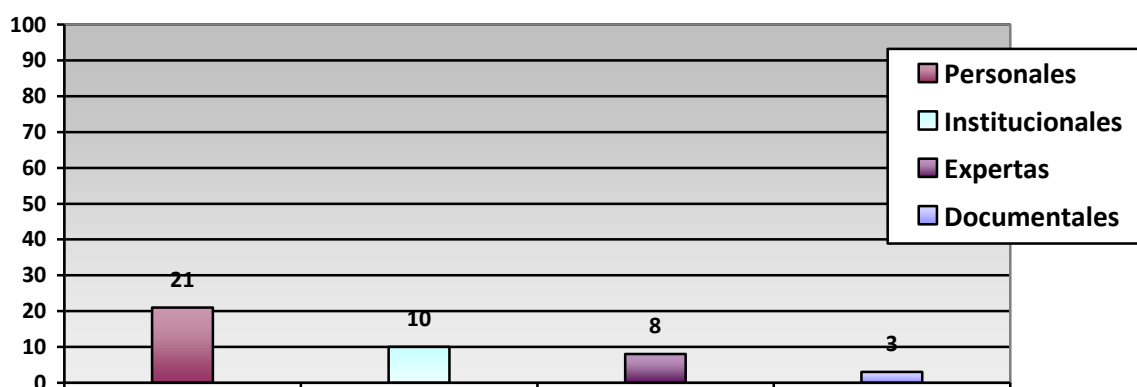
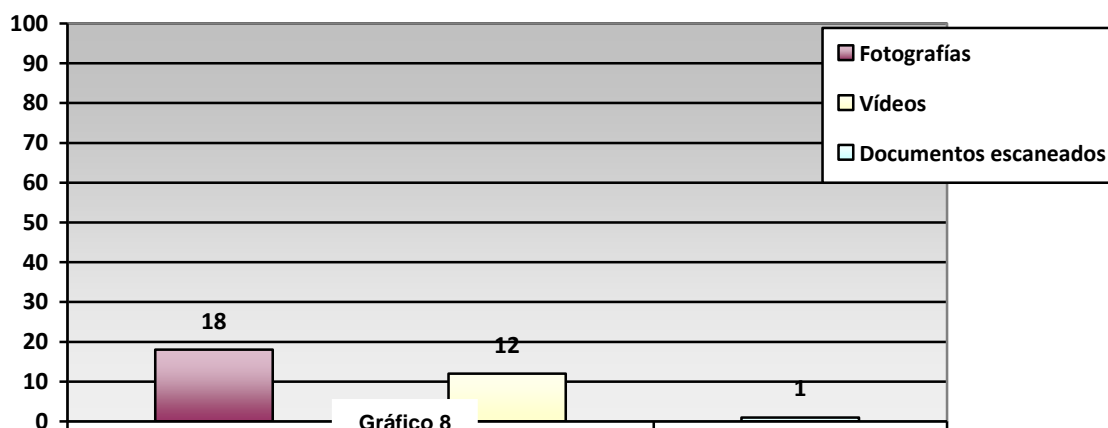


Gráfico 7

Se observa un claro predominio de las fuentes personales, las cuales representan el 50% del total de fuentes. Además de implicados, portavoces y demás personalidades, llama la atención que este medio cita como fuentes en varias ocasiones a sus redactores dentro de las noticias, por lo que les concede un protagonismo considerable. En segundo lugar encontramos las fuentes institucionales con un 24% entre las que se encuentran la Fiscalía general de Suiza o la UEFA. Las fuentes expertas suponen el 19% del total y representan además de al *ICIJ*, *El Confidencial* o *La Sexta*, a expertos en diferentes materias como un catedrático de Derecho Constitucional, el vicepresidente de un Colegio de Abogados. Por último, las fuentes documentales suponen el 7% del total de fuentes.

- Visualización informativa

Los recursos de visualización de los que dispone este medio ascienden a 31 y, como se muestra a continuación, tienen tres tipos de naturaleza.



Las fotografías son los recursos más utilizados con un 58% sobre el total. Del ese total, un 28% de las mismas llevan la firma de la agencia *Efe*, otro 28% la llevan de *Reuters* y el 56% restante procede de otras agencias de noticias así como de fotógrafos independientes. Por su parte, los vídeos representan el 39% del total de recursos de los cuales el 25% han sido elaborados por el propio medio, el 58% provienen de *Atlas* y el 17% restante de otras agencias. Por último, los pantallazos representan tan solo el 17% del total.

- Valoración general

A rasgos generales, la extensión de las noticias que ofrece *elpais.com* se mantiene entre normal y escasa, por lo que se sitúa por detrás de los demás medios analizados. En este sentido, el trabajo de contextualización es bastante flojo, pues en la mayoría de noticias no aparece al inicio una breve explicación de los *Papeles de Panamá*. Aunque los recursos empobrecen la forma en la que el medio da la información, es cierto que las continuas referencias a los periodistas del medio como fuentes le aporta un buen estatus a dicho periodista y, por lo tanto, al medio en sí.

V. CONCLUSIONES

Los datos e informaciones ilustrados en el análisis llevan a la extracción de una serie de conclusiones. A continuación se exponen los resultados.

En primer lugar es importante destacar que los medios de naturaleza digital se sitúan por delante de los tradicionales con versión web en todas las cuestiones analizadas. El siguiente gráfico representa los valores de cada medio.

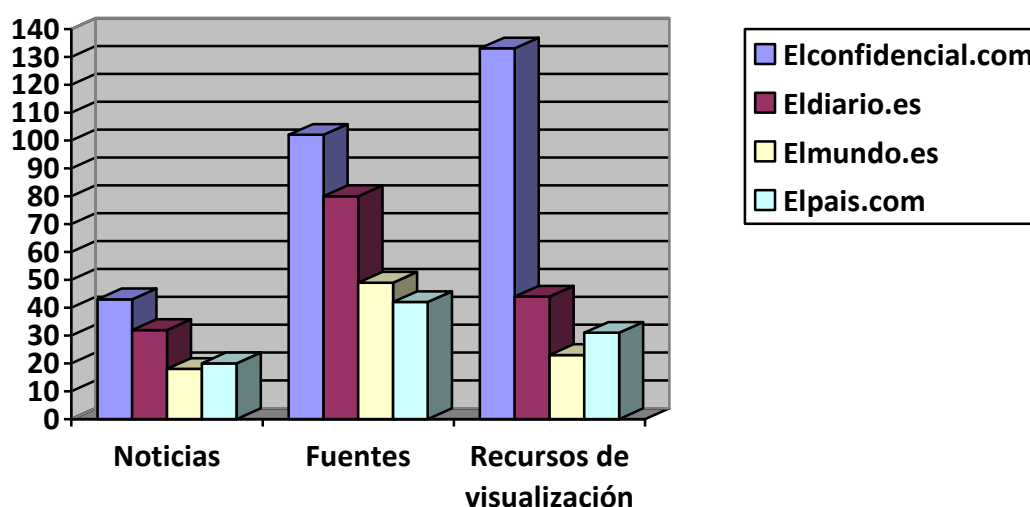


Gráfico 9

En lo referente al **tipo de cobertura**, *elconfidencial.com* es el periódico que más noticias presenta (43), seguido de *eldiario.es* (32), *elpais.com* (20) y *elmundo.es* (18). Aunque los cuatro medios analizados le han concedido una gran importancia al caso de los *Papeles de Panamá* puesto que todos han creado secciones específicas para englobar las noticias, lo cierto es que *elconfidencial.com* destaca sobre el resto por publicar noticias mucho más extensas y contextualizadas. Siguiendo con la **gestión de las fuentes**, también se puede denotar una superioridad de los medios nativo digitales en comparación con los tradicionales, pues poseen un total de 102 y 80 fuentes respectivamente en comparación con las 49 de *elmundo.es* y 42 de *elpais.com*. En este sentido, es importante destacar que los tres últimos medios

hacen alusión en muchas ocasiones a *elconfidencial.com* como fuente debido a que fue uno de los medios españoles (junto con *La Sexta*) que participó en la investigación de los *Papeles de Panamá*. En el siguiente gráfico se ilustra la naturaleza de las fuentes ofrecidas por cada medio.

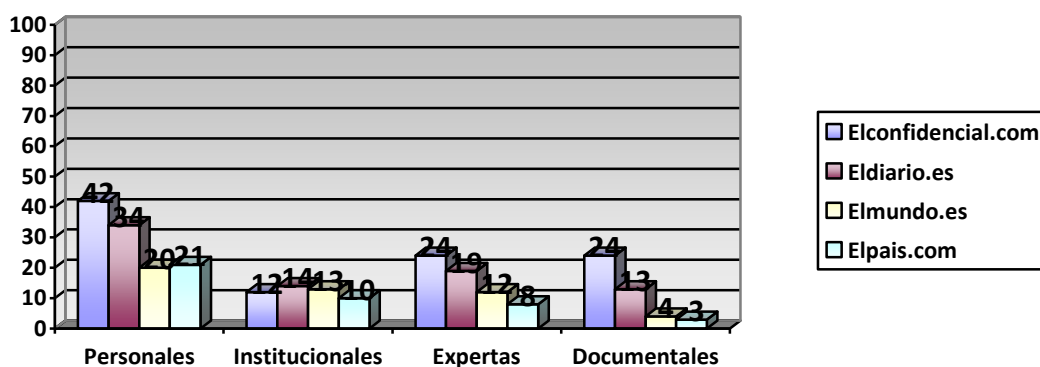


Gráfico 10

Siguiendo con los **recursos de visualización**, encontramos también una clara diferencia entre ambas naturalezas de medios. Así, *elconfidencial.com* y *eldiario.es* ofrecen un mayor número y variedad de recursos que la versión web de los medios tradicionales.

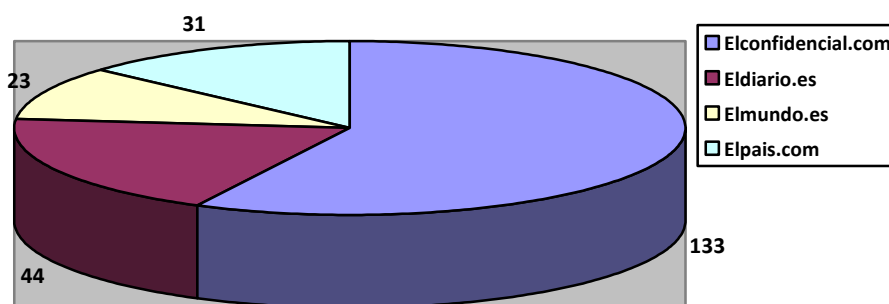


Gráfico 11

Los recursos que ofrece *elconfidencial.com* proceden de 9 categorías diferentes entre los que se encuentran, además de fotografías (43%) y vídeos (17%), documentos escaneados (23%), fotogalerías (10%), gráficos de barras (2%), un mapa (1%), un audio (1%), documentos interactivos (2%) y un juego (1%). *Eldiario.es* ofrece recursos de 6 categorías distintas, siendo estas

fotografías (59%), vídeos (14%), documento escaneados (7%), audios (4%), documentos digitales (2%) y pantallazos (9%). *Elmundo.es* recurre únicamente a tres tipologías de recursos, mayoritariamente a las fotografías (82%) seguidas de los vídeos y los documentos escaneados con 9% cada uno. Por último, *elpais.com* ofrece también tres tipologías de recursos representando las fotografías el 58%, los vídeos el 39% y los pantallazos el 3%.

Una vez finalizado este trabajo de investigación y tras haber analizado el Periodismo de Datos como tendencia periodística actual, se pueden extraer algunas conclusiones.

Por un lado nos encontramos en un entorno periodístico que ha cambiado drásticamente debido a que ya no basta únicamente con buscar información y trasladarla a un papel. La Red ha traído consigo una sobreabundancia de información, lo que ha hecho que el periodista desarrolle nuevos conocimientos y habilidades para desenvolverse de manera óptima en este entorno 2.0. Así, como se ha comentado anteriormente, los profesores Flores y Salinas afirman que esta gran cantidad de información y de datos está fomentando el auge de un nuevo modelo periodístico que permita organizarlos y analizarlos. Para ello los profesionales del sector periodístico incluyen en sus definiciones de Periodismo de Datos palabras como ordenador (Bradshaw), softwares y programas específicos (Grimm) o tecnología (Flores y Salinas). Con todo ello, damos por aceptadas las hipótesis 2 (El Periodismo de Datos es una tendencia al alza en nuestro país) y 3 (El Periodismo de Datos está relacionado con el surgimiento de Internet y las Tecnologías de la Información y el Conocimiento) planteadas anteriormente.

Por su parte y tras haber analizado en qué medida los cuatro medios digitales seleccionados aplican el Periodismo de Datos en la actualidad podemos extraer otra serie de conclusiones. Frente a los grandes trabajos de Periodismo de Datos que se han desarrollado a nivel mundial, y volviendo a las conceptualizaciones que cada profesional citado hace de esta tendencia periodística, se puede comprobar cómo en España el Periodismo de Datos no está bien explotado, pues si tenemos en cuenta el análisis de los cuatro medios digitales seleccionados, encontramos, en general, que divulgan un periodismo

muy explicativo y poco analítico, por lo que es muy probable que los profesionales que trabajan en las redacciones de dichos medios no dispongan de los conocimientos necesarios para ser considerados como periodistas de datos. Por este motivo, aceptaríamos también la hipótesis 1 de dicho trabajo (El Periodismo de Datos no está bien explotado en España). Sin embargo, y basándome de nuevo en el análisis de medios, se puede observar que los diarios nativo digitales superan en todos los parámetros analizados a los tradicionales con versión web, por lo que quedaría aceptada también la cuarta y última hipótesis (Los medios de naturaleza digital trabajan mejor el Periodismo de Datos que los medios tradicionales).

VI. BIBLIOGRAFÍA

López Rabadán, Pablo; Doménech Fabregat, Hugo (2015). “Periodismo de datos y análisis de la política internacional. Mapa inicial de usos y oportunidades en el contexto de los medios digitales españoles”. *I congreso internacional sobre periodismo de datos. Nuevas narrativas para el periodismo especializado*.

Flores Vivar, Jesús; Salinas Aguilar, Cecilia (2013). “El periodismo de datos como especialización de las organizaciones de noticias en Internet”. *Correspondencias y Análisis N°3*, p, 18-28.

Bueno plaza, Ana (2014). “Periodismo de datos. Antecedentes, ámbito de desarrollo y aplicación en medios generalistas: el caso de El Confidencial y El Periódico”. (Trabajo de Final de Grado), Valladolid.

Dader García, José Luis; Gómez Fernández, Pedro (1993). “Periodismo de Precisión. Una nueva metodología para transformar el periodismo”. *Análisis 15*, p. 99-116.

Flores Vivar, José Miguel (2012). “Ecosistema del periodismo de datos. Como combinar fuentes, datos, contenidos, tecnología y *mashups* en el desarrollo del *data journalism* en la Red”. C&S – São Bernardo do Campo, v. 34, v. 1, p. 7-35.

Flores Vivar, José Miguel; Salinas Aguilar, Cecilia (2011). “Entornos y perfiles profesionales para redacciones con cultura de red: Mashups y Data Delivery Editor (Datajournalism)”.

Gray, Jonathan; Bounegru, Liliana; Chambers, Lucy (2015). *Manual de Periodismo de datos*. Recuperado en <http://interactivos.lanacion.com.ar/manual-data/>

Bradshaw, Paul (1 de octubre de 2010). How to be a data journalist [Web Log Post]. Recuperado en <http://www.theguardian.com/news/datablog/2010/oct/01/data-journalism-how-to-guide>

Constantaras, Eva (2013, abril 13). Entrevista a Paul Bradshaw [Web Log Post]. Recuperado de <http://masinvestigacion.es/entrevista-paul-bradshaw/>

The guardian (11 de mayo de 2012). Every data journalism book since 1970: interactive timeline. Recuperado de <http://www.theguardian.com/news/datablog/2012/may/11/data-journalism-book>



**UNIVERSITAT
JAUME I**

**Analysis of Data Journalism as a current
tendency in the field of communication. The
case of *Panama Papers***

Author: Sara Berzosa Costumero

Tutor: Hugo Doménech

PE0932 Trabajo Final de Grado

Curso: 2015-2016

Primera convocatoria

The journalism world has suffered a strong renovation that has been caused by the apparition of Internet and the Information and Knowledge Technologies. In this age of informative overabundance, the new environment 2.0 has made possible the massive access to large volumes of information and data. But that data have needed specialists and new informatics programs that allow transforming them in simple information that it can be easily understandable for the audience. Journalism has have to adapt in this new environment and, for that it has experience a change referring to it methodology and work structure. And it is in this new context based on Internet like a main platform for the information supplying, where the data Journalism has emerged (previously called as Precision Journalism). So according to the affirmations of two sector professionals like Flores y Salinas, although the analysis of the information is an intrinsic work of the journalistic profession, in the latest years the professionals are being conscious to the development of a new model that, in fact, involves to statistical, programmers and designers. It is about telling stories starting to data. In that way, the data Journalism is based in a new journalistic tendency where professionals have new abilities and competences related with the digital environment. These competences affects to the ambit of analysis, statistic and information programming. On one hand analysis because the large volumes of information and data need an exhaustive analysis and interpretation by the journalist to move the summary information and easily understandable to the audience; on the other hand programming because it is about information that because of it high data content, it needs informatics programs that represent and organise it using different kind of visualization that make it understandable by the reader with a glance and, finally, statistic because the professional has to be able to show the different parameters of the topic and related among them.

To all this, it has to add that this kind of information must go always correctly contextualized. For example, knowing the crime rate in a determinate area (analysis) is interesting only when that information is correctly contextualized (contextualization) and with the quantity of population, policemen, level of crime during the last five years, the crime perception in the population, etc. (statistic). And to make the information faster to understand and visualize, it will be useful the representation of the index of each area in a map (programming).

Allowing that any reader can log in to the data sources and to found the information that it look for, and the verification of affirmations and questioning common assumptions, the Data Journalism represents the massive democratization of the tools, resources, methodologies and techniques that before they were used in an exclusive way by the specialists in investigation area, statistical, scientists, analytics or another kind of experts.

Although in the present cite links with data sources is a specific work of the Data Journalism, society is advance toward a direction in what it will arrive a moment in that data will be integrated in the media tissue. In this sense, data journalists have a very important paper in regards to make more accessible the understanding and the control of data for the users, and to increase the data alphabetization in a massive scale.

In this way, professionals have to take on new roles and competences that they are arising. It is an issue of predisposition, mentality and abilities. But for a lot of journalists it is still difficult to understand the wide range of possibilities and advantages that this new journalistic tendency offers. In conclusion, the journalists that aspire to work in the new media must know in depth the wide range of technological tools and resources that allow and supply them to make their work.

In that way, this investigation work raises some specific objectives, the main of which go to check if in Spain the Data Journalism is a tendency in boom that the media practice with normality or not. For that, it is offered previously a contextualization of the Data Journalism deepen in it and focusing in it antecedents, characteristics and the new methods that it uses. To arrive of the main objective, it is analysed how different media treat a specific topic, the case of the *Panamá Papers*. This media are four national newspapers, two of them of digital nature (*elconfidencial.com* y *eldiario.es*) and the online version of two traditional diaries (*elmundo.es* y *elpais.com*).

The analysis uses a sequence of parameters that are analyzed in an individual way in each media and, then, it has compared among them.

This parameters are the kind of coverage, where it is revised if the media analyzed has created a specific section to organize the news related with the topic and the number of news published about the same; the management of the sources, for that it is differenced among personal sources (sources that come of the involves inn the case and their spokesmen and agents), documentary sources (that come of the written documents in printed or online version), expert sources (experienced personalities in the topic) and institutional sources (that come from the public administrations of the national and international ambit); the kind of informative visualization, considering the kind of infographics and the level of interaction that they allow; and the final valuation, where it is valued the extension of the information and the degree of contextualization that it has.

Like it will be check after to make the analysis, the media with a digital nature exceed the traditional media with an online version in all parameters analysed. However there are also differences between *elconfidencial.com* and *eldiario.es* because it is possible to affirm that the first one explodes correctly the options that Data Journalism offers while the second one uses a much improves technique. On the other hand, it is seen clearly how the traditional media with online version keep their news in a very seemed line of their print editions because they presents very simple visual resources that do not allow an interaction with the audience. For that reason, it is possible to affirm that in front of the big works of Data Journalism developed in a worldwide level and getting back in the conceptualizations that each professional make of this journalistic tendency, it is checked that in Spain Data Journalism is not exploded in a good way. If we consider the analysis of the four digital media previously selected, we find that, in general, they disclosed a kind of journalism more explicative and less analytic, so is probable that the professionals that work in the newsrooms of that media do not provide of the necessary knowledge to be consider as data journalists.

This information allows accepting the main hypothesis of that work (Data Journalist is not good exploded in Spain). However, in the analysis of media that make this work it can observe that the native digital diaries exceed in all the

parameters analysed the traditional media with online version. So it is also accepted the last hypothesis: Native digital media work better the Data Journalism than the traditional media.