

La evolución del periodismo de precisión: el blog de *The Guardian* sobre periodismo de datos

The evolution of precision journalism: The Guardian's blog about data journalism

Dra. María Ángeles Chaparro Domínguez
Universidad Internacional de La Rioja
marian.chaparrodominguez@unir.net

Resumen: los avances tecnológicos de los últimos años han propiciado la aparición de nuevas formas de hacer periodismo, entre las que destaca el periodismo de datos. Este es una evolución del conocido como periodismo de precisión, en cuya base se encuentra la investigación documental. En esta nueva modalidad periodística, los datos y los programas informáticos que los tratan se convierten en indispensables para las informaciones, que pueden materializarse tanto en forma de reportajes como en infografías interactivas.

En este estudio, además de acercarnos a este concepto, sus raíces y sus retos en España de cara al futuro, analizaremos uno de los mejores ejemplos de este nuevo tipo de periodismo: el Datablog, del diario británico *The Guardian*. Este micromedio, uno de los pioneros en este tipo de informaciones, se ha convertido en un modelo a seguir para otros periódicos tradicionales, que ven en esta modalidad de blogs una forma de experimentar con nuevas especializaciones periodísticas.

Palabras clave: periodismo de datos, periodismo de precisión, *The Guardian*, blog, Internet.

Abstract: *technological advances in recent years have contributed to the emergence of new forms of journalism, among which is data journalism. This is known as an evolution of precision journalism, which is based on documentary research. In this new type of journalism, the data and software that handle them become indispensable to the information, which can be materialize in the form of reports and in computer interactive graphics.*

In this study, in addition to approach this concept, its roots and its challenges for the future in Spain, we will explore one of the best examples of this new type of journalism: Datablog, of the British newspaper The Guardian. This microsite, one of the pioneers in this type of information, has become a role model for other traditional newspapers, who see in this kind of blogs a form of experimentation related to new journalistic specializations.

Key words: *data journalism, precision journalism, The Guardian, blog, Internet.*

1. Introducción

El periodismo es una profesión cosida a la sociedad, de forma que si esta evoluciona, él lo hará también. Cumple un claro servicio público y, por ello, pese a ser controlado por empresas privadas —lo que garantiza su independencia de los poderes públicos, por otro lado—, tiene que crecer al mismo ritmo que al que lo hacen sus lectores. Por ello, con la creciente importancia —o incluso dependencia— que tiene la sociedad actual de la tecnología y las herramientas web, resulta lógico que se haya desarrollado en los últimos años una nueva forma de hacer periodismo, que pone el foco en los datos y en su manejo informático para encontrar temas sobre los que escribir. Es lo que se conoce como periodismo de datos.

En este estudio nos detendremos en el origen de esta nueva forma de encontrar y contar historias, que no es otro que el periodismo de precisión. Comprobaremos cómo el periodismo de datos es una evolución de este, aunque con alguna diferencia notable. Además, analizaremos el escaso nivel de desarrollo del periodismo de datos en España y estudiaremos un caso práctico, como es Datablog, un medio especializado en esta materia del diario británico *The Guardian*.

2. Periodismo de precisión

2.1 Orígenes y acercamiento al concepto

Desde las primeras gacetas impregnadas en tinta, el periodismo ha vivido una evolución constante en todas sus esferas. A lo largo de las décadas han ido surgiendo nuevos géneros —tanto informativos, como valorativos e interpretativos—, nuevas especializaciones temáticas —ligadas a los gustos y necesidades de la sociedad de cada época— y nuevas formas de ejercer el periodismo, de hacer noticias, de encontrar historias. En esta última innovación podemos situar el periodismo de precisión, que supone aplicar la metodología científica al ejercicio del periodismo.

El periodismo de precisión es un tipo de periodismo que surge como reacción al tradicional, por medio del acercamiento a disciplinas como la sociología y la estadística y al rastreo de datos informatizados (Tejedor y Dader, 2011: 433). Este concepto tiene sus raíces en Estados Unidos, en 1959, cuando Philip Meyer, periodista del *Miami Herald*, investigó por qué resultaban tan caros los seguros escolares. Tras cruzar diferentes datos, descubrió que las compañías de seguros financiaban la mayor parte de la campaña presidencial estadounidense (Galindo, 2004: 98). Gracias a esta investigación se considera a Meyer como el padre del periodismo de precisión, que él

mismo define como la “aplicación de métodos científicos de investigación social y comportamental a la práctica del periodismo” (, 1989: 196).

Según Fermín Galindo, el primero que incorporó por primera vez el concepto de “periodismo de precisión” a la universidad fue Everette Dennis, quien en 1971 utilizó este término en un curso de la Universidad de Oregon para referirse a algunos reportajes de difícil clasificación donde se aplicaba el método científico, lo que se contraponía al enfoque literario del Nuevo Periodismo que estaba tan en boga en aquella época (, 2004: 98).

Existen otras definiciones de periodismo de precisión que lo asimilan, más que a una técnica o forma de trabajo periodística, a un género. Por ejemplo, para el catedrático José Luis Martínez Albertos, el periodismo de precisión viene a ser una modalidad del reportaje en profundidad, como también lo son para él el periodismo interpretativo y el investigativo.

“Todos tienen en común el que fueron lanzados a la palestra conjuntamente por un revulsivo cultural típicamente norteamericano llamado Nuevo Periodismo. Y también tienen en común que esta modalidad supone cierta modificación en el comportamiento del periodista empeñado en desentrañar aspectos de la actualidad informativa cuyo contenido no está muy claro: el periodista, en este caso, desconfía de las fuentes ordinarias y procede a investigar por su cuenta convirtiéndose en una especie de detective privado —caso del asunto Watergate o de los Papeles del Pentágono, etc.—” (, 2007: 320-321).

Pedro Gómez y José Luis Dader, por su parte, consideran que el periodismo de precisión es una especialidad que se acerca tanto al periodismo de investigación como al científico, dando valor al trabajo desarrollado por los estadísticos y los sociólogos. “Y [el periodismo de precisión] da un paso más al procurar que el periodista maneje las técnicas estadísticas y científicas de los sociólogos para describir con rigor numérico la realidad social que narra” (, 1993: 53).

En síntesis, el periodismo de precisión supone un cambio metodológico en el ejercicio del periodismo. Frente al Nuevo Periodismo, que echaba mano de la literatura, se

aplican técnicas de investigación hasta entonces nunca utilizadas en la profesión, procedentes de las ciencias sociales, en concreto, de la estadística y la sociología. El periodista, en lugar de buscar sus temas y confiar en las fuentes orales, decide investigar por su cuenta a través de fuentes documentales, ayudándose de las herramientas informáticas disponibles. El rigor es la clave de esta nueva forma de hacer periodismo.

2.2 Etapas y especializaciones

Según Homero Valencia, se pueden distinguir dos etapas bien diferenciadas en el desarrollo del periodismo de precisión:

“1) la cuasi prehistórica, la de acercamiento, cuando los medios comenzaron a convertir en noticia los informes de los científicos sociales, y 2) la de consolidación, cuando fueron los propios periodistas los que aplicaron esos métodos de los científicos sociales. En esta segunda etapa pueden distinguirse a su vez dos fases: 1) la pasiva, que consiste en el mero comentario interpretativo que un periodista experto en investigación social puede hacer sobre sondeos de opinión u otra investigación sociológica, y 2) la activa, que supone la incorporación de la planificación de investigación social, de las técnicas de análisis estadísticos, del rastreo informático y del diseño de las investigaciones periodísticas” (, 2009: 79).

Es, por tanto, en la segunda fase de la última etapa enunciada por Valencia donde el periodista tiene un papel realmente activo en el proceso informativo pues aquí él es el encargado de aplicar las técnicas de las ciencias sociales al ejercicio periodístico. En las otras fases, es dependiente de sociólogos, estadísticos y otros científicos de la rama social del conocimiento.

Por otro lado, en lo que se refiere a las áreas del periodismo de precisión, las especializaciones que se desprenden de él son variadas. Entre ellas, destacan el análisis de estadísticas oficiales e informes sociológicos, el diseño y la realización de experimentos sociales para reportajes sobre la vida cotidiana o el análisis y la puesta en marcha de sondeos de opinión (Dader, 1997: 47-80).

Esta nueva especialidad periodística requiere, por tanto, que los profesionales de la información se formen en áreas diferentes a las del periodismo tradicional, más técnicas, científicas y humanas, al mismo tiempo, como son la sociología, la estadística y la informática. Pero no pueden perder de vista, como bien indica Fermín Galindo, que “la primera herramienta del periodismo de precisión es la imaginación” (, 2004: 106).

3. Periodismo de datos

3.1 El valor de los datos

En los últimos años se escuchan cada vez más en las redacciones de los mejores medios de todo el mundo las palabras “data journalism”, o su traducción al castellano, “periodismo de datos”. A continuación comprobaremos cómo no deja de ser una evolución del periodismo de precisión, puesto que su metodología y objetivos resultan muy similares.

Según Flores y Salinas, este nuevo tipo de periodismo “consiste en usar herramientas estadísticas y de visualización para contar mejor las viejas historias y descubrir nuevas historias que contar. Es la nueva veta del periodismo de investigación” (, 2012: 7). Mar Cabra, una de las mejores periodistas españolas en esta especialidad, define este concepto en pocas palabras: “Se trata de recabar y analizar grandes cantidades de información y datos detallados para después hacerlos comprensibles a la audiencia a través de artículos, visualizaciones o aplicaciones” (, 2012).

Paul Bradshaw, profesor de la Birmingham City University, por su parte considera que el periodismo de datos es una combinación valiosa de diferentes factores:

“What makes data journalism different to the rest of journalism? Perhaps it is the new possibilities that open up when you combine the traditional ‘nose for news’ and ability to tell a compelling story, with the sheer scale and range of digital information now available. [...] Data journalism can help a journalist tell a complex story through engaging infographics” (Gray, Bounegru y Chambers, 2012).

La materia prima principal del periodismo de datos son los datos de las administraciones públicas, pues son a ellas a donde van a parar los impuestos de los ciudadanos y, por eso, tienen derecho a que toda esa información que generan y que compete a dichos organismos sea pública, para saber así en qué se gastan sus

tributaciones. Eso explica que en los últimos años se hayan desarrollado iniciativas relacionadas con el *open data* (su traducción sería “datos abiertos”), que pretende una circulación libre de los datos y el *open government*, que es la aplicación del *open data* a las administraciones públicas. En España, únicamente a nivel autonómico encontramos iniciativas interesantes de este tipo. Un ejemplo es Irekia, la plataforma de *open government* y participación ciudadana del ejecutivo vasco¹. Otro ejemplo autonómico de interés es Datos Abiertos Gencat, un repositorio de datos públicos de la Generalitat de Cataluña².

Otro punto importante que corre en paralelo al *open data* son las leyes de transparencia. En España, el Proyecto de Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno está en la actualidad en trámite parlamentario. En el resto de la Unión Europea, la situación es distinta, puesto que los únicos países que no han aprobado ninguna ley de transparencia, como España, son Chipre y Luxemburgo.

Tal y como sucede con el *open government*, en el plano autonómico existe un mayor desarrollo en esta materia legislativa. Así, el pasado mes de diciembre entró en vigor la Ley Foral de Transparencia y Gobierno Abierto de Navarra, pionera en España. El texto permite que los ciudadanos de esta comunidad ejerzan su derecho a la información pública al poder solicitar documentos de las administraciones públicas de la Comunidad Foral, con limitaciones en cuanto a la seguridad pública, protección de la intimidad, el honor, la imagen, los datos personales, los derechos de los menores de edad y otros derechos (BOP, 2012: 14-15).

Volviendo al periodismo de datos, y enlazando con la hipótesis de partida de nuestro estudio, a tenor de lo explicado, observamos, por tanto, cómo se puede considerar que el periodismo de datos es una evolución del periodismo de precisión puesto que en ambos casos el periodista busca historias sobre las que escribir en bases documentales, en datos, y no en el testimonio de las fuentes que engordan su agenda. Es a través del manejo y el cruce de estos datos como logran encontrar temas ocultos que interesan a la sociedad. La principal diferencia que separa a estas formas de hacer periodismo es el tratamiento informático de los datos, ya que cuando se desarrolló el periodismo de precisión, en el último tercio del siglo XX, las herramientas tecnológicas estaban muy poco desarrolladas, lo que hacía que los periodistas no siempre pudieran utilizarlas,

¹ <http://www.irekia.euskadi.net/es/pages/2902>

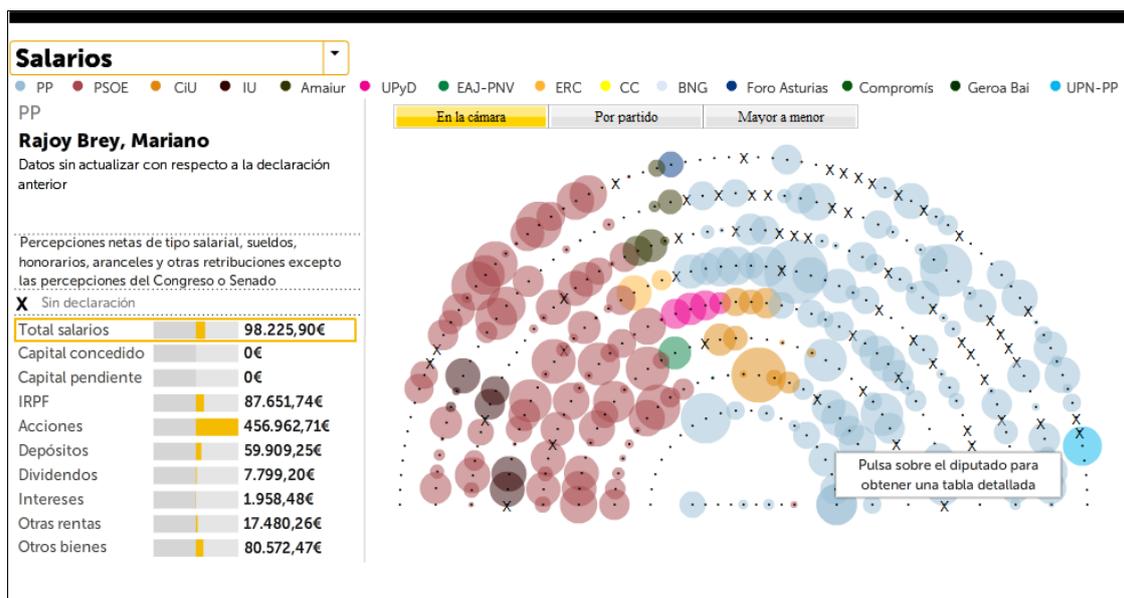
² http://www20.gencat.cat/portal/site/dadesobertes?newLang=es_ES

mientras que el periodismo de datos, desarrollado en los últimos años, tiene una absoluta dependencia tecnológica.

3.2 Situación en España

Pese a su importancia creciente, el periodismo de datos es una especialización apenas explotada en España. Son muy pocos los medios de comunicación, sean digitales o en papel, que apuestan por ella mediante secciones o espacios en sus páginas³. Entre los medios pioneros, destaca Lainformacion.com, que en su blog temático sobre periodismo y tecnología 233 grados recoge diferentes noticias sobre esta cuestión. Además, Lainformacion.com, con una periodicidad espaciada, elabora infografías interactivas basadas en este tipo de periodismo, como sucedió en febrero de 2012, cuando publicó una herramienta gráfica que permitía la visualización del patrimonio de los diputados españoles, a raíz de la declaración de bienes que tuvieron que entregar todos ellos⁴ (véase la figura 1).

Figura 1. Gráfico de Lainformacion.com sobre el patrimonio de los diputados



Quizá una de las causas de este escaso desarrollo haya que buscarla en la base, en la formación de los profesionales de la información. En España solo existe un máster de periodismo de datos, que comenzó a andar este curso académico, titulado “Periodismo

³ En radio y televisión, el periodismo de datos es prácticamente inexistente. En el caso de los grandes diarios tradicionales, *El Mundo* y *El País* han publicado algún reportaje de este tipo. En su versión web, el segundo de ellos publicó el pasado mes de febrero un especial titulado “Todos los papeles de Bárcenas”, donde permitía que el lector buscara entre la ingente cantidad de papeles del extesorero del Partido Popular, Luis Bárcenas, introduciendo importes, nombres de personas que recibían los pagos, tipos de operaciones o fechas (fuente: http://elpais.com/especiales/2013/caso_barcanas/todos_los_papeles.html).

⁴ Fuente: <http://especiales.lainformacion.com/espana/patrimonio-diputados/>

de Investigación, Datos y Visualización” e impartido de manera conjunta por la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid) y el conglomerado mediático Unidad Editorial. Google también colabora en este máster mediante la concesión de becas de estudio para sufragar su coste económico.

En otro ámbito, en 2011 y 2012 Medialab Prado, un centro de innovación cultural y social financiado por el Ayuntamiento de Madrid, desarrolló unos talleres de periodismo de datos, que contaron con los mejores profesionales de este campo como ponentes. Entre ellos, destacan Mar Cabra, Alberto Cairo, David Cabo, José Luis de Vicente y Victoria Andérica. En esta línea se puede situar también el curso de verano de la Universidad Complutense del pasado mes de julio, impartido en El Escorial y titulado Periodismo de datos, en el que colaboraron Lainformacion.com, la Fundación Ciudadana Civio y Access Info Europe.

Ese mismo mes la Universidad del País Vasco, en el marco de sus cursos de verano en el Palacio de Miramar, también impartió unos talleres sobre periodismo de datos y *open data*. No era algo nuevo en Euskadi. Un mes antes Irekia, la mencionada plataforma de *open government* del ejecutivo vasco, organizó en las capitales de las provincias de Euskadi varios talleres gratuitos para periodistas sobre esta materia.

Y no podemos terminar este breve repaso a la situación del periodismo de datos en España sin referirnos a la Fundación Ciudadana Civio, que ha participado en la creación e impartición de todos los cursos y talleres citados anteriormente. Esta agrupación sin ánimo de lucro intenta que el *open data* y la Ley de Transparencia sean una realidad en España. En ese contexto de visualización social de datos de las corporaciones públicas se enmarcan varias iniciativas que podrían considerarse claros ejemplos de periodismo de datos, como es “España en llamas”⁵, una herramienta interactiva con formato de mapa donde aparecen todos los incendios forestales de más de cien hectáreas ocurridos entre 2001 y 2010 y que permite obtener información sobre cada uno de ellos (véase la figura 2), o “¿Dónde van mis impuestos?”⁶ (véase la figura 3), que desglosa de forma gráfica todas las partidas de los Presupuestos Generales del Estado desde 2008 hasta 2013.

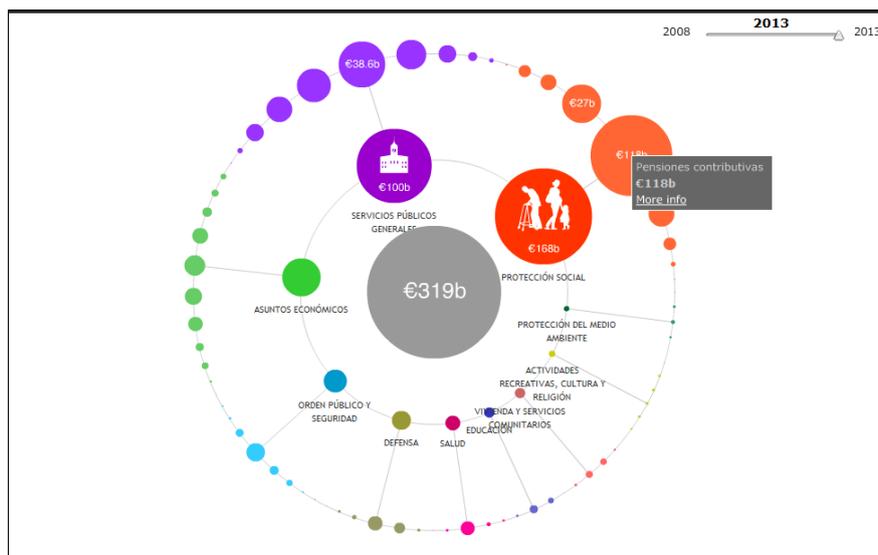
Figura 2. Mapa de “España en llamas”, de Fundación Ciudadana Civio

⁵ Fuente: <http://www.espanaenllamas.es/>

⁶ Fuente: <http://www.dondevanmisimpuestos.es/>



Figura 3. Visualización de “¿Dónde van mis impuestos?”, de la Fundación Ciudadana Civio



4. Caso práctico. El blog sobre periodismo de datos de *The Guardian*

El espacio destinado al periodismo de datos en el diario londinense *The Guardian* es un lugar virtual, un blog alojado en su página web llamado Datablog. Este espacio —que está en la línea de blogs o secciones sobre periodismo de datos de las versiones digitales de otros medios de relevancia internacional, como los estadounidenses *The New York Times*⁷ y *Chicago Tribune*⁸ o el diario argentino *La Nación*⁹— nació en 2009, por lo que se considera uno de los pioneros en su campo.

⁷ El blog de *The New York Times* sobre periodismo de datos se llama Open Blog y esta es su dirección web: <http://open.blogs.nytimes.com/>

⁸ El espacio dedicado al periodismo de datos de *Chicago Tribune* se llama Maps & Apps y esta es su dirección web: <http://www.chicagotribune.com/news/data/>

Actualmente, el equipo humano de Datablog está formado por cinco profesionales: Simon Rogers, editor del departamento, cargo que compatibiliza con la edición de noticias del diario; Ami Sedghi, investigadora de datos y reportera; John Burn-Murdoch, investigador de datos y reportero de perfil *junior*; James Ball, periodista de datos que antes de entrar en Datablog trabajó en Wikileaks y en Bureau of Investigative Journalism, y Katy Stoddard, que forma parte del equipo de investigación de *The Guardian*¹⁰.

Para Rogers, el periodismo de datos ha de cumplir un decálogo básico¹¹:

1. *It may be trendy but it's no new*: el periodismo de datos no es nuevo. El 5 de mayo de 1821 el periódico *Manchester Guardian* (que décadas después se convertiría en *The Guardian*) incluía una gran tabla en un reportaje de investigación sobre los gastos de todas las escuelas de Manchester y su número de alumnos. La diferencia nuclear entre aquel periodismo y el que desarrollan en Datablog es que hace casi dos siglos, los datos solo se podían consultar en libros o fuentes similares, mientras que en la actualidad los periodistas buscan los datos que necesitan en bases de datos informatizadas.
2. *Open data means open data journalism*: gracias a la filosofía *open data*, auspiciada por las leyes de transparencia de los países democráticos, los periodistas se topan con un ingente volumen de información proveniente de organismos públicos de todo tipo.
3. *Has data journalism become curation?*: al ser un tipo de periodismo de investigación, para muchos el periodismo de datos es la salvación del cuarto poder. Sin embargo, es una especialidad muy poco desarrollada globalmente y que no puede sustituir a otros tipos de periodismo.
4. *Bigger datasets, smaller things*: gracias al creciente número de información pública se pueden investigar temas de todo tipo, no solo de una esfera macro. Un ejemplo podría ser el número de becas para guarderías públicas concedidas en función de los distritos de una ciudad. Es un tema pequeño que despierta interés en la sociedad.
5. *Data journalism is 80% perspiration, 10% great idea, 10% output*: cada reportaje o infografía proveniente de este tipo de periodismo lleva numerosas

⁹ El citado blog de *La Nación* se llama Data y esta es su dirección web: <http://blogs.lanacion.com.ar/data/>

¹⁰ Fuente: <http://www.guardian.co.uk/media/datablog/2012/mar/07/open-data-journalism>

¹¹ Reproducimos de manera literal los aforismos enunciados por Rogers puesto que pensamos que si los tradujésemos perderían fuerza y matices. Después los desarrollamos reelaborados. La fuente de los aforismos es la siguiente: <http://www.guardian.co.uk/news/datablog/2011/jul/28/data-journalism>

- horas de trabajo detrás. Es por ello que nos encontramos con una especialización que requiere, entre otras cualidades, paciencia y perseverancia.
6. *Long and short-form*: hace años los reportajes basados en análisis de bases de datos tardaban meses en publicarse, puesto que la labor de búsqueda documental era muy lenta. Hoy en día, gracias a los avances informáticos, los plazos en la fase de investigación se han reducido de manera notable.
 7. *Anyone can do it*: el buscador Google ha puesto al alcance de todos distintas herramientas gratuitas que son básicas en el desarrollo del periodismo de datos, como son Google Fusion Tables o Google Charts. Otras herramientas similares —disponibles también de manera gratuita— son Many Eyes o Timetric.
 8. *But looks can be everything*: el diseño es clave en la presentación de los datos que ha encontrado el periodista, con el fin de que estos se puedan entender por completo. Sin un buen diseño, el mensaje que se quiere transmitir no llegará al público, aunque los datos que lo nutran sean de gran calidad.
 9. *You don't have to be a programmer*: para ser un buen periodista de datos no es necesario ser informático. Lo importante hacerse las preguntas adecuadas, que se pueden resumir en: ¿qué puedo extraer de estos datos?, ¿qué aportan que no se conozca?, ¿qué ocurriría si cruzase estos datos con otros?
 10. *It's (still) all about stories*: el periodismo de datos no tiene que plasmarse únicamente en gráficos o mapas. Lo importante es que el periodista, una vez que ha conseguido extraer los datos interesantes ayudado por herramientas informáticas, cuente al público aquello que ha encontrado de la mejor manera posible, la que sea más clara. Hay que seguir contando historias.

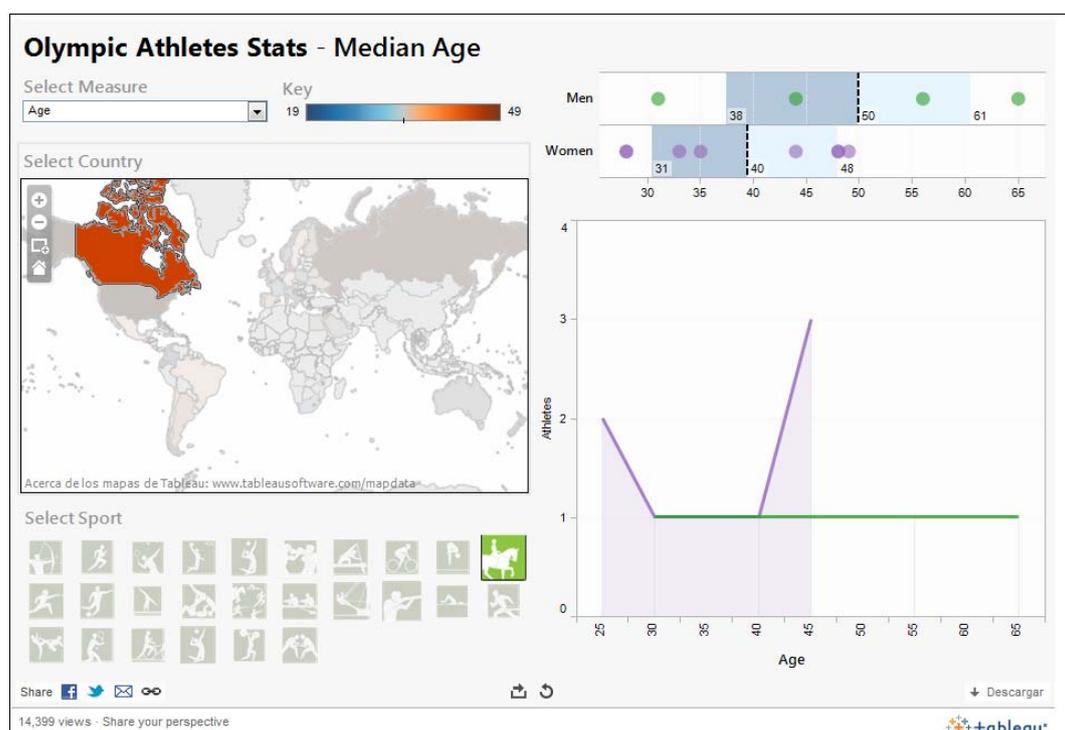
Además del decálogo anterior, Rogers ha compartido su experiencia al mando de Datablog en la obra *Facts are sacred. The power of data*, editada por *The Guardian*. El título hace referencia a la popular frase del editor y el propietario de *The Guardian* en 1921, Charles Prestwich Scott, que sentenció: “Comment is free but facts are sacred”. En ella Rogers explica cómo los datos han cambiado el mundo y qué información nos pueden transmitir. Es, al mismo tiempo, un manifiesto de un nuevo modo de ver las cosas. “And it shows how not only is data journalism changing in itself, it's changing journalism too. And the world”¹².

En sus cuatro años de vida, Datablog ha publicado numerosos reportajes escritos, que en la mayoría de los casos se han complementado con mapas y otras herramientas

¹² Fuente: <http://www.guardian.co.uk/news/datablog/2012/jan/06/facts-sacred-guardian-shorts-ebook>

interactivas. Un ejemplo representativo de ellos apareció el 7 de agosto de 2012, con el título “Could you be an athlete? Olympics 2012 by age, weight and height”¹³ y elaborado por Rogers y Nicola Hughes, informática de *The Guardian*. En él se analizaron los datos de los 10.383 deportistas que participaron en las Olimpiadas de Londres de ese año, prestando atención a su país de procedencia, deporte, edad, sexo, peso y altura. De este modo, además de extraer conclusiones parciales en cuanto a nacionalidades y especialidades deportivas, demostraron que la media de todos los datos analizados se correspondía con un deportista de 26 años, de 72,8 kilos de pesos y 1,76 metros de altura. La información se presentó en un reportaje escrito y en un gráfico interactivo (ver figura 4).

Figura 4. Gráfico interactivo de Datablog que acompaña al reportaje “Could you be an athlete? Olympics 2012 by age, weight and height”



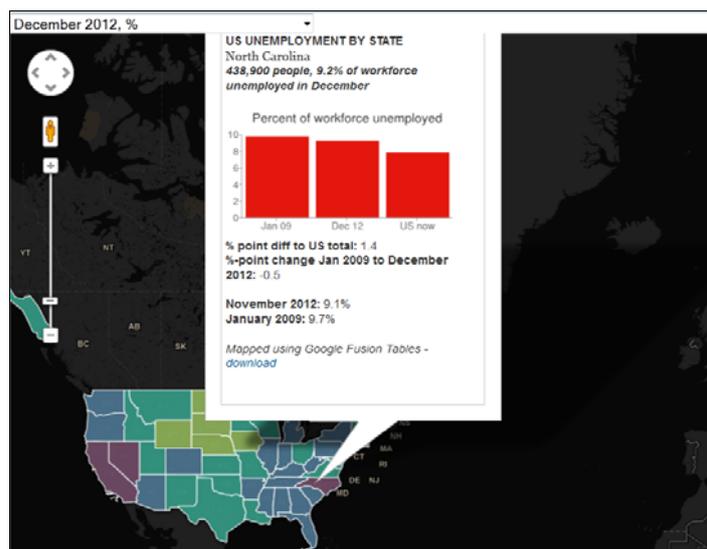
Otro ejemplo es el reportaje titulado “US jobless data: how has unemployment changed under Obama?”, publicado el 1 de febrero de 2013¹⁴. En él Rogers y Burn-Murdoch hacen una completa radiografía geográfica de la situación de desempleo en Estados Unidos desde que Barack Obama llegó al poder en enero de 2009. Como sucedía en el ejemplo anterior, este trabajo periodístico está dividido en dos géneros informativos:

¹³ Fuente: <http://www.guardian.co.uk/sport/datablog/2012/aug/07/olympics-2012-athletes-age-weight-height>

¹⁴ Fuente: <http://www.guardian.co.uk/news/datablog/2011/oct/07/us-jobless-unemployment-data>

un reportaje, donde destacan los datos más relevantes que han descubierto y que incluye algunos gráficos y tablas sencillas, y una herramienta infográfica interactiva que permite al lector pinchar en cada estado para ver la evolución de su tasa de desempleo durante el mandato de Obama (véase la figura 5).

Figura 5. Gráfico interactivo de Datablog que acompaña al reportaje “US jobless data: how has unemployment changed under Obama?”



5. Conclusiones

El periodismo de datos es una evolución del periodismo de precisión. Como él, bucea en las estadísticas y otro tipo de datos con el fin de encontrar historias que interesen a la sociedad. Es, por tanto, una nueva forma de hacer periodismo, que requiere nuevas habilidades por parte de los periodistas, que tendrán que saber manejar diferentes programas informáticos para sacar el máximo partido al *open data*. Un buen ejemplo de este tipo de periodismo, muy poco desarrollado en España, es Datablog, de *The Guardian*, hasta el punto de que se ha convertido en un referente para cualquier medio que quiera iniciarse en esta especialidad.

El principal reto del periodismo de datos es afianzarse en los principales medios de comunicación de todo el mundo. En España, por ejemplo, ninguno de los diarios de referencia tiene un departamento similar al del Datablog, dedicados en exclusiva a investigar y procesar datos ayudados por herramientas informáticas. Uno de los motivos de esta laguna podría encontrarse en las facultades, puesto que es una disciplina olvidada en los planes de estudio del grado de Periodismo o Comunicación Audiovisual. Aunque están surgiendo talleres y estudios de posgrado sobre esta

materia, es una disciplina con un gran componente autodidacta, lo que dificulta su expansión.

Otro motivo del escaso desarrollo de esta especialización periodística en España es la escasez de datos abiertos en las instituciones y organismos públicos, así como la inexistencia de una Ley de Transparencia a nivel nacional que permita que los periodistas puedan acceder a los datos que manejan las administraciones públicas. Sin esta valiosa materia prima, resulta muy difícil que el periodismo de datos pueda desarrollarse y afianzarse en España.

El periodismo de datos es, además, una jugosa veta de trabajo casi sin explorar que se puede convertir a medio y largo plazo en una salida laboral para los miles de periodistas que están en situación de desempleo en España, debido a la crisis económica actual. Les puede abrir las puertas tanto de medios de comunicación como de empresas de otro tipo.

“Additionally, getting into data journalism offers a future perspective. Today, when newsrooms cut down, most journalists hope to switch to public relations. Data journalists or data scientists though are already a sought-after group of employees, not only in the media. Companies and institutions around the world are looking for ‘sensemakers’ and professionals, who know how to dig through data and transform it into something tangible” (Gray, Bounegru y Chambers, 2012).

6. Bibliografía

BOP (Boletín Oficial del Parlamento de Navarra) (2012): n. 54, 31 de mayo. Disponible en: <http://www.parlamentodenavarra.es/UserFiles/File/BOP/B2012054.pdf> [fecha de consulta: 4 de febrero de 2013].

Cabra, Mar (2012): Entrevista por Virginia Servera en *UOC.elperiodico.com*, 12 de junio de 2012. Disponible en: <http://uoc.elperiodico.com/2012/06/12/periodismo-de-datos-he-visto-su-poder-y-lo-quiero/> [fecha de consulta: 4 de febrero de 2013].

Dader, José Luis (1997): *Periodismo de precisión*. Madrid: Síntesis.

Flores Vivar, Jesús y Salinas Aguilar, Cecilia (2012): "Sinergias en la construcción del Nuevo Periodismo derivadas del Data Journalism y el Transmedia Journalism". En III Congreso Internacional Comunicación 3.0. Salamanca, 10 y 11 de octubre de 2012. Disponible en: http://www.2ip.es/wp-content/uploads/2013/01/sinergias_construccion_nuevoperiodismo.pdf [fecha de consulta: 29 de enero de 2013].

Galindo, Fermín (2004): "Propuesta de periodización histórica y evolución conceptual del Periodismo de Precisión". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, volumen 10, Madrid, pp. 97-112. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0404110097A/12572> [fecha de consulta: 29 de enero de 2013].

Gómez, Pedro y Dader, José Luis (1993): "El periodismo de precisión, la eficiencia de la información periodística interesada". En Peñafiel, Carmen y Zabaleta, Iñaki (eds.): *Innovaciones tecnológicas en radio y televisión*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

Gray, Jonathan; Bounegru, Liliana y Chambers, Lucy (2012): *Data Journalism Handbook. How journalists can use data to improve the news*. Londres: Open Knowledge Foundation. Disponible en: <http://www.datajournalismhandbook.org/1.0/en/index.html> [fecha de consulta: 4 de febrero de 2013].

Martínez Albertos, José Luis (2007): *Curso General de Redacción Periodística*. Madrid: Paraninfo.

Meyer, Philip (1989): "Precision Journalism and the 1988 US Elections". En *International Journal of Public Opinion Research*, volumen 1, número 3, pp. 195-205.

Rogers, Simon (ed.) (2011): *Facts are sacred. The power of data*. Londres: Guardian Books.

Tejedor Fuentes, Laura y Dader García, José Luis (2011): "El patrimonio del César ante el Perro Guardián: un análisis de Periodismo de Precisión sobre la transparencia económica de los miembros del Gobierno en España". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, volumen 17, número 2, pp. 431-455. Disponible en:

<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/38124/36876> [fecha de consulta: 29 de enero de 2013].

Valencia, Homero (2009): "Corrientes renovadoras en el periodismo contemporáneo. Periodismo de precisión: el método socioinformático de investigación de la actualidad". En *Comunicación y hombre*, noviembre de 2009, número 5, Madrid, pp. 75-86. Disponible en: http://www.comunicacionyhombre.com/pdfs/05_i_homerovalencia.pdf [fecha de consulta: 29 de enero de 2013].

6.1 Páginas web consultadas

Data, en *La Nación*, <http://blogs.lanacion.com.ar/data/> [fecha de consulta: 1 de febrero de 2013].

Datablog, en *The Guardian*, <http://www.guardian.co.uk/news/datablog> [fecha de consulta: 1 de febrero de 2013].

Datos Abiertos Gencat, de la Generalitat de Catalunya, http://www20.gencat.cat/portal/site/dadesobertes?newLang=es_ES [fecha de consulta: 4 de febrero de 2013].

"¿Dónde van mis impuestos?", de Fundación Ciudadana Civio, <http://www.dondevanmisimpuestos.es/> [fecha de consulta: 4 de febrero de 2013].

"España en llamas", de Fundación Ciudadana Civio. <http://www.espanaenllamas.es/> [fecha de consulta: 4 de febrero de 2013].

Especial sobre el patrimonio de los diputados, en Lainformación.com, <http://especiales.lainformacion.com/espana/patrimonio-diputados/> [fecha de consulta: 4 de febrero de 2013].

Irekia, del Gobierno vasco, <http://www.irekia.euskadi.net/es/pages/2902> [fecha de consulta: 4 de febrero de 2013].

Maps & Apps, en *Chicago Tribune*, <http://www.chicagotribune.com/news/data/> [fecha de consulta: 1 de febrero de 2013].

Open Blog, en *The New York Times*, <http://open.blogs.nytimes.com/> [fecha de consulta: 4 de febrero de 2013].

"Todos los papeles de Bárcenas", en *El País*, http://elpais.com/especiales/2013/caso_barceñas/todos_los_papeles.html [fecha de consulta: 4 de febrero de 2013].