

Universitat Miguel Hernández d'Elx
Facultat de Ciències Socials y Jurídiques d'Elx
Grau en Periodisme

Treball Fi de Grau

Curso Acadèmic 2020-2021



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

***Periodistes de dades en redaccions locals i regionals a
Espanya***

Data journalists i local and regional Spanish newsrooms

Alumne: Luis Sempere Ramon

Tutor: Félix Arias Robles



Resumen:

El periodisme de dades és des de fa uns anys un dels camps de la professió que l'Acadèmia més ha estudiat degut a la novetat del fenomen i al seu creixement. No obstant això, els periodistes que treballen a redaccions locals i regionals amb el periodisme de dades no han estat suficientment estudiats. Investigar quina és la seua forma de treballar, les mancances que tenen i revisar de quina manera necessiten millorar les seues condicions és essencial per a millorar aquest camp. El periodisme local i regional és el que més a prop de les audiències treballa i el que més fàcilment pot explicar la realitat als seus lectors i les ferramentes del periodisme de dades són essencials per a fer-ho en un món governat per ingents quantitats de informació que generem cada dia. A partir d'entrevistar 13 professionals del sector, es defineixen alguns trets comuns en tots ells, algunes mancances estructurals i algunes propostes per a millorar la seua situació. Els periodistes espanyols als que s'ha entrevistat treballen en diferents comunitats autònomes i amb projectes molt diferents. No obstant això, s'han trobat trets comuns, com la dificultat d'accés a les fonts o la falta de temps per a fer projectes profunds de periodisme de dades degut a la immediatesa. Amb tot i això, alguns periodistes intenten aplicar les ferramentes del PD en les seues redaccions locals i regionals amb moltes dificultats. Altre dels principals entrebancs que es comenten és la escassa formació en periodisme de dades que es dona a les universitats espanyoles, cosa que podria fer revifar aquesta modalitat del periodisme en les xicotetes redaccions locals i regionals.

Abstract:

Since few years ago, data journalism has been one of the most studied journalism fields by academics. That is because this phenomenon is new, growing and a strong branch of journalism. Despite this fact, we have not studied how journalists work in local and regional newsrooms using data journalism. Researching the way they work, the lacks they have and how they need to improve their conditions is essential to improving this field. Local and regional journalism is the one that works closest to audiences and can most easily explain reality to its readers. The tools of data journalism are essential to do so in these times when huge amounts of information are generated every single day. However, some journalists find difficult to apply the tools of data journalism in their local and regional newsrooms. By interviewing 13 local journalists who work on data, we discovered some common feature, structural shortcomings and some proposals to improve their situation. The Spanish journalists interviewed work in different regions and with very different projects, but common features have been found, such as the difficulty of accessing sources or the lack of time to do in-depth data journalism projects due to information immediacy. Another of the main pitfalls discussed is the lack of training on data journalism provided by the Spanish universities, which could foster this form of journalism in small local and regional newsrooms.

Paraules clau:

Periodisme de dades, periodisme local, periodisme regional, redaccions, periodistes.

Keywords:

Data journalism, local journalism, regional journalism, newsrooms, journalist.

Índex

1. Introducció.....	5
1.1. Justificació.....	5
1.2. Objectius.....	6
1.3. Hipòtesis.....	7
2. Estat de la qüestió.....	8
2.1. Periodisme de dades.....	8
2.2. Periodisme local.....	10
2.3. Periodisme local de dades.....	11
3. Metodologia.....	14
3.1. Selecció dels entrevistats.....	14
3.2. Disseny del formulari.....	15
3.3. Realització de les entrevistes.....	15
4. Resultats.....	17
4.1. Treball diari.....	17
4.2. Visió del periodisme de dades.....	19
5. Conclusions.....	21
6. Proposta de millora.....	23
6.1. La formació del periodista.....	23
6.2. La relació del periodista amb el mitjà.....	23
6.3. La relació del periodista i el mitjà amb les institucions.....	24
7. Annexes.....	26
7.1. Annex 1: Qüestionari.....	26
8. Bibliografia.....	27

1. Introducció

1.1. Justificació

Les institucions més properes als ciutadans són els ajuntaments. D'ells depenen les accions polítiques que més directament afecten la vida quotidiana de les persones: ficar rampes a les voreres, habilitar més aparcaments o canviar el model de gestió de residus. De la mateixa manera, els mitjans de comunicació que més apel·len a la ciutadania són els locals. Aquests negocis, xicotets la majoria de vegades, parlen precisament d'aquestes qüestions que més afecten les seues vides.

Un cas semblant pot ocórrer amb el periodisme de dades (PD). El primer cop que el nomenem, potser ens vinga la imatge d'un projecte enorme, fet per una de les grans capçaleres de l'estat i amb grans temes que fan trontollar l'estabilitat de l'estructura de la qual parla. Aquests, potser, siguen els grans temes fets amb equips enormes i caríssims que aplegaran al gran públic i es llegiran durant algunes setmanes, o inclús, mesos. No obstant això, s'ha de tenir en compte que existeix un periodisme de dades, més discret, més barat, i amb equips més xicotets, inclús, podríem dir precaris; que arriba a les persones d'una forma més directa, que simplifica la realitat de la ciutadania per tal d'explicar-la.

Una narrativa molt extensa que parla de totes les comunitats autònomes i que conta la història de dues persones que viuen a 700 i a 1.200 quilòmetres del poble del lector, difícilment conscienciarà o cridarà l'atenció del consumidor; que comprendrà el tema com aliè a ell. Si la mateixa narrativa l'aplicarem a la regió del lector (comparant amb altres, per què no) i explicarem el testimoni d'un veí seu, o algú del poble que té al costat, segurament aqueix lector vegi la situació que s'exposa a la porta de sa casa.

El periodisme local (PL) i regional es constitueix com un tipus de periodisme de proximitat, amb vocació de servei públic i que tracta al lector amb un grau d'individualitat únic, amb la consciència que aquest poble i els seus veïns tenen uns problemes i no altres, viuen d'una manera i no d'altra, i els preocupen uns temes i no altres (Nielsen, 2015). Al contrari, el gran periodisme nacional, tendeix a explicar grans problemes d'estat que moltes vegades són estranys a gran part de la població o qüestions localitzades que reflecteixen un gran problema propi de l'estat.

De fet, moltes vegades, les grans històries que contenen les grans capçaleres nacionals poden servir d'espill per a les xicotetes redaccions de mitjans locals o regionals, per a tractar el mateix problema, que en un moment donat es posa sota el focus de l'agenda mediàtica i l'opinió pública, en clau local o regional.

Per exemple, al mes de gener d'aquest 2021, quan la borrasca Filomena va sacsejar la Península, el focus mediàtic es va posar sobre la pobresa energètica, les barriades sense llum i com s'enfrontava a això el govern nacional. Els reportatges i les cròniques que van emplenar les pàgines de les grans capçaleres van parlar molt sobre un tema local com a pretext per a exposar un problema en l'àmbit nacional, la situació de la "Canyada Real" a Madrid. Aquest tema va servir perquè mitjans regionals tractaren la pobresa energètica, situacions extremes estructurals que es viuen a Catalunya o al País Valencià, com a Sant Pau de Benimàmet. Aquest mateix focus d'actualitat va servir també perquè altres mitjans locals parlaren de l'estat d'aquest demà a la seua ciutat. Per exemple, al mitjà local crevillentí TeleCrevillent, amb aquest pretext, es va publicar un reportatge sobre la sobirania energètica que havia aconseguit la ciutat amb la seua Cooperativa Elèctrica i la instal·lació d'un gran camp de plaques fotovoltaïques.

De fet, no resulta estrany escoltar moltes vegades com la gent plana es queixa de l'excés d'atenció de les grans capçaleres nacionals amb Madrid i Catalunya. Bon exemple d'aquest centralisme que demostren els mitjans és l'emissió dels debats electorals de Madrid i Catalunya per RTVE a tot l'estat. A la resta d'eleccions autonòmiques no s'emeten els debats. Aquest és sols un exemple, però podríem estar esmentant-ne moltíssims com la cobertura exagerada de la borrasca Filomena a Madrid, en tant i en quant, durant l'hivern, centenars de pobles de Castella, Aragó o Astúries es queden incomunicats per la neu i capçalera nacional desplega una cobertura.

Tant el PD com el PL es converteixen, per tant, en ferramentes imprescindibles per tal d'explicar als ciutadans la realitat més costosa de fer accessible per la quantitat de dades complexes que la defineix, d'una banda; i de la més propera a ells, d'altra. Totes dues es poden combinar per a crear narratives de proximitat que puguen explicar, de forma planera quantitats ingents de dades que defineixen la vida de la ciutat (qualitat de les aigües, multes de trànsit, etc).

Però, s'ha de tindre en compte que, si alguna cosa defineix les redaccions locals i regionals és el volum de treball per professional. Per això, trobem imprescindible investigar de quina manera aquests professionals poden, o no, fer narratives de dades al seu lloc de treball.

1.2. Objectius

Amb tot l'explicat anteriorment, s'obri un ventall de possibilitats d'investigació que poden donar llum a com els qui es dediquen a fer narratives basades en dades a ciutats o regions fan la seua tasca. És imprescindible, per tal de millorar la situació d'aquests periodistes, conèixer ben bé quina és la seua situació actualment i determinar quin és el camí a seguir per tal d'arribar a una situació òptima que els permeta desenvolupar la seua feina com pertoca.

Llavors, aquest treball es planteja una sèrie d'objectius que es recullen tots dins del de definir una mica millor quina és la situació actual, per tal de fer una proposta, basada en resultats concrets. Aquests objectius concrets són, per tant:

- O1:** Descriure el panorama general dels professionals del periodisme de dades que treballen en mitjans locals/regionals en l'Estat Espanyol.
- O2:** Explicar en quina situació treballen els professionals del periodisme de dades en redaccions locals i regionals.
- O3:** Comprendre com s'adapten les dinàmiques de treball del periodisme de dades a redaccions més petites.
- O4:** Fer una proposta de millora per a la situació i condicions de treball dels periodistes de dades que treballen a l'àmbit local i regional.

1.3. Hipòtesis

Els objectius que es planteja aquest treball parteixen d'unes hipòtesis definides d'acord amb l'observació i que, amb la metodologia del treball, es pretenen confirmar o refutar per tal

d'aconseguir fer la proposta que anteriorment es comenta. D'aquesta manera, les hipòtesis que es formulen són:

H1: Els periodistes de dades que treballen en mitjans locals i regionals se centren principalment als grans centres polítics i econòmics d'Espanya, com ara Barcelona i Madrid.

Les grans ciutats de l'estat són les que més atenció mediàtica tenen. On més recursos econòmics poden dedicar-se als mitjans de comunicació. Per tant, és lògic pensar que els mitjans amb més solvència econòmica, que poden dedicar recursos a les dinàmiques més reposades que té el periodisme de dades estiguen en aquestes grans ciutats. Normalment, els dos grans centres econòmics i d'interès són Barcelona i Madrid; deixant en un segon pla a València, Bilbao i Sevilla.

H2: Els periodistes a redaccions locals i regionals que es dediquen al periodisme de dades treballen en una situació precària.

Les xicotetes redaccions fan que els mateixos periodistes hagen de cobrir, dia a dia, gran quantitat d'informació; la qual cosa, limita molt la capacitat per a generar informacions amb un llarg recorregut d'investigació, entre elles, les dades. Com que requereixen una sèrie de processos que poden allargar-se en el temps (aconseguir les dades, netejar-les, analitzar-les, treure resultats, escollir les històries que contar i preparar les peces amb visualitzacions, animacions, etc.) el ritme frenètic de redaccions sense un equip específic, fan que siga impossible produir periodisme de dades com els professionals volgueren.

H3: Les narratives de dades que els professionals publiquen en entorns locals i regionals moltes vegades sorgeixen del seu temps lliure.

Els periodistes de dades en aquest tipus de redaccions han d'ocupar part del seu temps lliure en preparar les seues històries basades en dades, en aprendre a utilitzar programes informàtics que els ajuden a complementar les seues narratives o a endinsar-se en les dades i intentar extraure conclusions. Les dinàmiques d'aquestes redaccions, tan frenètiques, no permeten emprar el temps de la feina en completar aquestes narratives que necessitarien a més d'un professional durant algunes setmanes. A més a més, els periodistes de dades en aquestes redaccions, segurament treballen als seus projectes ells sols, havent-se de convertir en perfils polivalents, cosa que, en grans capçaleres nacionals compten amb perfils de programadors, infografistes, etc.

En relació amb la proposta final d'aquest treball, pensem que anirà encaminada a millorar la situació dels professionals del periodisme de dades en redaccions locals i regionals. Pensem que anem a detectar una manca de professionals experts en matèries de visualització i programació, a més a més del temps necessari per a treballar en investigacions de dades. Per últim pensem que la proposta anirà també encaminada a l'educació de totes les redaccions en aquest tipus de periodisme; per tal d'augmentar el nombre de professionals que puguin fer estes tasques.

2. Estat de la qüestió

2.1. Periodisme de dades

La definició de periodisme de dades (PD) hi ha combinat durant anys a part important de l'Acadèmia. Els que s'han dedicat a posar el focus de la investigació al món del periodisme s'han preocupat d'aquest tema durant les darreres dècades a causa de la novetat i a la importància del fenomen. El major dels debats ha girat al voltant de la definició terminològica del fenomen. Un dels pioners en la investigació sobre el periodisme de dades, Holovaty (2009) tancava aquesta discussió de la següent manera: "Què importa? Espere que els meus col·legues malgasten el seu temps argumentant al voltant del debat terminològic tant com sigui possible". No obstant això és important (Arias-Robles & López López, 2021) explorar alguns termes, encara que no siga essencial.

La periodista Mar Cabra, una important professional al camp del PD pel seu paper a les investigacions dels Papers de Panamà, planteja una definició interessant. Per a ella, el PD és el procés de recol·lectar i analitzar grans quantitats d'informació per tal de fer-les comprensibles a les audiències mitjançant articles, visualitzacions o aplicacions (Chaparro Domínguez, 2014). No obstant això, com indiquen Arias-Robles i López López (2021) el periodisme de dades és una extensió del periodisme tradicional, ja que implica pràctiques com el descobriment de fets rellevants, la verificació de fets, la cerca o l'anàlisi (Hewett, 2016).

En qualsevol cas, l'accés que a hores d'ara i, des de fa alguns anys tenim a grans quantitats de dades han fet canviar la indústria periodística. El periodisme ha hagut de canviar algunes de les seues dinàmiques per tal de facilitar que les audiències es relacionen amb la quantitat de dades disponibles (Lorenz, 2012). De fet, com indicava Mirko Lorenz (2012), el món està enmig d'una onada de creació de nous mitjans de comunicació centrats al PD.

Amb tot i això, el PD és important, cada vegada més, per diversos motius. El 2012, al marc de la publicació de "Data Journalism Handbook 2012" se'ls va demanar a nou grans periodistes dedicats al món de les dades que esmentaren els motius pels quals pensaven que era important el PD. Algunes de les respostes que van donar van ser les següents:

- Filtrar el flux de dades a dos nivells: d'una banda l'anàlisi per a donar sentit i estructura; i, d'altra, seleccionar què és important i què no.
- Noves tècniques de storytelling gràcies a les noves ferramentes que ofereixen les dades.
- El PD trenca l'esclatxa entre tècnics i periodistes. Cada vegada els periodistes coneixen més les tècniques pròpies de la informàtica i l'estadística; de la mateixa manera que els enginyers cada vegada coneixen millor com contar històries.
- EL PD suposa un nou conjunt d'habilitats que actualitzen les del periodisme tradicional que, a hores d'ara no són suficient.
- Un bon PD ajuda a combatre l'assimetria d'informació.
- Quan les relacions públiques de les empreses o les institucions estan basades en xifres, el PD pot suposar una resposta a eixes dades, de manera més profunda.
- Interpreta les informacions estadístiques oficials.

- Són l'única manera de contar certes històries que d'altra forma mai arribarien a contar-se o una forma d'enriquir-ne algunes.

Una de les principals conquestes al món del PD és la formació dels professionals que, cada vegada més comprenen la importància de les narratives basades en dades. Amb tot i això, (Kayser-Bril, 2012) l'alfabetització en dades inclou l'alfabetització estadística. Aquest és un dels motius pels quals, cada vegada, més enginyers i matemàtics treballen a les redaccions.

De fet, aquesta retroalimentació no sols es demostra dins de les redaccions sinó també, i cada vegada més, de portes enfora. La transparència metodològica és una de les tendències més importants del PD els darrers anys (Leon, 2018). Al voltant d'aquesta tendència, una de les opcions més interessants des del punt de vista de la col·laboració entre diferents entitats és la de la publicació de les dades com a codi executable. Escriure codi dins d'un entorn de programació alfabetitzat també pot ajudar a agilitzar certs processos interns dins de les redaccions, al rebre les dades completes d'altres organitzacions, de manera que poden seguir, pas per pas, el procés per a arribar a extraure les conclusions que exposen (Leon, 2018).

No obstant això, una de les fórmules que estan creixent a hores d'ara al món del PD és una de les més senzilles i bàsiques. La base de dades en línia amb opció de cerca és una ferramenta que permet a les audiències accedir de forma directa i de primera mà a les dades. Encara que, el format de publicació de les dades ha d'estar molt estudiat per la redacció per tal d'assegurar-se que siga comprensible i efectiu per a les audiències (Rahman, 2018).

Una altra de les tendències que, a hores d'ara, presenta el periodisme de dades és l'augment de narratives vinculades a dades extretes de les xarxes socials (Thuy Vo, 2018). Hem de tindre en compte que cada vegada produïm més dades a internet; segons investigacions del MIT (Thuy Vo, 2018), cada ciutadà produeix 5 MB d'informació cada dia. Tenint en consideració aquestes xifres o que 2 mil milions de persones estan registrades a Facebook o 330 milions publiquen a Twitter mensualment, és lògic pensar que de totes aquestes dades es puguin extraure milers de narratives interessants per a les audiències (Digital 2021, s.d.).

De fet, existeixen tres tècniques que, segons Lam Thuy Vo (2018), poden emprar-se per tal d'obtenir dades a partir de les quals els professionals del PD creen històries: API, scrapping o arxius personals. D'aquesta manera, cada vegada aquesta s'ha convertit en una temàtica més tractada als mitjans de comunicació.

Tot i el que s'ha dit anteriorment, el PD no està exempt de reptes i amenaces. De fet el món de l'Acadèmia està dividit sobre la seva viabilitat a llarg termini. Aquesta divisió (Constantarás, 2018) està motivada per la diferència d'opinions en referència a l'objectiu del PD: n'hi ha qui pensa que la tasca del PD és oferir narratives interactives d'alt nivell i qui pensa que és oferir informes d'interès públic.

Una altra de les amenaces que, segons alguns autors, pot tindre el PD és la d'una falsa sensació d'estar millorant sempre el món. Anderson (2018) afirma que el PD és el periodisme més positiu i més positivista i, per això és una de la fórmula més important, a hores d'ara, de fer periodisme. No obstant això, la positivitat i el positivisme poden crear una professió empíricament segura d'ella mateixa, la qual cosa podria derivar en una manca de crítica perillosa per a la mateixa professió.

2.2. Periodisme local

Pel que fa al periodisme local (PL), també genera divisions entre els acadèmics que han centrat els seus estudis en ell. D'una banda, se l'ha considerat una forma terrible de fer periodisme respecte a la qualitat (Nielsen, 2015).

Els que defenen aquesta postura argumenten que el PL és un periodisme deferent i superficial, que evita la controvèrsia i es preocupa més pels interessos dels anunciants i els polítics locals que per les audiències. Georges Monbiot arribà a qualificar al PL com "una de les majors amenaces a la democràcia britànica que defèn els qui dominen, desvirtua les opcions democràtiques i defèn a la policia, a les empreses i als polítics dels qui gosen desafiar-los" (Monbiot, 2009).

D'una altra banda, altres autors defenen que el PL és una ferramenta imprescindible per tal de teixir comunitats i oferir claredat a la política local i als conflictes municipals (Nielsen 2015). Els xicotets mitjans, com afirma Nielsen, ofereixen espais de discussió sobre temes que afecten el dia a dia dels ciutadans. Això sumat a la publicació d'informació de proximitat i al repartiment de responsabilitats municipals, aquest tipus de periodisme contribueix a generar comunitats locals més vertebrades (Nielsen, 2015).

Probablement, el PL no es trobe ni a un extrem ni a l'altre; sinó que siga una combinació dels dos (Nielsen, 2015). A més a més, la qualitat del periodisme local varia segons els països i, inclús, les regions dins dels països.

És imprescindible assenyalar que la majoria de la investigació acadèmica al món del periodisme s'ha centrat en les grans capçaleres generalistes, les grans emissores de radiodifusió i als grans mitjans digitals emergents (Nielsen, 2015). Aquest fet ha deixat que el periodisme local quedara sense ser explorat en profunditat també al ser un fenomen difícil d'explicar a causa de la infinitat d'aquest; encara que existeixen patrons i formes, més o menys estandarditzades, de treballar a redaccions locals, existeixen tants models com mitjans i és impossible abastir-ho tot.

Una de les característiques principals del PL és que, en moltes ocasions és la font de la qual beuen, directament o indirecta, els grans mitjans de comunicació (Franklin & Richardson, 2002). Les notícies que apareixen als xicotets mitjans propers a les fonts d'informació, en el cas que generen expectació, moltes vegades són les que posen sobre avís els redactors d'altres mitjans majors que ells. Altres vegades, directament serveixen com a font amb la qual informar-se per tal de redactar la notícia d'acord amb la informació publicada per la capçalera local.

Algunes anàlisis elaborades en profunditat als Estats Units ens diuen que el PL, de fet, no és tan sols informatiu; sinó que en la majoria de les ocasions és de llarg recorregut. De fet, aquests estudis venen a confirmar que l'atenció a les notícies locals influeixen positivament a la participació política i el compromís cívic (Shah et al., 2001).

Aquest darrer argument ve a confirmar un que ja ha aparegut anteriorment en aquest punt: el Periodisme Local contribueix a crear grups socials més enfortits i cohesionats. De fet, n'hi ha estudis que confirmen que és més eficient estudiar els grups socials americans amb relació a l'abast dels mitjans locals que als grups socials que hi formen part (Nielsen, 2015).

El PL, a més a més de tot el que ja s'ha comentat, es troba, com la resta de la indústria periodística, en un procés de canvi provocat pel ràpid desenvolupament de la tecnologia i tot el que implica.

Un estudi desenvolupat el 2015 per Matthew Powers, Sandra Vera Zambrano y Olivier Baisnée, al qual s'investiguen els sistemes de mitjans locals de Seattle (EUA) i Toulouse (França), dues ciutats amb poblacions i estructures similars; determina que durant l'última dècada, els sistemes de mitjans locals s'han vist afectats negativament per les transformacions econòmiques i tecnològiques (Vera Zambrano et al., 2015).

Internet ha fet trontollar les estructures empresarials dels mitjans de comunicació. La immediatesa i les narratives transmèdia s'han imposat i, com a conseqüència, els mitjans locals formats per pocs professionals amb molta càrrega de treball, cada vegada han d'ocupar-se de més temes cada dia i a més velocitat. A més a més, la pèrdua d'ingressos per publicitat està afectant especialment als xicotets mitjans que tenien aquest model com a principal font d'ingressos i no tenen la infraestructura suficient per a modificar el seu model de negoci (Jones, 2021).

Des d'un punt de vista teòric, Nielsen (2015) afirma que els periòdics diaris són cada vegada més importants per als mitjans locals i per als cercles d'informació política local; ja que són els únics que mantenen la informació diària en àmbits reduïts com el local. Aquesta afirmació, potser és massa idealista, ja que si la supervivència econòmica dels mitjans o les garanties d'un bon treball per als periodistes trontollen, aquest tipus d'informació serà inviable i, per tant deixarà de ser accessible.

No obstant això, encara que amb moltes dificultats, el PL està trobant vies per a la supervivència al món globalitzat. Un dels models de negoci que aporta esperança en aquest món interconnectat es basa en la facilitat que els mitjans digitals poden proporcionar per tal de la participació. Cada vegada apareixen més mitjans ciutadans on, persones no professionals del periodisme col·laboren sota la supervisió de professionals oferint, d'aquesta forma una de les principals vessants del PL que està creixent (Lorenz, 2011).

Una altra de les adaptacions que, cada vegada més s'imposen al món local és la que afecta les xarxes socials. Fins fa uns pocs anys no es podia fer publicitat a les xarxes de forma localitzada, per la qual cosa, els mitjans de comunicació local, com invertien en aquest tipus de publicitat, ja que no els generava cap avantatge. Des de fa algun temps, ja es poden dissenyar campanyes de publicitats centrades, fins i tot en un sol municipi; la qual cosa millora la capacitat del PL per tal de reclutar espectadors (Nielsen, 2015).

Amb tot i això, el desenvolupament que més esperances dona i el que centrarà aquest treball és l'aplicació de les narratives de dades al periodisme local. Cristoffer Ali i Damian Radclife, van confirmar amb un estudi estadístic el 2017 que el canvi al periodisme de dades està ja arribant als periòdics locals. De manera més lenta, però està arribant (Radcliffe, 2012).

Un altre dels principals resultats del treball d'aquests dos investigadors és que van determinar que, encara que els està afectant més, els mitjans de comunicació han tingut més temps per a preparar la disrupció digital. Per la qual cosa, probablement poden ser més flexibles i més lleugers a l'hora de canviar.

2.3. Periodisme local de dades

Anteriorment hem comentat com aquesta és una de les tendències que, a hores d'ara, està creixent. PL basat en narratives de dades actua com a punt d'unió entre dos vessants del periodisme, cada vegada més interessants: d'una banda l'augment del flux de dades fa que el PD siga cada vegada i, des de fa alguns anys, una forma de fer periodisme en augment; d'una altra banda, el PL afecta de la manera més propera possible als consumidors finals.

Un estudi de la Universitat de Westminster diu que “és al nivell local on els consumidors interactuen amb la policia, els hospitals, i els polítics locals”.

De fet, el germe del PD està al Periodisme Local. Arias-Robles i López López (2020) afirmen que l'origen del periodisme de dades està estretament relacionat amb el periodisme local. El Chicago Crime i Every Block, dos projectes d'Adrian Holovaty (del 2005 i el 2007 respectivament) són considerats el principi del Periodisme de Dades (Ferrerias Rodríguez, 2016; Flores Vivar, 2018) i, tots dos, tenien com a principal full de ruta la proximitat i el servei públic basat en dades i aplicacions (Holovaty, 2013).

No obstant la seua relació, l'Atenció que l'Acadèmia ha prestat al Periodisme de Dades a l'àmbit local ha sigut escassa. El PL és un tema important que necessita més atenció i investigació (Napoli, 2019; Nielsen, 2015). D'una altra banda, l'atenció prestada al Periodisme de Dades ha sigut superior; de fet, és un dels pocs sectors on els acadèmics han prestat atenció els darrers anys a causa de les possibilitats econòmiques (Zamith, 2019).

A l'estudi esmentat anteriorment de la Universitat de Westminster, també es posa el focus sobre el periodisme de dades local. Afirmar que és un fenomen al qual se l'ha de parar més atenció a causa del potencial que té gràcies al fet que és el que més interessarà a les audiències i perquè pot ajudar a mantenir un sistema de mitjans locals amb moltes dificultats (Harte, 2013).

Una de les principals preocupacions en aquesta ària ha sigut les condicions en les quals els professionals del periodisme local de dades treballen. Al mateix estudi es conclou que, si la situació dels periodistes locals és precària i de molta càrrega de treball; si no s'investiga més sobre l'aplicació de les narratives de dades a l'àmbit local, aquesta situació encara pot cronificar-se més.

“Tot periodista hauria de conèixer com funciona el periodisme de dades: què necessiten els programadors i com funciona”, deia Cristina Elmer (Radcliffe, 2012)). Aqueixa afirmació és certa, però és inevitables pensar que, encara que a les redaccions, fins i tot les més petites, tenen ja algun professional dedicant-se al periodisme (Nielsen, 2015); la majoria d'elles no poden permetre's contractar tots els perfils necessaris per a fer PD de forma continuada.

Aquest és un dels principals reptes que, a hores d'ara les xicotetes redaccions locals i regionals que volen fer periodisme de dades tenen: trobar la forma de vèncer al finançament escàs i apostar per noves fórmules i nous perfils de periodistes.

De fet, algunes de les solucions que estan sorgint es basen en la col·laboració entre professionals i la creació de micro mitjans de comunicació que treballen sobre històries basades en dades. També estan sorgint exemples de mitjans ciutadans que basen algunes de les seues històries en narratives de dades.

Aquest és un dels exemples més interessants i, en concret, algunes de les que treballen fent periodisme sobre comunitats marginades. Alguns d'ells fins i tot, ensenyen a membres d'aquestes comunitats a contar històries mitjançant les dades, a aconseguir dades per a contar-les i a presentar-les amb qualitat, per tal que ells mateixos siguen els que contenen històries als seus companys de comunitat (Constantarás, 2018).

En definitiva, el periodisme local basat en dades, fonamentalment és una eina per a garantir la supervivència del periodisme local en si. A més a més, és una evolució lògica, de la mateixa manera que el PD ho és per a la resta de nivells del periodisme. Ara que estan a l'abast quantitats ingents de dades de tot el món, resulta lògic que el periodisme les utilitze, a més a més de a escala nacional o regional, amb històries que parlen del que la gent té més prop (hospitals, policies, escoles, etc.)

Els grans reptes d'aquesta manera de fer el periodisme, en suma, són dos. D'una banda trobem la dificultat dels mitjans de comunicació locals per a finançar els professionals que es necessiten per a fer periodisme de dades (periodistes, dissenyadors, programadors, etc.). D'una altra, el risc que corren els periodistes que treballen en xicotetes redaccions de patir una sobrecàrrega de feina és un perill per al periodisme de dades en aquests àmbits. Les històries de dades necessiten més temps i més profunditat i, massa vegades, els periodistes no poden dedicar el temps que aquest treball necessita perquè han d'atendre l'immediatesa diària.



3. Metodologia

El procés de realització d'aquesta investigació ha partit de la selecció d'una sèrie de periodistes de dades que treballen a mitjans locals o regionals; per tal de preguntar-los quina és la seua manera de treballar, conèixer les seues condicions laborals i la seua implicació al món de les dades. Per a dur-lo a terme s'ha emprat un qüestionari que han contestat una mostra de professionals del PD que treballen en redaccions locals o regionals amb una sèrie de preguntes encaminades a conèixer com treballen i com creuen que milloraria la seua tasca.

3.1. Selecció dels entrevistats

Per tal d'aconseguir-ho vam començar amb una base de dades creada prèviament pels professors del Àrea de Periodisme de la Universitat Miguel Hernández d'Elx, Miguel Carvajal i Félix Arias. Aquesta base de dades, anomenada [Periodistas de datos](#), és una lista de profesionales en España y Latinoamérica construïda a partir d'una sèrie de dades que els professionals faciliten als autors i que els classifica segons diferents camps.

Els autors d'aquesta base de dades ens la van facilitar en format .csv; d'aquesta manera, va ser més senzill treballar amb els noms dels professionals. La primera part de la neteja de les dades va consistir a eliminar tots aquells periodistes el qual país de residència no era Espanya. D'aquesta manera, ens van quedar 166 periodistes de dades, que treballen a l'Estat Espanyol.

Una vegada teníem aquesta tria feta, calia escollir quins dels 166 periodistes complien les dues condicions: la de periodista que treballara en narratives de dades i que el seu mitjà de comunicació fora d'àmbit local o regional. Aquesta destria s'ha basat en la cerca per internet dels noms complets dels periodistes, els seus perfils de Twitter i LinkedIn per tal de llegir algunes de les seues peces i discriminar si els temes que tracten són de periodisme local o regional, o no. D'altra banda discriminar segons si els mitjans de comunicació per als quals treballen, són mitjans d'àmbit local/regional o no.

En aquest punt es van establir diferents categories als professionals per tal d'aclarir quins periodistes eren els idonis per a entrevistar i quins no.

- A. Dades en general:** Aquells periodistes que treballen en narratives de dades, però a l'àmbit nacional o inclús internacional.
- B. Dades + Comunitat Autònoma:** Professionals del periodisme de dades que treballen en mitjans o redaccions que cobreixen una autonomia específica.
- C. Dades + Ciutat:** Professionals del periodisme de dades que treballen en mitjans o redaccions d'una ciutat concreta.
- D. Regional tema nacional/ internacional:** En algunes redaccions de mitjans regionals, alguns periodistes de dades no tracten agenda local o regional, sino nacional o internacional.

Una vegada classificats tots els periodistes en aquestes categories, es van eliminar tots els pertanyents a les categories A i D, ja que els que ens interessen per a la investigació són aquells que treballen en dades en temes locals i regionals. Ens van quedar un total de 22

periodistes a la llista final. Aquest nombre total va variar una mica del resultat, ja que vam traure alguns dels que si complien les condicions perquè feia molts anys que portaven sense exercir o per altres motius. No obstant això, alguns dels periodistes que se'n van introduir en el recull són professionals del PD que, encara que treballen a l'àmbit nacional, treballen temes locals. Per exemple, els membres de Datadista, formen part d'un mitjà que treballa a l'àmbit nacional però amb temes molt localitzats, com per exemple el seu reportatge "[Mar Menor](#)"

A aquests 22 periodistes ens vam adreçar per diferents mitjans per tal de concretar una entrevista. Els mitjans pels quals vam intentar contactar van ser: LinkedIn, Twitter, Instagram i Facebook. Finalment, 13 dels 22 (un 59%) van respondre i van accedir a contestar a les preguntes.

Cal dir que, encara que la primera intenció era entrevistar-los per telèfon o mitjançant una videoconferència, com que la majoria argumentaven falta de temps per a quedar i fer una entrevista, vam haver de dissenyar un formulari de Google per tal que contestaren a les preguntes.

3.2. Disseny del formulari

El qüestionari al qual van contestar els periodistes que van accedir a ajudar-nos en la investigació compta amb 21 preguntes dividides en 3 blocs temàtics.

En primer lloc es fan una sèrie de preguntes relacionades amb la informació bàsica del periodista: dades del mitjà i dades personals del periodista.

En segon, sobre les dinàmiques de treball que segueix al seu dia a dia la redacció. En aquesta part de l'entrevista s'intenta profunditzar en molt de temps dedica el periodista al periodisme de dades, quines ferramentes utilitza i quines dificultats es troba. A més a més també s'intenta conèixer la formació del periodista i com l'ha adquirida.

Finalment, la resta de preguntes van en un bloc que tracta sobre la visió personal que tenen aquests periodistes sobre el món del periodisme de dades en general i a les xicotetes redaccions en particular. També aprofundeix sobre quines pensen que han de ser les mesures que enfortisquen aquest tipus de periodisme, tant des del punt de vista acadèmic com laboral.

Cal recordar que aquest formulari se'n va adreçar a periodistes que prèviament s'havien seleccionat per treballar en redaccions locals i regionals i amb projectes de dades.

3.3. Realització de les entrevistes

L'última part abans de tindre els resultats va ser la de fer les entrevistes als periodistes que s'havien seleccionat. La proposta era fer les entrevistes a través de videoconferència. En aquest punt es trobava una de les principals dificultats de l'estudi. Tots els periodistes amb els quals es va contactar, menys un, van demanar fer l'entrevista a través d'un formulari per escrit. Tots ells argumentaven falta de temps i de possibilitat de contactar per a poder fer-la a través de telèfon o aplicacions de videoconferència.

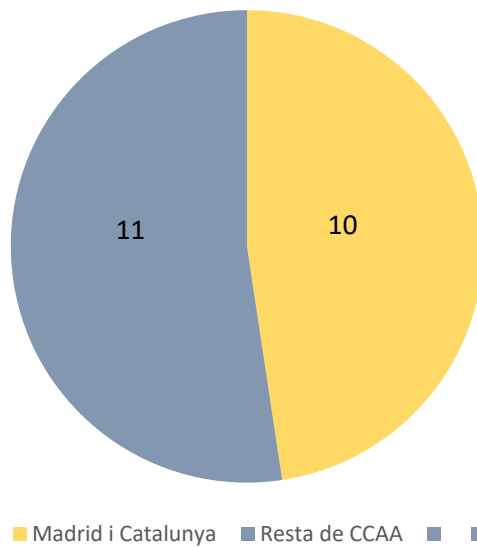
Es va dissenyar un formulari escrit a través de la plataforma Google Forms i es va enviar als periodistes per tal que respongueren. D'aquesta manera vam aconseguir que tots contestaren de la mateixa manera i a través de la mateixa plataforma.

Graella 1 (Elaboració pròpia)

SUBJECTE	SEXE	EDAT	MITJÀ
E1	D	31	Productora The Facto
E2	D	29	Agencia EFE
E3	H	33	Civio
E4	H	-	Valencia Plaza
E5	H	42	Extremadura en datos
E6	D	41	La Xarxa de Televisions Locals y Critic
E7	H	46	Diari de Girona
E8	D	49	Storydata (agencia)
E9	D	28	La Voz de Galicia
E10	H	37	Valencia Plaza
E11	H	50	El Periódico de Catalunya
E12	H	-	DATADISTA
E13	H	33	Ideal de Granada (Vocento)

Si els agrupem segons l'àmbit d'actuació Madrid/Catalunya i la resta de CCAA, obtenim les següents dades (Gràfic 1) que, segons el que s'avançava a l'H1 són esclaridores.

Gràfic 1 (elaboració pròpia)



4. Resultats

De les 13 entrevistes realitzades a periodistes que treballen en redaccions locals i regionals i que, a més a més, han desenvolupat projectes de dades, s'han extret les respostes que es desglossen a continuació. Encara que les preguntes eren obertes, d'entre els comentaris dels entrevistats es poden extreure coincidències prou recurrents com ara l'ús d'algunes eines o les dificultats per a comunicar-se en les administracions que tenen.

4.1. Treball diari

En este primer bloc s'analitzen les respostes que tenen a veure amb les dinàmiques de treball que els periodistes que s'han entrevistat segueixen dia a dia, plantegem les preguntes sobre quin estai ocupa el periodisme de dades al seu treball, les eines que utilitzen i els problemes que es troben.

En primer lloc, els periodistes que s'han entrevistat són huit homes i cinc dones d'edats compreses entre els 28 i els cinquanta. La majoria d'ells es troben en la quarantena. Per tant, es pot dir que tots els qui practiquen el PD a redaccions locals i regionals o, al menys, els entrevistats, són prou joves. A més a més, tots els entrevistats pertanyen a mitjans privats. La qual cosa no significa que no hagen mitjans públics de caràcter local i regional que no tinguen departament de dades. Per exemple, TV3 compta amb un equip de periodistes dedicats a les dades (Graella 1).

Graella 2 (Elaboració pròpia)

	N	%
Dedicació total al PD	3	23,08%
Part de les seues tasques	10	76,92%

Pel que fa a la dedicació que tenen cap al periodisme de dades, tan sols 3 dels entrevistats van contestar que aquesta branca del periodisme era l'única amb la qual treballava. El 77% dels entrevistats (10) treballen amb altre tipus de formats a l'àmbit del periodisme local o regional. En referència a la implicació que tenen en altres iniciatives dedicades al periodisme de dades, 5 d'ells afirmen que no participen en cap altra iniciativa relacionada amb el periodisme de dades. Altres 7 si que dediquen temps a altres propostes relacionades amb les dades.

Graella 3 (Elaboració Pròpia)

	N	%
<i>Sempre treballen amb altres persones</i>	8	61,54%
<i>De vegades treballen amb altres persones</i>	4	30,77%
<i>Mai treballen amb altres persones</i>	1	7,69%

De la mateixa manera, també la majoria d'ells treballa amb altres professionals normalment (8 sempre i 4 de vegades) per a desenvolupar els seus projectes de dades. Tan sols un dels entrevistats afirma treballar sempre sol. Dels 12 que si que treballen normalment amb altres professionals, tots ells van contestar que solien compartir projectes amb dissenyadors gràfics. La majoria també van incloure en aquest recull a programadors (10), a editors web (8) i a altres periodistes (8). Un d'ells treballa també amb economistes i estadístics.

Graella 4 (Elaboració pròpia)

<i>Ferramentes</i>	N	%
<i>Fulls de càlcul</i>	13	100,00%
<i>Ferramentes de visualització estàtica</i>	11	84,62%
<i>Open Refine</i>	1	7,69%
<i>Studio Code</i>	1	7,69%
<i>OCR</i>	2	15,38%
<i>Ferramentes de scrape</i>	2	15,38%
<i>Gestors de bases de dades</i>	2	15,38%
<i>RStudio</i>	1	7,69%
<i>Tumult Hype</i>	1	7,69%
<i>Programació</i>	3	23,08%

En referència a les ferramentes que utilitzen per a treballar en dades, el 100% d'ells esmenten algun tipus de full de càlcul com ara són Excel o Google Sheets. Altres esmenten també altres ferramentes més complexes com Dreamweaver, RStudio o Python. També apareixen altres ferramentes de visualització com Datawrapper o Flourish; o algunes de captura com Tableau (Graella 4).

És sorprenent que tots els que afirmen que treballen amb algun tipus de ferramenta de programació, com ara Python, també treballen amb programadors i dissenyadors web. Per tant, es pot inferir que, encara que alguns periodistes tenen formació en llenguatges informàtics avançats, no substitueixen la tasca dels professionals de la matèria.

9 dels 13 entrevistats afirmen haver après a emprar les ferramentes pròpies del periodisme de dades de manera autònoma, sense cap formació en la matèria. 6 dels periodistes entrevistats ha fet alguna mena de màster o postgraduat referit al periodisme de dades. Aquest, per tant sembla ser un món on la iniciativa pròpia és la que assegura l'èxit. Aprendre a emprar les eines i els llenguatges propis és un procés que mai acaba; ja que la tecnologia fa que canvien constantment.

És sorprenent com alguns dels entrevistats (5) asseguren haver après de manera autònoma llenguatges de programació complexos com ara JavaScript o Python. El que una part

considerable dels periodistes que han contestat al formulari coneguen llenguatges de programació confirma la tendència i la proposta que feia el professor J. Alberto García Avilés quan afirmava que els periodistes de dades han de saber programació (Lozano Chávez, 2016).

Pel que fa a les dificultats que s'entrecen aquestos professionals per a dur a terme la seua tasca, 9 afirmen que el que més costa és aconseguir dades actualitzades, ben tractades i amb els paràmetres que es necessiten. D'altra banda, altres set es troben com a un dels principals problemes que tenen, la falta de temps i de personal a les redaccions. Els que no identifiquen la manca de temps per a dedicar a les dades com a un dels principals escolts per tal de dur a terme la seua feina, són els qui treballen en mitjans de comunicació exclusivament de dades, com ara Civio o Datadista.

4.2. Visió del periodisme de dades

En la segona part de l'entrevista, els periodistes despleguen la seua visió sobre com hauria de millorar el PD, el PL i la unió de totes dues coses. Desenvolupen la seua opinió a tall de les dificultats que es troben i fan propostes de millora per a la educació dels futurs periodistes.

Principalment, tots (els 13) destaquen que, segons el seu parer, els mitjans locals i regionals haurien d'apostar per perfils de periodistes orientats a les dades. Amb tot i això, tres d'ells pensen que no ho faran. Els altres deu creuen que, en un futur, els mitjans locals sí que apostaran més per perfils de professionals formats en periodisme de dades. Entre altres coses, també perquè a les universitats cada vegada s'estudia més aquesta branca del periodisme.

En aquest sentit, cal comentar un succés: el 2019 se'n van oferir 4 places per tal de formar un equip de dades a la Radiotelevisió Pública Valenciana. Un dels requisits per a accedir-hi era el de tindre una titulació de postgrau especialitzada en periodisme de dades. De tots els que es van presentar, tan sols una persona complia aquest requisit. Potser siga, que el criteri amb el qual van discernir si un títol era especialitzat en dades o no, fora massa específic. No obstant això, segurament també pes puga detectar certa mancança de màsters especialitzats en esta modalitat (Gozálbo, 2018).

De fet, sols existeixen a hores d'ara tres assignatures monogràfiques sobre periodisme de dades als plans d'estudi sobre periodisme. A la Universitat de Navarra i al Centre Universitari de Villanueva una assignatura obligatòria de 6 crèdits i a la Universitat Carlos III, una optativa (Flores-Vivar, 2020). La qual cosa no significa que no s'ensenyi periodisme de dades a les universitats espanyoles, però és simptomàtic de la manca d'assignatures sobre aquesta especialitat.

Respecte a la sostenibilitat del periodisme de dades en les redaccions locals i regionals, tots excepte un asseguren que és sostenible a curt termini. El qui assegura que no, no amplia més la resposta. Per tant, no coneixem els arguments que el porten a pensar això. Els que creuen que sí que ho pot ser, fan diverses observacions que mereixen ser esmentades. 10 dels 12 que creuen que el PD en redaccions locals i regionals és sostenible, pensen també que és molt complicat que ho sigui. 7 també esmenten que el que ho farà sostenible són els perfils multidisciplinaris que puguen combinar les dinàmiques pròpies de redaccions de locals i regionals i les narratives de dades. Finalment, un dels entrevistats planteja una reflexió important: pot ser el que calga és crear un periodisme de dades propi d'aquest tipus

de mitjans; no adaptar el PD que es fa als grans mitjans a altres amb realitats completament distintes.

Una altra qüestió en la qual tots els periodistes que s'han entrevistat coincideixen és en què el PD i el PL no s'han d'imposar l'un a l'altre de cap de les maneres. La immediatesa del PL ha de seguir sent un tret característic del periodisme de proximitat encara que, després, eixos mateixos temes puguen ampliar-se. També comenten que és important comprendre el PD al mitjà local com una transformació que s'adapta als temes i a les dinàmiques del món local. No es pot comprendre el PD al món local com el PD que es fa als grans mitjans.

Per a aconseguir esta adaptació del PD l'ecosistema local i per tal que s'assega com a manera de fer periodisme a les xicotetes redaccions, 10 dels 13 periodistes entrevistats afirmen que cal que les administracions locals i provincials, sobretot, siguen més transparents i àgils a l'hora de facilitar dades. Els entrevistats lamenten que moltes vegades les dades arriben mesos després que tinga sentit publicar-les.

La reflexió que fan els periodistes sobre què s'hauria de potenciar a les universitats per tal de formar millors periodistes que puguen treballar en aquest àmbit, són molt diferents. Coincideixen molts d'ells en alguns punts com ara el reforç de la part pràctica. Un altre dels punts d'encontre (7) és l'aprenentatge en el tractament de les fonts informatives, siguen del tipus que siguen. Finalment, 6 comenten que s'han d'actualitzar certs punts de la formació a les tecnologies actuals i a les dinàmiques predominants a hores d'ara als mitjans (visualització, narratives transmèdia, etc.).



5. Conclusions

Les conclusions i les propostes que van a fer-se estan basades en un estudi que és preliminar, de caràcter general i amb una mostra molt concreta. Per tal de donar una resposta a mesura als reptes que té el periodisme de dades a l'àmbit local i regional, es necessita un estudi més detallat, distingint entre diferents grandàries de ciutat i regional. Ara bé, aquest estudi és un punt de partida per a conèixer millor els mitjans locals i regionals que treballen en PD i els seus professionals.

Aquest estudi es plantejava al començament una sèrie d'objectius que es relacionaven amb les hipòtesis que s'han presentat i, mitjançant unes entrevistes intenta contestar principalment a dues preguntes molt concretes: Quin és el mapa de periodistes de dades que treballen a mitjans locals o regionals i de quina manera treballen?, i, què s'hauria de canviar del sistema de mitjans locals i regionals perquè aquests periodistes puguin treballar millor?

Encara que les qüestions són relativament concretes, afecten una gran quantitat de subtemes que s'engloben dins d'aquestes dues grans qüestions. Per tant, en relació amb les hipòtesis que es plantejaven al principi d'aquest treball, sí que s'observa una relació prou marcada entre el que es plantejava i el que han contestat els periodistes de dades que treballen en mitjans locals.

En primer lloc, la primera hipòtesi (H1) que es plantejava es confirma. A partir de la base de dades facilitada pels professors Félix Árias i Miguel Carvajal (<http://periodistasdedatos.com/>) trobem 21 professionals del PD que treballen a l'àmbit local o regional. Més d'un 50% treballen a Catalunya o a Madrid; per tant es confirma la hipòtesi. Trobem que els periodistes de dades que treballen en mitjans locals o regionals, la majoria ho fan a les dues grans capitals de l'Estat. Aquestes dues comunitats autònomes tenen més periodistes de dades en xicotetes redaccions que la resta juntes. El que no es pot afirmar amb rotunditat són els motius que porten a aquesta centralització. Al cap i a la fi, el motiu més probable és que l'atenció mediàtica sobre aquests punts i la concentració de mitjans superior a la resta de CCAA; evidentment, també fan créixer el nombre de mitjans locals i regionals que tenen periodistes de dades.

Pel que fa a les condicions en què treballen els professionals del periodisme de dades a les redaccions locals i regionals (H2) s'han trobat evidències a les entrevistes de que les hipòtesis que es plantejaven són correctes. D'una banda, la majoria dels periodistes argumenten que els falta temps al seu horari laboral per tal de desenvolupar narratives basades en dades; la qual cosa, afegida al fet que per a la majoria d'ells, les dades és sols una part de les tasques que fan al seu treball; és simptomàtica d'una manca de condicions per a poder desenvolupar aquest tipus de periodisme.

Un altre factor que ve a confirmar la hipòtesi (H3) és els periodistes que s'han entrevistat comenten que tenen grans dificultats per tal d'accedir a les fonts. Els ajuntaments i, sobretot les diputacions, són administracions molt opaques. Moltes vegades no compleixen la Llei de Transparència i, quan faciliten les dades als periodistes o bé no estan actualitzades, o no contenen la informació necessària o es troben en formats molt difícils de netejar i interpretar.

Els periodistes que treballen en aquesta branca del periodisme argumenten com a principals esculls aquests dos que s'han comentat. No obstant això, seria interessant, per a una

pròxima investigació, estudiar quin d'aquests dos problemes afecta en major mesura el seu treball diari. En un principi, evidentment és un escoll important el no trobar les fonts de dades necessàries quan les necessiten. Alguns dels que s'han entrevistat inclús argumentaven que han tardat anys a poder aconseguir una sèrie de dades d'una administració i, quan ho fan, la investigació que tenien prevista deixa de tindre sentit informatiu. Ja ha perdut tota la perxa informativa que feia necessària la investigació.

No obstant això, pot ser que siga més greu encara el problema estructural que pateixen aquestos mitjans. La majoria de vegades trobem mitjans que, al cap i a la fi serveixen a un interès superior que no és el purament informatiu ni de servei públic. L'estructura empresarial i la visió corporativa dels mitjans de comunicació porta a dur a terme una sèrie de mesures que afecten aquestos professionals. Si per a l'empresari, amo de la publicació li resulta lucratiu un model de periodisme local/regional declaratiu, de crònica política del dia, immediata i sense recorregut, seguirà fent aquest tipus de periodisme perquè obté guanys amb ell.

Aquesta darrera reflexió comporta una sèrie d'implicacions ètiques que també són dignes d'estudi. El que moltes vegades s'aprèn a la facultat des d'un punt de vista teòric, no es veu reflectit a les redaccions en moltes ocasions. Construir mecanismes de control deontològic a redaccions formades per pocs periodistes és complicat. El cap empresarial dels xicotets mitjans sol ser també l'editor. Per tant, la separació necessària entre el vessant purament econòmic i la periodística del negoci és impossible de construir i, per tant les decisions que, pot ser els professionals prengueren si tingueren veu a l'hora de definir quin periodisme fer, mai apleguen a cap lloc.

També cal dir que cada vegada més estan apareixent mitjans d'àmbit regional i local que tenen altra visió menys centrada en els guanys econòmics. Són alguns exemples cooperatius amb visió de servei públic als que els mateixos periodistes són els socis cooperativistes junt amb els mateixos lectors que financien el projecte. D'aquesta manera, el compromís amb l'audiència, ja que depenen menys dels anunciant, és més proper; amb menys intermediaris i així poden prendre les decisions prenent com a únic factor el periodisme i no els guanys econòmics. Alguns exemples d'aquest model poden ser La Directa o El Salto.

Pel que fa al perfil de professionals que trobem a aquestos mitjans de comunicació es confirma una mancança de personal especialitzat en aquest tipus de narratives. Els periodistes als quals s'ha entrevistat confessen que han hagut de formar-se ells mateixos per fer la tasca de periodistes de dades. La qual cosa, no és en si un problema, però sí que trobem que els que fan PD és perquè, per iniciativa pròpia, han decidit aprendre a treballar amb dades, no per una aposta del mitjà en aquest tipus de perfils. La majoria afirmen treballar amb ferramentes, per exemple de visualització, com Datawrapper o Flourish, la qual cosa indica una mancança en aquestos mitjans de personal qualificar per a crear infografies atractives pròpies del mitjà amb llenguatges de programació complexos.

A priori, aquesta mancança de personal acostumat a treballar amb dades podria resoldre's amb la progressiva renovació de les redaccions que ocorre de manera natural; però, i entroncant amb els problemes derivats del sistema educatiu; encara que cada vegada els periodistes surten de les facultats amb més coneixements en PD, la realitat és que mentre que a les redaccions més punteres ja fa anys que es treballa amb llenguatges complexos de programació com R o Python, a les universitats encara no s'ha començat a implementar la formació amb aquest tipus de sistemes.

6. Proposta de millora

Amb els resultats i les conclusions extretes d'aquest estudi i amb la consciència que es necessitaria una reflexió més profunda sobre la qüestió del PD a les redaccions locals i regionals, es poden fer una sèrie de propostes que contribuirien a millorar el treball dels qui fan periodisme de dades en els àmbits local i regional. Les propostes que es fan a partir d'aquest estudi preliminar van dirigides a tres pilars fonamentals: la formació del professional, la relació del periodista amb el mitjà i la relació del periodista i el mitjà amb les institucions.

6.1. La formació del periodista

S'ha comentat durant tot l'estudi la necessitat de formar a periodistes que tinguin coneixement amplis en periodisme de dades, gestió de grans quantitats d'informació i inclús de programació. De fet, el perfil del periodista de dades ha de ser una barreja entre enginyer i periodista o que, si no pot ser, s'ha de trobar una barreja que continga la capacitat d'anàlisi i gestió de dades d'un enginyer i la capacitat de contactar amb fonts, i trobar històries d'un periodista (Llaneras & Galindo, 2017).

Aquestes capacitats han de formar-se durant l'etapa educativa i l'única manera és donar ferramentes a l'alumnat en aquesta matèria, formar-los en noves ferramentes i llenguatges de programació per tal d'aconseguir els coneixements més amples possibles en aquesta matèria.

A més a més, és imprescindible la pràctica, el treball en redaccions fictícies, la recerca de temes que puguin interessar a la societat i contar-los. Evidentment, gran part de la professió s'apren una vegada s'està ja treballat; la qual cosa no significa que no es puguin avançar coses a les aules de les universitats. Un bon exemple és el Local Data Lab desenvolupat a la Universitat Miguel Hernández d'Elx. És un exemple de com l'alumnat pot aprendre a desenvolupar les seues capacitats per a treballar el PD i, a més a més en l'àmbit local.

S'ha de fomentar també la recerca de dades durant la carrera, el contacte amb les administracions i la importància de crear una agenda tan àmplia com sigui possible. No tots els periodistes que acaben la universitat acabaran treballen en grans mitjans de comunicació nacionals i és important que s'hagen format una agenda tan àmplia com sigui possible per a poder desenvolupar-se correctament en mitjans més xicotets que els puguin emprar en acabar la carrera.

6.2. La relació del periodista amb el mitjà

Un altre punt important i que s'ha comentat molt durant aquest estudi és la situació de treball que tenen els periodistes de dades que treballen en redaccions locals i regionals. Com s'ha comentat en les conclusions, els mitjans no dediquen l'atenció ni els recursos necessaris per a poder desenvolupar aquesta branca del periodisme i, en conseqüència, els professionals han de dedicar temps extra al seu treball per a poder dur-ho a terme si de veres tenen interès.

Per tant, una de les mesures que són imprescindibles per a solucionar aquesta situació és que els caps dels mitjans compreguen que el PD també pot ser rendible. Que adaptar aquestes dinàmiques de treballs a redaccions d'àmbit més restringit és interessant per al

públic i pot ajudar a millorar la qualitat del mitjà i, inclús, a ampliar plantilles de redaccions o obtenir més guanys amb un producte més elaborat.

En aquest sentit, els empresaris han d'apostar per perfils més enllà dels purament periodístics, amb informàtics o experts en estadística i visualització. Així com millorar equips tècnics per tal d'apostar per un model de periodisme que dona resposta a la quantitat ingent de dades que es generen en l'Era de la Informació.

Una altra manera de millorar aquesta situació és l'associació col·lectiva dels periodistes per tal de formar mitjans que prioritzen el periodisme que volen fer als guanys. Com es comentava anteriorment, models com La Directa o El Salto estan fets per periodistes que aposten per allò que creuen i l'audiència, no els anunciants ni gerents empresarials, són els qui diuen si els agrada aqueixa aposta o no.

Caminar cap a la col·lectivització dels mitjans és, a més a més de la manera més senzilla de prendre les decisions d'acord amb la informació i no als comptes de resultats; la manera més honesta de fer periodisme independent. Dependre únicament dels lectors allibera la pressió d'anunciants i patrocinadors; a més a més de treure les informacions de la manera més apropiat possible segons els criteris de la redacció. És a dir, amb aquest model, es pot apostar molt més per aprofundir en les informacions, donar context, interpretar les conseqüències i oferir narratives atractives per als lectors, més enllà d'una pàgina web estàtica.

Un altre dels compromisos fonamentals de les empreses ha de ser la contínua actualització de la seua plantilla. Els periodistes han d'estar al dia de les actualitzacions dels mitjans tècnics, dels llenguatges estadístics i de les novetats del sector. En aquest sentit, com qualsevol altra empresa, són els mitjans els que han de garantir la formació del seu personal i no abandonar-la a la iniciativa del treballador que, la majoria de vegades ha de conciliar vida familiar i personal i, si en horari laboral, no se'l forma en les matèries necessàries per a mantenir actualitzat el seu treball, no podrà fer-ho.

L'aposta dels mitjans de comunicació, si es vol reforçar el PD en les redaccions més properes a la ciutadania ha d'anar per aqueix camí i centrar-se en tres punts: 1. Apostar per perfils de dades tant en personal com en equips, 2. Generar el temps i l'espai ideals per a poder oferir informacions de llarg recorregut i 3. Continuar formant als periodistes una vegada dins de l'empresa.

6.3. La relació del periodista i el mitjà amb les administracions

En aquest punt són essencials dues qüestions que poden ajudar a millorar la qualitat del periodisme de dades; sobretot, a l'àmbit local i regional. D'una banda és imprescindible que les administracions complisquen la llei de transparència. Segons els professionals d'aquest àmbit, un dels principals esculls que es troben per a treballar és la dificultat d'obtenir dades de les administracions.

Per tal de poder fer periodisme de dades, els ajuntaments i les diputacions provincials han de contestar ràpidament a les demandes de dades dels periodistes. Aquesta qüestió, al cap i a la fi, ja està regulada per la Llei 19/3012, de 9 de desembre, de transparència, bon govern i accés a la informació pública.

En aquest sentit, s'ha d'aplicar més control a les administracions, construir ferramentes que aconseguisquen que totes les institucions publiquen o entreguen als qui la demanen la informació necessària, actualitzada i amb formats actualitzats al que s'utilitza

actualment. També s'ha de tenir en compte que els representants a les administracions també han de ser accessibles als periodistes. Els que treballen contant la realitat necessiten les veus dels protagonistes. Si no es poden establir mecanismes que obliguen els representants públics a contestar a les preguntes dels periodistes, s'han de buscar formes de reprovar als representants que no contesten.

Finalment, altre àmbit de millora pel que a la relació amb les administracions respecta és amb les mateixes universitats. Els mitjans de comunicació han d'estar en un contacte constant amb les universitats per tal de, pel que al PD respecta, la formació dels futurs periodistes s'actualitze, s'afigen noves tendències i l'experiència de l'alumne siga la més pràctica i el més semblant a treballar a un mitjà possible.



7. Annexes

7.1. Annexe 1: Qüestionari

- 1) Nom
- 2) Cognoms
- 3) Mitjà on treballes
- 4) Quant temps de la teua jornada laboral dediques a periodisme de dades?
- 5) El periodisme de dades és la teua única branca dins de la redacció o és només una part de les teues atribucions?
- 6) Treballes amb altres professionals per a dur a terme els teus projectes de dades?
- 7) Quin tipus de professionals?
- 8) Treballes en altres iniciatives de dades?
- 9) Amb quines eines treballes?
- 10) Quines dificultats encontres a l'hora de fer el teu treball de dades?
- 11) Com has adquirit els teus coneixements i habilitats per a fer periodisme de dades?
- 12) Quins aspectes creus que són els més importants per a un periodista que treballa en una redacció local/regional a l'hora de l'obtenció de les dades?
- 13) Quins aspectes creus que són els més importants per a un periodista que treballa en una redacció local/regional a l'hora del tractament de les dades?
- 14) Quins aspectes creus que són els més importants per a un periodista que treballa en una redacció local/regional a l'hora de la publicació de les dades?
- 15) Quines dificultats encontres a l'hora de trobar històries basades en dades en el teu entorn?
- 16) Creus que els mitjos locals/regionals apostaran més, menys o el mateix en el futur en periodisme de dades?
- 17) Creus que el periodisme de dades és sostenible en xicotetes redaccions locals/regionals?
- 18) Creus que els mitjos locals/regionals haurien d'apostar en perfils professionals orientats al periodisme de dades?
- 19) Com creu que podria el periodisme de dades imposar-se a la immediatesa en les redaccions locals/regionals?
- 20) Què necessitats tenen els professionals de les dades en redaccions locals/regionals ara mateix?
- 21) Quins aspectes caldria reforçar més les universitats?

8. Bibliografia

- Anderson, C. W. (2018). Genealogies of Data Journalism. *DataJournalism Handbook*, 1(2), 231-235.
- Arias-Robles, F., & López López, P. J. (2021). Driving the Closest Information. Local Data Journalism in the UK. *Journalism Practice*, 15(5), 638-650. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1749109>
- Chaparro Domínguez, M. A. (2014). Nuevas formas informativas: El periodismo de datos y su enseñanza en el contextos universitario. *Historia y Comunicación Social*, 19(Especial Febrero), 43-54.
- Constantarás, E. (2018). Data Journalism By, About and For Marginalised Communities. *DataJournalism Handbook*, 1(2), 218-223.
- Digital 2021. (s.d.). We Are Social. Recuperat 1 juny 2021, de <https://wearesocial.com/digital-2021>
- Ferreras Rodríguez, E. M. (2016). El Periodismo de Datos en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(1), 255-272. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2016.v22.n1.52594
- 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 Comunicación*, 17(2), 268-291. <https://doi.org/10.26441/RC17.2-2018-A12>
- Flores Vivar, J. M. (2020). Radiografía del periodismo de datos en las facultades de Comunicación españolas: Innovando los estudios de grado en Periodismo. *Anàlisi*, 6, 16.
- Flores-Vivar (2020b) Radiografía del periodismo de datos en las faculta.pdf. (s.d.).
- Franklin, B., & Richardson, J. E. (2002). Priming the Parish Pump: Political Marketing and News Management in Local Political Communications Networks. *Journal of Political Marketing*, 1(1), 117-147. https://doi.org/10.1300/J199v01n01_07
- González Esteban, J. L. (2009). *Modelos de periodismo local y estrategias ante la crisis: El caso del News & Observer*. Revista Latina de Comunicación Social. <https://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-813-151-160>
- Gozálbo, M. (2018). *Solo una redactora es admitida en la bolsa de periodista de datos de À Punt*. Valencia Plaza. <https://valenciaplaza.com/solo-una-redactora-es-admitida-en-la-bolsa-de-periodista-de-datos-de-a-punt>
- Harte, D. (2013). Hyperlocal Publishing in the UK – A 2013 Snapshot | Dave Harte. *Dave Harte*. <http://daveharte.com/hyperlocal/hyperlocal-publishing-in-the-uk-a-2013-snapshot/>
- Hewett, J. (2016). Learning to Teach Data Journalism: Innovation, Influence and Constraints. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 17(1), 119-137.

- Holovaty, A. (2008). *In memory of chicagocrime.org*. Holovaty.com. <http://www.holovaty.com/writing/chicagocrime.org-tribute/>
- Holovaty, A. (2013). *RIP EveryBlock*. Holovaty.com. <http://www.holovaty.com/writing/rip-everyblock/>
- Jones, R. (2021). "It's the Best Job on the Paper" – The Courts Beat During the Journalism Crisis. *Journalism Practice*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1910980>
- Kayser-Bril, N. (2012). Become Data Literate in 3 Simple Steps. *DataJournalism Handbook*, 1(1), 126-128.
- Leon, S. (2018). Accounting for Methods in Data Journalism: Spreadsheets, Scripts and Programming Notebooks. *DataJournalism Handbook*, 1(2), 80-86.
- Llaneras, K., & Galindo, J. (2017). Datos y Precisión. En *Cada mesa, un Vietnam* (Enric González, p. 255-276). Jot Down Books.
- Lorenz, M. (2011). Why Journalists Should Use Data. *DataJournalism Handbook*, 1(1), 11-16.
- Lorenz, M. (2012). Business Models for Data Journalism. *DataJournalism Handbook*, 1(1), 52-53.
- Lozano Chávez, F. (2016, novembre 17). Entrevista: «Los periodistas deben saber de programación». *CONVERMEDIA.PE*. <http://convermedia.pe/entrevista-los-periodistas-deben-saber-de-programacion/>
- Monbiot, G. (2009, novembre 9). I, too, mourn good local newspapers. But this lot just aren't worth saving | George Monbiot. *The Guardian*. <http://www.theguardian.com/commentis-free/2009/nov/09/local-newspapers-democracy>
- Napoli, P. M. (2019). Place/Space and the Challenges Facing Local Journalism and Local Journalism Research. *Journalism & Communication Monographs*, 21(2), 147-151. <https://doi.org/10.1177/1522637919848359>
- Nielsen, R. K. (2015a). Introduction: The Uncertain Future of Local Journalism. En *Local Journalism. The decline of newspapers and the rise of digital media*. (p. 12-39). I.B.Tauris & Co. Ltd.
- Nielsen, R. K. (2015b). Local Newspapers as Keystone Media: The Increased Importance of Diminished Newspapers for Local Political Information Environments. En *Local Journalism. The decline of newspapers and the rise of digital media*. (p. 66-91). I.B.Tauris & Co. Ltd.
- Radcliffe, D. (2012). *UK hyperlocal media today*. 54.
- Rahman, Z. (2018). Searchable Databases as a Journalistic Product. *DataJournalism Handbook*, 1(2), 127-132.
- Shah, D. V., McLeod, J. M., & Yoon, S.-H. (2001). Communication, Context, and Community: An Exploration of Print, Broadcast, and Internet Influences. *Communication Research*, 28(4), 464-506. <https://doi.org/10.1177/009365001028004005>
- Thuy Vo, L. (2018). Telling Stories with the Social Web Current Preview View Save as a.... *DataJournalism Handbook*, 1(2), 149-156.

Vera Zambrano, S., Powers, M., & Baisnée, O. (2015). *The News Crisis Compared: The Impact of the Journalism Crisis in Local News Ecosystems in Toulouse (France) and Seattle (US)* (p. 31-50). <https://doi.org/10.5040/9780755695171.ch-001>

Zamith, R. (2019). Transparency, Interactivity, Diversity, and Information Provenance in Everyday Data Journalism. *Digital Journalism*, 7(4), 470-489. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1554409>

