

Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

sphera.ucam.edu

ISSN-e: 2695-5725 • ISSN: 1576-4192 • Número 22 • Vol. II • Año 2022 • pp. 26-42

La convergencia mediática y el universo Big Data: nuevos perfiles profesionales y necesidades formativas en Periodismo

Eduardo Castillo Lozano, **Universidad Nebrija (España)**
ecastill@nebrija.es

Marta Saavedra Llamas, **Universidad Nebrija (España)**
msaavedr@nebrija.es

Mercedes Herrero de la Fuente, **Universidad Nebrija (España)**
mherrero@nebrija.es

Recibido 21/09/22 • Aceptado 17/12/22 • Publicado 23/12/22

Cómo citar este artículo: Castillo Lozano, E., Saavedra Llamas, M. y Herrero de la Fuente, M. (2022). La convergencia mediática y el universo Big Data: nuevos perfiles profesionales y necesidades formativas en Periodismo, *Sphera Publica*, 2(22), 26-42.

Resumen

La cobertura informativa de la crisis sanitaria por COVID-19 ha contribuido al auge del periodismo de datos como una especialización con nuevas posibilidades narrativas y perspectivas de empleabilidad. En sus distintas vertientes esta modalidad periodística promueve nuevos perfiles profesionales con marcado acento tecnológico, capaces de desenvolverse en redacciones multidisciplinares. Nos preguntamos si desde el ámbito universitario se está contribuyendo a la formación de periodistas que puedan cubrir una demanda laboral creciente y afrontar retos como el de la desinformación. Nuestra investigación parte del RUCT para diseñar una muestra de las titulaciones universitarias oficiales de grado y máster relativas al periodismo de datos ofertadas en 2022/23 en España. Se aplica la técnica del análisis de contenido sobre los sitios web de los centros y

especialmente las guías docentes de las asignaturas afines. Los resultados revelan que las titulaciones con formación en periodismo de datos alcanzan un número insuficiente, tanto en grado como en postgrado. En el primer caso las competencias adquiridas son genéricas y se adquieren en el segundo ciclo. En el segundo se observa una mayor especialización y un carácter práctico, dentro de una oferta educativa a la que contribuyen la universidad pública y la privada de forma equitativa.

Palabras Clave

Periodismo de datos, planes de estudio Periodismo, empleabilidad, nuevos perfiles profesionales, redacción integrada.

Media convergence and the big data universe: New professional profiles and Journalism training needs

Eduardo Castillo Lozano, **Universidad Nebrija (España)**
ecastill@nebrija.es

Marta Saavedra Llamas, **Universidad Nebrija (España)**
msaavedr@nebrija.es

Mercedes Herrero de la Fuente, **Universidad Nebrija (España)**
mherrero@nebrija.es

Received 21/09/22 • Accepted 17/12/22 • Published 23/12/22

How to reference this paper: Castillo Lozano, E., Saavedra Llamas, M. y Herrero de la Fuente, M. (2022). Media convergence and the big data universe: New professional profiles and Journalism training needs, *Sphera Publica*, 1(22), 26-42.

Abstract

COVID-19's coverage of the health crisis has contributed to the rise of data journalism as a specialisation with new narrative possibilities and employability prospects. In its different aspects, this journalistic modality promotes new professional profiles with a strong technological accent, capable of working in multidisciplinary newsrooms. We wonder whether the university is contributing to the training of journalists who can meet a growing labour demand and face challenges such as disinformation. Our research is based on the RUCT to design a sample of official university degrees, and master's degrees related to data journalism offered in 2022/23 in Spain. The content analysis technique is applied to the websites of the centres and especially to the teaching guides of the related subjects. The results reveal that the number of degrees with training in data journalism is insufficient, both at undergraduate and postgraduate level. In the first case, the skills acquired are generic and are acquired in the second cycle. In the second, there is greater specialisation and a practical nature, within an educational offer to which public and private universities contribute equally.

Keywords

Data journalism, curricula Journalism, employability, new profiles, integrated newsroom

Introducción

La revolución digital en el ámbito de la comunicación ha transformado radicalmente los conceptos convencionales sobre los medios de comunicación de masas, la incidencia de la tecnología en la elaboración del producto informativo, el papel de las audiencias y los usuarios de la comunicación, los modelos de negocio periodísticos y las fuentes de financiación. Lo anterior ha propiciado un impacto en el trabajo mismo de los informadores, desde los procedimientos hasta los objetivos, pasando por la propia estructura de los grupos de trabajo y, en consecuencia, de las capacidades y competencias necesarias para esta reordenación profesional del periodista.

En este contexto de cambio, Salaverría et al. (2010) señalan que las empresas periodísticas comenzaron por asumir esta necesaria transformación de manera conservadora. Con anterioridad a la crisis económica de 2008, la industria podía sobrevivir financieramente a los cambios, sin realizar firmes apuestas por lo digital y manteniendo relativamente el estatus que la publicidad y los apoyos financieros le otorgaban. Sin embargo, la debacle financiera deja al descubierto estas fragilidades y obliga a los medios a asumir el concepto de convergencia como respuesta a la revolución digital.

La convergencia periodística es un proceso multidimensional que, propiciado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales, afecta a las empresas de medios de comunicación y conforme al cual las esferas tecnológica, empresarial, profesional y de contenidos de esas empresas experimentan respectivos fenómenos de mudanza, caracterizados por una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados (Salaverría, 2010, p.7).

La convergencia supone la irrupción de nuevas lógicas de trabajo que no sólo tienen un componente técnico, sino que se extienden hacia un plano cultural (Jenkins, 2008). García-Avilés (2009) indica que tiene que ver con los aspectos estructurales y organizativos y están implicados los ámbitos tecnológicos, empresariales, profesionales y editoriales o de contenido. La convergencia supone una alteración de los escenarios predigitales de los medios (Casero-Ripollés, 2010).

Con la convergencia aparece un nuevo modelo de redacción integrada para varios soportes y medios -papel, digital, radio o televisión-, con una distribución unificada del

trabajo. Emergen los llamados periodistas multitarea y multimedia, que deben ocuparse de recabar la información, elaborarla y distribuirla (García-Avilés y Carvajal, 2008).

Ramos (2014) define la redacción integrada como:

Marco común de trabajo creado mediante una reorganización estructural, basada ésta en el mejor aprovechamiento de los medios, en compartir conocimientos y en la eliminación de prejuicios muy asentados entre los periodistas, y cuyo objetivo es la consecución de un producto informativo mejor y un periodista más preparado (p. 117).

Sin embargo, algunos ven en la integración de redacciones un modo de reducir costes y no tanto de converger digitalmente como respuesta a los nuevos públicos. Autores como Micó (2006) interpretan esta multitarea como un proceso más en la degradación de las condiciones tanto formales como salariales de los periodistas. A las reticencias de asociaciones de periodistas o de sindicatos se suma otra de carácter generacional y que tiene que ver también con la asunción de las tecnologías y la digitalización en los procesos de producción periodística (Ramos, 2014).

La capacidad multitarea, o de polivalencia siguiendo a Scolari (2008), se manifiesta en tres niveles entre los periodistas: funcional, que hace referencia a la multiplicación de las tareas desempeñadas; temática, que lleva a los periodistas a alejarse de la especialización y tener la capacidad de abordar cualquier tema de la actualidad informativa; y mediática, que el comunicador trabaja para varios medios y/o canales al mismo tiempo.

Asimismo, los cambios en las herramientas tecnológicas, en la estructura de gestión empresarial, informativa y laboral y en los procesos de producción informativa tienen consecuencias en el terreno de los contenidos. La combinación de plataformas permite la irrupción de la multimedialidad de los contenidos en los que convergen diversos códigos de comunicación. Con ello, emerge con fuerza el periodismo digital que, como defienden Toural-Bran y López-García (2019), ha logrado en las últimas décadas consolidarse como la opción preferente para los usuarios y marcar la agenda informativa en determinados temas, arrebatando la hegemonía en impacto e influencia a los medios tradicionales.

Además, según el *Digital News Report* de The Reuters Institute (2022), la crisis pandémica ha acelerado algunas tendencias que venían observándose en el mercado de la información, como la caída de la audiencia y los ingresos de los medios tradicionales, la consolidación del *smartphone* como dispositivo informativo más utilizado, con una

penetración en el 99,9% de la población, o la consolidación del vídeo y del *podcast* como herramientas de comunicación multimedia.

De este modo, tal como señalan López-García et al (2019), el dominio de las narrativas digitales basadas en hipertextualidad, multimedialidad e interactividad se vuelve fundamental para el periodista y, por tanto, las universidades deben atender a la formación en las competencias relacionadas. Los nuevos formatos narrativos que se han desarrollado más en el ámbito del periodismo tienen que ver con el periodismo inmersivo, el periodismo transmedia (García-Ortega y García-Avilés, 2018) y el periodismo de datos. Esta última disciplina cobra especial importancia en la actualidad y vive un punto de inflexión positiva también durante la pandemia por COVID-19. Las dudas sobre el origen, efectos y soluciones de la crisis sanitaria favorecieron que la desinformación, descrita por la Organización Mundial de la Salud como “infodemia masiva”, alcanzase un espacio en el que fluye una enorme cantidad de falsedades, que tiene un impacto inmediato en las personas (Posetti y Bontcheva, 2020). Los ingentes datos científicos, estadísticos y numéricos que genera un acontecimiento como este requieren ser analizados e interpretados por profesionales de la información, que los hagan comprensibles para la gran mayoría (Gray, Bounegruy y Chambers, 2012).

En este sentido, el periodismo de datos y, concretamente, la verificación, el análisis o la visualización emergen como las funciones periodísticas que mayor importancia y recursos han adquirido, tanto en los medios nativos digitales como en los medios tradicionales. De hecho, las principales cabeceras españolas han apostado por el periodismo de datos para cubrir la crisis sanitaria (Córdoba, García y López, 2020). Los datos numéricos se han convertido en el elemento estrella frente a otras piezas y formatos periodísticos (Costa y López, 2020).

Si consultamos el último informe de la Asociación de la Prensa de Madrid (2021), observamos cómo los perfiles vinculados con la explotación de datos y la presentación de estos cobran importancia y, por tanto, son generadores de empleo. Mejorar la calidad de la información pasa por aumentar la colaboración entre los perfiles profesionales con competencias en grafismo, análisis de datos o desarrollo informático, con los perfiles periodísticos (Valero-Pastor y Carvajal, 2019).

Ante esta realidad, se hace necesaria una formación académica actualizada en consonancia con la convergencia mediática, el dominio de las nuevas narrativas y la explotación del *big data* con fines informativos. Como explica Rodríguez (2019), hay que dotar a los periodistas de las competencias necesarias para dar respuesta a la creciente

necesidad de combatir la desinformación y de interpretar datos masivos, de forma que ayuden a la sociedad a aprender a consumir en este nuevo ecosistema informativo. Una necesidad a la que los planes de estudio en Periodismo se han adaptado a “un ritmo lento y dispar” (Sánchez-García y Tejedor, 2022: 3).

Objetivos y metodología

A pesar de la evidente necesidad de especialización en el área del periodismo de datos, esta disciplina no está tan desarrollada en España como en otros países, debido principalmente a la falta de formación específica. La escasa oferta formativa es demasiado generalista, puesto que en algunos casos se limita a ofrecer una introducción a la materia (Ferrerías-Rodríguez, 2013; Chaparro, 2014; Saavedra-Llamas, Herrero-De-la-Fuente y Castillo-Lozano, 2020).

Esta investigación pretende analizar si tras la pandemia mundial las universidades han decidido actualizar la formación vinculada al periodismo de datos en la oferta académica oficial de nuestro país y así conocer si la formación periodística se adapta a las necesidades del sector y de la propia sociedad o deben estas instituciones plantearse una modificación de los planes de estudio para favorecer la recuperación de la figura del periodista en las democracias y, obviamente, potenciar la empleabilidad de sus egresados.

El estudio se estructura en dos etapas metodológicas: la primera se basa en un proceso descriptivo que utiliza fuentes primarias y secundarias para contextualizar el objeto de estudio; la segunda utiliza la técnica del análisis de contenido para examinar los planes de estudio oficiales de grado y máster que las universidades españolas ofertan para el presente curso 2022/23, observando así la situación actual de los estudios universitarios de Periodismo en España y determinando el nivel de formación en periodismo de datos.

La técnica del análisis de contenido se aplica a la información depositada en las páginas webs de las titulaciones de grado y máster universitario que forman parte de la muestra de estudio. Para ello se ha diseñado un patrón de análisis que recoge una serie de categorías y que se ha inspirado en la propuesta de Rubio (2017) para la investigación liderada por Perlado y Saavedra (2017), la cual analizaba, justamente, los estudios universitarios especializados en Comunicación en España, en esa ocasión desde la perspectiva profesional de la dirección de comunicación.

Las categorías diseñadas se dividen en dos campos de significación básicos: Identificación del título (nivel: grado o máster, denominación del programa, universidad, URL, titularidad de la universidad: pública o privada, facultad o centro responsable, lugar de impartición, año de verificación, curso de implantación y última modificación del plan de estudios) y Análisis del programa formativo en relación con el periodismo de datos (asignaturas relacionadas con el objeto de estudio, periodo de impartición, carácter: básico, obligatorio u optativo, ECTS (*European Credit Transfer and Accumulation*), competencias, contenidos y perfil del profesor).

La muestra de estudio comprende el total del universo de las titulaciones universitarias oficiales de grado y máster relacionadas con el periodismo de datos en España y ofertadas en el presente curso. A partir del Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT), al que se puede acceder de manera digital, se han analizado todos los grados que incluían el término “periodismo” en su denominación.

Tabla 1. Muestra de estudio grado

Denominación	Universidad	Nº	%
Periodismo	A Distancia de Madrid; Antonio de Nebrija; Autónoma de Barcelona; Cardenal Herrera-CEU; Carlos III de Madrid; Católica San Antonio; Complutense de Madrid; Castilla-La Mancha; Extremadura; La Laguna; Internacional Isabel I de Castilla; Internacional Villanueva; Málaga; Murcia; Navarra; Santiago de Compostela; Sevilla; Valladolid; Vic-U. Central de Catalunya; Zaragoza; País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea; Europea de Madrid; Europea del Atlántico; Europea Miguel de Cervantes; Fernando Pessoa-Canarias; Francisco de Vitoria; Internacional de Catalunya; Jaume I de Castellón; Miguel Hernández de Elche; Pompeu Fabra; Pontificia Comillas; Pontificia de Salamanca; Rey Juan Carlos; Rovira i Virgili; San Jorge; San Pablo-CEU; Universitat Abat Oliba CEU; Universitat de València	38	95
Comunicación y Periodismo Audiovisuales	Lleida	1	2,5
Periodismo y Comunicación Corporativa	Ramón Llull	1	2,5
TOTAL		40	100

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del RUCT (2022).

Para extraer la muestra de máster, se filtraron en el RUCT los programas universitarios que incluían en su denominación las referencias “periodismo”, “datos” y “periodismo digital”.

Tabla 2. Muestra de estudio máster

Denominación	Universidad	Nº	%
Comunicación y Visualización de Datos	Internacional de La Rioja	1	14,28
Periodismo Digital y de Datos	Antonio de Nebrija	1	14,28
Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Oberta de Catalunya	1	14,28
Periodismo Digital y Nuevos Perfiles Profesionales	Rey Juan Carlos	1	14,28
Periodismo Multimedia Profesional	Complutense de Madrid	1	14,28
Nuevos Medios Interactivos y Periodismo Multimedia	Granada	1	14,28
Periodismo e Innovación en Contenidos	Autónoma de Barcelona	1	14,28
TOTAL		7	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del RUCT (2022).

Resultados

Presentamos a continuación el estudio de las titulaciones de grado y máster.

Avances en grado, pero escasa profundización en periodismo de datos

La oferta académica de grado para el curso 2022/23 aumenta, ya que el título se imparte en dos centros más respecto a promociones anteriores: la Universidad Internacional Villanueva y la Universidad Internacional Isabel I de Castilla. Cabe apuntar que en los dos ya se incluye la formación en periodismo de datos por lo que observamos que las nuevas titulaciones sí tienen en cuenta esta demanda.

No obstante, de las 40 universidades analizadas, solo 18 desarrollan en sus planes de estudio asignaturas relacionadas con el periodismo de datos, la visualización de datos, la arquitectura web o la programación, la infografía, el periodismo inmersivo o el análisis de datos. Ello supone que un 45% de universidades tienen en cuenta la formación en un área novedosa, necesaria y generadora de empleo.

La selección de asignaturas se circunscribe a aquellas materias que, o bien están directamente relacionadas -nominalizadas- con el periodismo y análisis de datos o gestión de bases de datos conectadas con la información o el periodismo, o bien desarrollan alguna de las materias que los expertos indican como necesarias en esta salida profesional: programación, estadística, arquitectura web o infografía. Si tomamos como referencia la investigación de Saavedra-Llamas, Herrero-De-la-Fuente y Castillo-Lozano en 2020, se observa, de nuevo, un avance, ya que entonces únicamente 14 universidades incluían estas disciplinas.

Del total de universidades que incorporan en sus planes de estudios asignaturas de periodismo de datos y habilidades vinculadas a las diferentes áreas de especialización que emanan de este, un 60% se ofrecen en centros privados y un 40% en públicos.

En total, entre las 18 universidades públicas y privadas que ofrecen formación en periodismo de datos, se contabilizan 27 asignaturas relacionadas directamente con la materia o vinculadas a las áreas de trabajo del periodismo de datos (21 en 2020, según Saavedra-Llamas, Herrero-De-la-Fuente y Castillo-Lozano).

Para analizar el contenido de las asignaturas se ha recurrido a las guías docentes de cada una de ellas, que están a disposición pública en las páginas web de las universidades; debemos apuntar que en los casos de las nuevas titulaciones no ha sido posible por la no disponibilidad de las guías de los últimos cursos, dada su reciente implantación. Los contenidos de las materias son variados, aunque se percibe una formación generalista que actúa de introducción al campo de estudio.

Las competencias específicas que adquieren los estudiantes en relación con el periodismo y los análisis de datos muestran falta de especialización. Las más cercanas serían: capacidad de recopilar datos y la ordenación de estos y el uso de algunas herramientas específicas. El resto de las competencias asociadas a las asignaturas analizadas son comunes a las funciones básicas del periodista (valoración, jerarquización y contextualización de la información o identificación de fuentes, por ejemplo).

Respecto al carácter de las materias, la optatividad predomina en la mayoría de titulaciones. 22 asignaturas tienen 6 ECTS, cuatro de ellas tienen 3 ECTS y una tiene 2 ECTS. Las asignaturas relativas al periodismo de datos se imparten en la mayoría de los grados durante el segundo ciclo. Se deja así la especialización para los últimos años de carrera.

En lo que se refiere al profesorado, siempre según las guías docentes y la información web, habría mayoría de profesores doctores asignados para la impartición de las

asignaturas sobre periodismo de datos en los grados analizados. Sin embargo, la procedencia o especialización de los docentes varía en cuatro direcciones. De un total de 15 profesores, incluidos coordinadores: 5 tienen la especialidad en Periodismo; 4 en el área de Empresa y Economía; 3 en Documentación y 3 en el ámbito de Lenguajes Informáticos.

Comprobamos como la falta de especialización periodística en la materia hace que un 66,6% del claustro que imparte las asignaturas vinculadas con el periodismo de datos provenga de especializaciones fuera del ámbito de la comunicación. No obstante, se observa una incipiente adaptación de la estadística o la ciencia de los datos, asignaturas históricas en el área de economía, empresa y computación, al mundo de la información y el periodismo. También, se vive entre el claustro una realidad promovida por la convergencia anunciada en la introducción: la progresiva hibridación de las redacciones donde conviven diferentes perfiles y reina cada vez más la interdisciplinariedad.

Escasa oferta de máster, que olvida la verificación

Pese a la destacada oferta de títulos de posgrado que proporcionan una especialización en Periodismo, solo un 25,9% son oficiales y contemplan en su plan de estudios materias relativas al periodismo de datos, lo que indica que la oferta de máster tampoco se corresponde con la demanda del mercado. En el curso 2019/20 se impartían tres postgrados con estas características (Saavedra-Llamas, Herrero-De-la-Fuente y Castillo-Lozano, 2020), que pasan a siete en el curso siguiente y se mantienen en esa cifra hasta hoy.

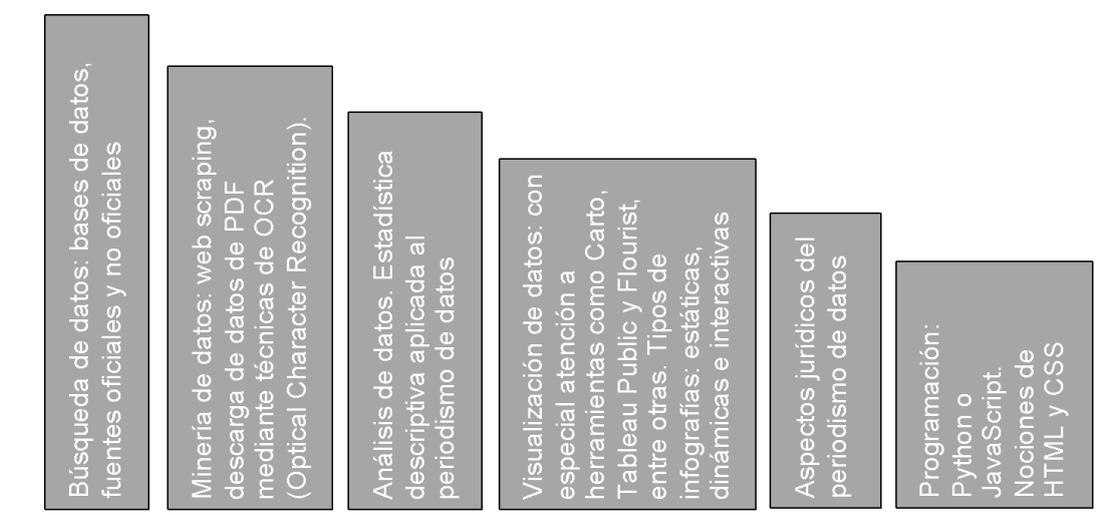
La naturaleza pública o privada de las universidades no resulta determinante a la hora de encontrar una mayor oferta en la especialización en periodismo de datos. Es más, la universidad pública, en este caso la Universidad Complutense de Madrid, puede considerarse pionera en ofertar un contenido de especialización en periodismo de datos frente a otras universidades privadas. La mayoría de los títulos de posgrado relacionados con el universo digital del periodista y que incluyen formación específica de periodismo de datos son relativamente recientes, siendo el más antiguo de ellos del año 2011 y los más recientes de los años 2019 y 2021.

Las titulaciones de posgrado tienen una carga docente de 60 ECTS. El máster que más créditos dedica a la formación específica en alguno de los perfiles contemplados en el capítulo anterior es el de la UNIR, con 30 dedicados a materias específicas. Le sigue la Universidad Oberta de Catalunya, con 19 créditos, y la Universidad Nebrija, con 14 ECTS.

La mayoría de los títulos analizados tienen un desarrollo práctico muy amplio, tanto para el aprendizaje de las herramientas específicas del análisis de datos, la visualización o el periodismo de datos con relación a la creación del relato.

Se sigue contemplando, tal como recogía el último estudio de la oferta académica relativa al periodismo de datos (Saavedra-Llamas, Herrero-De-la-Fuente y Castillo-Lozano, 2020), escasa formación en habilidades y técnicas de verificación. Resulta preocupante que las universidades no estén atendiendo de manera más profunda uno de los pilares actuales del periodismo de datos y, con ello, su responsabilidad social frente a la desinformación y las *fake news*.

En total se han identificado 18 asignaturas relacionadas con el periodismo de datos, visualización y programación. Las asignaturas se reparten de forma equilibrada entre el primer y segundo semestre, tienen un carácter preminentemente obligatorio, aunque hay asignaturas de carácter optativo y en su mayoría tienen 6 ECTS, pero nos encontramos igualmente asignaturas de 4 y 3 créditos. En máster, los contenidos son mucho más especializados:



Fuente: Elaboración propia a partir de las guías docentes de las asignaturas de referencia.

Nos fijamos por último en el profesorado al frente de estas disciplinas, recurriendo de nuevo a las respectivas guías docentes. La información sobre esta variable es incompleta, ya que solo en 2 títulos figura de forma específica la identidad del docente y su cualificación (los correspondientes a URJC y Nebrija). La Universidad de Granada tan solo detalla nombre y apellidos y el resto no presentan esta información. Con los datos disponibles podemos observar que la Universidad Rey Juan Carlos opta por un equipo

docente de 6 miembros, 5 de ellos doctores con distintos perfiles (que van del profesor visitante al titular), figurando un catedrático como responsable de la asignatura. La Universidad Nebrija coloca a 2 doctores y 1 licenciado al frente de las 3 materias de su programa. Sobre la Universidad de Granada deducimos, tras una búsqueda en la web del máster sobre el perfil de sus profesores, que asignan a 5 doctores para 2 asignaturas. El resto de los másteres no facilitan datos al respecto.

Sobre sus áreas de especialización, a partir de los escasos datos facilitados, se deduce que la mayoría proceden del periodismo y la comunicación (7), seguidos muy de cerca por los informáticos y programadores (6) y en tercer término por los documentalistas y expertos en biblioteconomía (3). En todos los casos se ha producido una evolución hacia ámbitos relacionados con el periodismo de datos, las redes sociales y en general el impacto de las nuevas tecnologías en el sector de la comunicación en sus investigaciones y áreas de especialización.

Conclusión

El periodismo de datos constituye una especialización periodística especialmente relevante, como hemos podido comprobar durante la cobertura informativa de la pandemia por COVID-19. A través de sus distintas vertientes (extracción y análisis de datos, visualización y verificación) la aplicación del dato al relato periodístico permite ofrecer a la audiencia contenidos de interés, comprensibles a pesar de su complejidad, y eficaces a la hora de combatir la desinformación creciente.

Es por ello por lo que el perfil del periodista de datos se encuentra entre los más demandados en las redacciones, integradas por equipos multidisciplinares, donde las competencias relacionadas con el desarrollo informático o el diseño gráfico convergen con la labor periodística. Redacciones, fruto de la evolución digital, que fusionan canales y que, ahora, guardan una comunicación bidireccional con los públicos y que necesitan la figura de un periodista versátil, polivalente, formado en las tareas clásicas de la comunicación informativa, pero con espíritu innovador, manejo de las tecnologías y de los distintos medios y hábil en las nuevas narrativas.

Sin embargo, la inclusión de materias relacionadas con el periodismo de datos en los planes de estudio de las universidades españolas resulta todavía insuficiente, aunque con ligeros avances en los últimos tres años.

En el caso de los títulos oficiales de grado incluidos en el RUCT para el curso 2022/23, solo 18 (de 40) presentan materias relacionadas. Esta cifra, aunque todavía escasa, supone un incremento frente a los 14 registrados para el periodo 2019/20, detectándose dos programas de Periodismo nuevos, que contemplan el *big data* en su propuesta académica. Un total de 27 asignaturas se centran directamente en esta materia o en alguna de las áreas de trabajo vinculadas (21 en 2020). Pero si analizamos las competencias recogidas en las respectivas guías docentes, observamos una falta de especialización. Se trata en su mayor parte de disciplinas optativas y distribuidas en el segundo ciclo. Sus docentes están cualificados casi siempre como doctores, procedentes en un 66,6% de los casos de especializaciones fuera del ámbito de la comunicación. Hay que destacar, por último, que el 60% de las universidades que ofrecen cierta cualificación en periodismo de datos para los alumnos de grado son de titularidad privada.

En el nivel de postgrado, un 25,9% de los títulos profundizan de forma específica en la adquisición de habilidades conectadas al periodismo de datos (siete programas). Por tanto, tampoco en la oferta de máster se recoge suficientemente la demanda del mercado laboral. En este caso, se observa una mayor especialización de las materias relacionadas, en general obligatorias, que presentan un carácter marcadamente práctico y se planifican en ambos semestres. Abarcan las diferentes vertientes de la extracción, gestión y presentación de datos, con apenas recorrido en lo relativo al *fact-checking*. No es relevante en este caso la titularidad de las universidades, con ejemplos de programas interesantes tanto en la oferta pública como en la privada. Sobre los profesores al frente de estas asignaturas, apenas se publican datos concretos por parte de los respectivos centros, por lo que no podemos establecer una conclusión definitiva. Solo señalar que existe un predominio de doctores vinculados al área del periodismo y la comunicación, donde en los últimos años ha crecido el interés por investigar sobre el impacto de las nuevas tecnologías en este sector.

La universidad española y, concretamente, las facultades de comunicación o centros que ofertan titulaciones vinculadas deben reflexionar acerca de los planes de estudio vigentes en el área del Periodismo. La verificación, la lucha contra la desinformación, el uso de narrativas atractivas como los datos, el periodismo transmedia o el inmersivo, unidos a la reflexión sobre los procesos que ahora impactan en los medios y en las tecnologías dominantes en la escena informativa deben estar en la hoja de ruta de estos cambios. Así, la universidad responderá a la demanda de profesionales cualificados y el Periodismo

podrá recuperar parte de su descrédito, resultando una herramienta útil contra la desinformación creciente.

Bibliografía

- APM (2021). *Informe Anual de la Profesión Periodística*. Madrid: APM.
- Casero-Ripollés, A. (2010). Prensa en internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia. *El profesional de la información*, 19(6), pp. 595-601. <https://doi.org/10.3145/epi.2010.nov05>
- Chaparro, M.A. (2014): Nuevas formas informativas: el periodismo de datos y su enseñanza en el contexto universitario. *Historia y Comunicación Social*, 19, pp. 43-54.
- Córdoba, A., García-Borrego, M. y López-Martín, A. (2020). El periodismo de datos durante la crisis sanitaria del Covid-19 en la prensa española. *Revista Iberica de Sistemas e Tecnologias de Informaçao*, 35, pp. 325-337.
- Costa-Sánchez, C. y López-García, X. (2020). Comunicación y crisis del coronavirus en España. Primeras lecciones. *El profesional de la información*, 29(3), e290304. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.04>
- Ferreras-Rodríguez, E.M. (2013). Aproximación teórica al perfil profesional del Periodista de datos. *Revista ICONO 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 11(2), 115-140.
- García-Avilés, J.A. (2009). La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades. *Signo y Pensamiento*, 28(54), 102-113. <https://cutt.ly/6Vsvcdi>
- García-Avilés, J.A. y Carvajal, M. (2008). Integrated and Cross-Media Newsroom Convergence. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(2), 221-239.
- García-Ortega, A. y García-Avilés, J. A. (2018). Los newsgames como estrategia narrativa en el periodismo transmedia: propuesta de un modelo de análisis. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(1), pp. 327-346
- Gray, J., Bounegruy, L. y Chambers, L. (2012). *The Data Journalism Handbook*. Sebastopol (EE.UU.): O'Reilly.

- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- López-García, X., Vázquez-Herrero, J., Pérez-Seijo, S. y Melle-Goyanes, M. (2019). El 'salto adelante' de las narrativas digitales en la segunda década del siglo XXI. En C. Toural-Bran y X. López-García (eds.). *Ecosistema de los cybermedios en España: tipologías, iniciativas, tendencias narrativas y desafíos* (pp. 141-161). Salamanca: Comunicación Social.
- Micó, J.L. (2006). *Periodisme a la xarxa. Llenguatge nou d'un ofici vell*. Vic: Eumo Editorial.
- Newman, N. (2022). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions in 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism-University of Oxford. <https://cutt.ly/3XhHWEe>
- Perlado, M. y Saavedra-Llamas, M. (eds.) (2017). *Los estudios universitarios especializados en Comunicación en España. Un análisis desde la perspectiva profesional de la Dirección de Comunicación (2014-2015)*. Barcelona: UOC.
- Posetti, J. y Bontcheva, K. (2020). *Disinfodemic Dissecting responses to COVID-19 disinformation*. París: UNESCO.
- Ramos, D. (2014). *La integración de redacciones como respuesta a los nuevos formatos periodísticos. El caso español: 20 minutos, ABC, El País y El Mundo*. [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid. <https://cutt.ly/cVsWXo7>
- Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT). <https://www.educacion.gob.es/ruct/home>
- Rodríguez-Fernández, L. (2019). Desinformación: retos profesionales para el sector de la comunicación. *El profesional de la información*, 28(3), e280306. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.06>
- Rubio, J. (2017). *Diseño de la investigación sobre los estudios universitarios especializados en comunicación en España desde la perspectiva profesional de la dirección de comunicación*. En M. Perlado y M. Saavedra-Llamas (eds.). *Los estudios universitarios especializados en Comunicación en España. Un análisis desde la perspectiva profesional de la Dirección de Comunicación (2014-2015)*, (pp. 27-42). Barcelona: UOC.
- Sánchez-García, P., Tejedor, S. (2022). La enseñanza técnico-digital en los estudios de Periodismo en España: hacia una formación híbrida genérica y especializada en lenguajes y formatos". *Profesional de la Información*, 31(1), e310105

- Saavedra-Llamas, M., Herrero-De-la-Fuente, M. y Castillo-Lozano, E. (2020). La formación en periodismo de datos en España: radiografía de la oferta académica universitaria. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 62, 93-109.
- Salaverría, R., García-Avilés, J.A. y Masip, P. (2010) Concepto de convergencia periodística. En: X. López-García y X. Pereira (coords.). *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España* (pp. 41-64). Santiago de Compostela: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela.
- Scolari, C.A. (2008): *Hipermedia-ciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Toural-Bran, C. y López-García, X. (coords.) (2019). *Ecosistema de Cibermedios en España. Tipologías, iniciativas, tendencias narrativas y desafíos*. Salamanca: Comunicación Social.
- Valero-Pastor, J. M. y Prieto, M. C. (2019). Transferencia de conocimiento para la innovación en las organizaciones periodísticas. Estudio de casos españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 1154-1172.