



# Guía Docente de la Asignatura

Curso académico 2021-2022

<p><b>Asignatura:</b> PERIODISMO DE DATOS Y REDES SOCIALES <b>Código:</b> 604030 <b>Horario:</b> Viernes, de 15:00 a 18:00 horas. <b>Aula:</b> C-207 (Edificio nuevo) y aulas de informática (B7).</p>
<p><b>Módulo:</b> Periodismo Profesional</p>
<p><b>Carácter:</b> Optativa</p>
<p><b>Créditos ECTS:</b> 6</p>
<p><b>Duración:</b> Semestral   <b>Semestre:</b> Primero</p>
<p><b>Idioma:</b> español</p>
<p><b>Profesor/a:</b> Angel Luis Rubio Moraga Departamento de Periodismo y Comunicación Global <b>E-mail:</b> <a href="mailto:alrubio@ucm.es">alrubio@ucm.es</a>   <b>Despacho:</b> Despacho vicedecanato   <b>Teléfono:</b> 91 394 2065</p>
<p><b>Tutorías:</b> miércoles y viernes, de 12:00 a 14:00 horas. Para concertar una tutoría será necesario solicitarlo con antelación suficiente al correo <a href="mailto:alrubio@ucm.es">alrubio@ucm.es</a></p>
<p><b>Breve descriptor:</b> Periodismo de Datos, Periodismo en Redes Sociales, Investigación, Visualización, Software, Digital</p>
<p><b>Requisitos:</b> Los de acceso al Máster</p>
<p><b>Resultados del aprendizaje:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conocer los conceptos relacionados con los elementos visuales y percepción de la comunicación digital.</li><li>• Conocer la medición y análisis de datos y su difusión a través de las Redes Sociales.</li><li>• Conocer los últimos avances en tecnología y programación informática aplicados a la comunicación digital</li><li>• Comprensión del periodismo de datos, su gestión y modelos de visualización</li><li>• Conocer las herramientas, técnicas y recursos del periodista para la investigación en Periodismo de Datos y la obtención y difusión de información a través de las Redes Sociales</li></ul>
<p><b>COMPETENCIAS</b></p> <p><b>GENERALES:</b> LAS DEL MÁSTER</p>

#### TRANSVERSALES:

1. CGT1. Integrar el conocimiento adquirido, afrontar su complejidad y solucionar problemas dentro de contextos más amplios relacionados con el tratamiento de los contenidos especializados y audiovisuales y de las estructuras comunicativas.
2. CGT2. Demostrar capacidad para la observación de fenómenos emergentes multimediáticos y desarrollar ideas que contribuyan al enriquecimiento de la profesión periodística, mediante su comunicación y difusión
3. CGT3. Propiciar la aplicación eficiente de las Tecnologías audiovisuales y multimediáticas en el ejercicio de la profesión periodística que generen proyectos integrados que se articulen sobre la actual realidad social y comunicativa del Periodismo.
4. CGT4. Promover la capacidad de organización y planificación de proyectos informativos o comunicativos multimedia, en entornos nuevos o emergentes.

#### ESPECÍFICAS:

1. Gestión y aplicación de la narrativa multimedia y de los diversos modelos de organización, análisis y difusión de los datos para la elaboración de productos informativos.
2. Gestión y difusión de la información en los medios multimedia interactivos.
3. Capacidad de diseñar y representar procesos por medio de la representación de algunas variables.
4. Aplicar la nueva narrativa en el relato audiovisual.
5. Trabajar con las fuentes proporcionadas por las Redes Sociales y utilizar dichas fuentes para la difusión de trabajos periodísticos.

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

##### 1. DELIMITACIONES CONCEPTUALES DEL PERIODISMO DE DATOS

- 1.1. Diferencias conceptuales respecto al Periodismo de Datos
- 1.2. Orígenes y Evolución.
- 1.3. No sólo números: *Linked Data* y otras propuestas.

##### 2. CONCEPCIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL PERIODISMO DE DATOS

- 2.1. ¿En qué consiste el Periodismo de Datos?
- 2.2. Relevancia social e informativa del Periodismo de Datos
- 2.3. El perfil del Periodista de Datos
- 2.4. Periodismo de Datos aplicado

##### 3. ESTADÍSTICA Y MINERÍA DE DATOS

- 3.1. Concepto y características
- 3.2. Modelos y proceso de minería de datos
- 3.3. Aplicaciones de la Minería de Datos

##### 4. HERRAMIENTAS DIGITALES PARA PERIODISMO DE DATOS

- 4.1. Encontrar y acceder a los datos
- 4.2. Manejando los datos
- 4.3. Otras herramientas de utilidad para el periodista

##### 5. ELEMENTOS BÁSICOS PARA LA VISUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

- 5.1. Extracción de Datos con Data Miner, OutWit Hub y SpreadSheets.
- 5.2. Depuración de Datos con OpenRefine
- 5.3. Análisis de Datos y elaboración de modelos con Tableau Desktop
- 5.4. Visualización de Datos con DataWrapper y Flourish

5.5. Otros formatos de visualización: StoryMaps, TimeLine, Infografías, Videos interactivos.

## 6. EL PERIODISMO DATOS Y LAS LEYES DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

- 6.1. Introducción. Ubicación conceptual del derecho de acceso a la información.
- 6.2. En el ámbito de la Unión Europea. Acceso a la información.
- 6.3. El derecho al acceso a la información pública en España.

## 7. WEB 2.0, BLOGS Y REDES SOCIALES

- 7.1. ¿Qué son las redes Sociales y qué aportan?
- 7.2. Breve evolución histórica de las Redes Sociales, la Web 2.0 y los blogs.
- 7.3. Tipo de redes sociales ¿Qué hacen y qué hacemos?
- 7.4. El negocio de las redes sociales

## 8. PERIODISMO Y REDES SOCIALES

- 8.1. Las Redes sociales y el periodismo
- 8.2. Usos periodísticos de las Redes Sociales.
- 8.3. Analítica de Redes Sociales.

## 9. EL COMMUNITY MANAGER. ESTRATEGIAS DEL CM EN REDES SOCIALES

- 9.1. Definición y funciones del Community Manager
- 9.2. Requisitos y cualidades
- 9.3. El lenguaje en las Redes Sociales
- 9.4. Estrategias de gestión de contenidos
- 9.5. Personalización, perfil y presencia en la Red
- 9.6. Errores comunes y soluciones

### ACTIVIDADES DOCENTES

Actividad	Porcentaje
Clases teóricas	30%
Talleres prácticos	30%
Trabajo personal (estudio y lectura de textos obligatorios y complementarios)	10%
Elaboración de trabajos	15%
Tutorías virtuales y presenciales	5%
Aprendizaje interactivo (Actividades campus virtual)	10%

**Evaluación: sistema de evaluación continua basada en los siguientes porcentajes según las actividades:**

Concepto	Porcentaje
Trabajos obligatorios de la asignatura	60%
Participación en la asignatura (a través de las clases y de las herramientas de comunicación y participación de la asignatura -Foros, tutorías, chats, ...)	20%
Examen final / Ejercicio final de la asignatura	20%

**Calificación:** 0-10

## BIBLIOGRAFÍA

### Obligatoria

- ✓ Cambroner, A. (2012). *Manual imprescindible de Twitter*. Anaya Multimedia: Madrid.
- ✓ Cobo, S. (2012). *Internet para periodistas. Kit de supervivencia para la era digital*. Editorial UOC: Barcelona.
- ✓ Dader, J. L. (1997): *Periodismo de precisión. Vía socio informática de descubrir noticias*. Madrid: Editorial Síntesis.
- ✓ Elias, C. (2015): *Big Data y Periodismo en la sociedad red*. Editorial Síntesis: Madrid.
- ✓ Fama, A. (2011): *Open Data e Data Journalism*. Roma: Narccisa.
- ✓ Flores Vivar, J. M. (Coord.) (2013): *El periodismo en tiempos de Redes Sociales*. Fragua: Madrid.
- ✓ Flores Vivar, J. M. (Coord.) (2014): *Contenidos y servicios periodísticos en las redes sociales*. Fragua: Madrid.
- ✓ Noguera, J. M. (2013). *Redes y periodismo. Cuando las noticias se socializan*. Editorial UOC: Barcelona.
- ✓ Rogers, S. (2011): *Facts are sacred: The power of data. Guardian Shorts*. Edición para Kindle.
- ✓ Tascón, M. (Dir.) (2012). *Escribir en Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Fundación del Español Urgente. Galaxia Gutenberg: Madrid.
- ✓ Westbrook, A. (2010): *Next Generation Journalist*. Reino Unido: E-book
- ✓ Zanchelli, M. y Crucianelli, S. (2012). *Integrando el periodismo de datos en las salas de redacción*. International Center for Journalism: Washington.

### Complementaria:

- ✓ EFE, Agencia (2013). *Libro del estilo urgente. Agencia EFE*. Galaxia Gutenberg: Madrid.
- ✓ Flores, J. y Cebrián, M. (2012): "El data journalism en la construcción de mashups para medios digitales". En SABÉS, F. y VERÓN, J.J. (Coord.) *El periodismo digital analizado desde la investigación procedente del ámbito académico*. Huesca: XIII Congreso de Periodismo Digital, pp. 264-275.
- ✓ Holiday, R. (2013). *Confía en mí, estoy mintiendo. Confesiones de un manipulador de los medios*. Empresa Activa: Barcelona.
- ✓ Mariño, A. (2012): *La relación del Periodismo de Datos con Big Data y Open Data*. Tesina. Universidad Carlos III de Madrid.
- ✓ Meyer, P. (1993). *Periodismo de precisión: Nuevas fronteras para la investigación periodística*. Barcelona: Bosch.
- ✓ Padilla, M. (2012). *El kit de la lucha en Internet*. Traficantes de sueños: Madrid.

- ✓ Tascón, M. y Abad, M. (2011). *Twittergrafía. El arte de la nueva escritura*. Catarata: Madrid.

### Otra información de interés

- ✓ Antón Bravo, A. (2013). “El periodismo de datos y la web semántica”. En *Cuadernos de Información y Comunicación*. Vol. 18, Págs. 99-116.
- ✓ Bradshaw, P. (2011): “The inverted pyramid of data journalism” en *Onlinejournalism.com*: <http://onlinejournalismblog.com/2011/07/07/the-inverted-pyramid-of-data-journalism/>.
- ✓ Crucianelli, S. (2012): “Introducción al Periodismo de Datos” en *Internacional Center for Journalist*: <http://ijnet.org/es/blog/claves-para-entender-el-periodismo-de-datos>
- ✓ Crucianelli, S. (2012): “Periodismo de datos: lo bueno, lo malo y lo feo”, en *lanaciondata.com*, junio: <http://blogs.lanacion.com.ar/data/periodismo-con-bases-de-datos/periodismo-de-datos-lo-malo-lo-bueno-y-lo-feo/>.
- ✓ Esteban, C. (2012): “Las nuevas profesiones del Periodismo”. *Cuadernos Evoca*, nº7, pp.17-23.
- ✓ European Journalism Centre (2010): *Data-Driven journalism, What is there to learn?*, *Papers Journalism Data Meet*. Ámsterdam
- ✓ Ferreras Rodríguez, E. M. (2013). “Aproximación teórica al perfil profesional del “Periodista de Datos””. En *Icono 14*, Vol. 11 (2). Págs. 115-140.
- ✓ Galindo, F. (2004): “Propuesta de periodización histórica y evolución conceptual del periodismo de precisión”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 10, Madrid, pp. 97-112.
- ✓ Gordon, R. (2007) “Data as journalism, journalism as data”, en *Readership Institute*, noviembre: <http://www.readership.org/blog2/2007/11/data-as-journalism-journalism-as-data.html>.
- ✓ Gray, J., Bounegru, L., Chambers, L. (Eds.) (2012): *The Data Journalism Handbook*. Reino Unido: European Journalism Centre and the O’Reilly Media.
- ✓ Holovaty, A. (2006). “A Fundamental way newspaper sites need to change”, en *Holovaty.com*, Septiembre: <http://www.holovaty.com/writing/fundamental-change/>.
- ✓ Mcghee, G. (2010). “Journalism in the Age of Data: A Video Report on Data Visualization”, en <http://datajournalism.stanford.edu/>.
- ✓ Panyagua, S. (2011). “Periodismo de datos, nueva profesión de autodidactas”, en *sorayapanyagua.com*, diciembre: <http://www.sorayapaniagua.com/2011/12/04/periodismo-de-datos-nueva-profesion-de-autodidactas/>
- ✓ Peiró, K. (2012): “Data Journalism: un enorme mundo por explorar”, en *Karmapeiro.wordpress.com*, julio: <http://karmapeiro.wordpress.com/2012/07/16/datajournalism-un-enorme-mundo-por-explorar-media14ocat/>.



master  
universitario  
en periodismo  
multimedia  
profesional

**Líneas de investigación TFM:**

Periodismo Profesional y Periodismo Multimedia

Medios Audiovisuales y Tecnologías de la Información.