

# SÍLABO

## Periodismo de Datos Digitales

<b>Código</b>	ASUC01662	<b>Carácter</b>	Electivo	
<b>Prerrequisito</b>	140 créditos aprobados			
<b>Créditos</b>	3			
<b>Horas</b>	<b>Teóricas</b>	2	<b>Prácticas</b>	2
<b>Año académico</b>	2024			

### I. Introducción

---

Periodismo de Datos Digitales es una asignatura de especialidad, de carácter electivo, de la Escuela Académico Profesional de Ciencias y Tecnologías de la Comunicación. Su prerrequisito es haber aprobado 140 créditos. Desarrolla, a nivel logrado, la competencia específica Investigación Periodística. Su relevancia reside en desarrollar fluidez y eficacia comunicativa.

Los contenidos generales que la asignatura desarrolla son los siguientes: acumulación, procesamiento y análisis de grandes volúmenes de información (macrodatos) que se mueven o analizan a alta velocidad; impacto de los datos en el consumo, viralización y posicionamiento (SEO) de contenidos; la interacción por parte de los usuarios; el efecto viral a través de las redes sociales; la investigación periodística como un instrumento para obtener datos; el periodismo de datos.

---

### II. Resultado de aprendizaje de la asignatura

---

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de construir productos informativos con fluidez y eficacia comunicativa, aprovechando los recursos lingüísticos y literarios más adecuados a los distintos medios de comunicación digital.

---

**III. Organización de los aprendizajes**

<b>Unidad 1</b> <b>Acumulación, procesamiento y análisis de macrodatos</b>		<b>Duración en horas</b>	16
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de analizar las condiciones del periodismo de datos, las fuentes para el trabajo con datos abiertos y el procedimiento de recopilación, procesamiento y análisis de macrodatos.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El periodismo de datos. Condiciones necesarias y competencias</li> <li>2. La visualización y el periodismo de datos</li> <li>3. El papel del <i>big data</i></li> <li>4. Diferencia entre formatos cerrados y abiertos</li> <li>5. Fuentes para trabajar con datos abiertos</li> <li>6. Procedimiento usual para la recopilación de datos</li> </ol>		

<b>Unidad 2</b> <b>Impacto de los datos en el consumo, viralización y posicionamiento (SEO) de contenidos</b>		<b>Duración en horas</b>	16
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de analizar el impacto de los datos en el consumo, viralización y posicionamiento (SEO) de contenidos en casos concretos.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El SEO. Definición y características</li> <li>2. Ventajas de implementar una estrategia SEO</li> <li>3. Tipos de búsqueda</li> <li>4. Cómo armar una estrategia SEO</li> <li>5. El SEO on page y el SEO off page</li> <li>6. El SEO técnico</li> <li>7. El SEO local</li> </ol>		

<b>Unidad 3</b> <b>La interacción por parte de los usuarios: el efecto viral a través de las redes sociales</b>		<b>Duración en horas</b>	16
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de analizar los efectos de la viralización de contenidos en el periodismo digital.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La noticia en los medios digitales y en las redes sociales. Características</li> <li>2. La viralización de la noticia: la emotividad y la proximidad</li> <li>3. Del usuario pasivo al <i>gatekeeping</i> periodístico mixto y a la viralidad como nuevo criterio de noticiabilidad</li> <li>4. Los riesgos de las redes: la desinformación</li> </ol>		

<b>Unidad 4</b> <b>La investigación periodística como un instrumento para obtener datos</b>		<b>Duración en horas</b>	16
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de construir productos informativos con fluidez y eficacia comunicativa, aprovechando los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación digital.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proceso de la investigación periodística con base de datos</li> <li>2. Papel del cuestionamiento en el trabajo con bases de datos</li> <li>3. Importancia del análisis y confrontación de las bases de datos con la realidad. Casos concretos</li> <li>4. La construcción de las bases de datos y el proceso de verificación. Importancia</li> <li>5. El cruce de las bases de datos. ¿Qué tan profundo se quiere llegar con una historia?</li> <li>6. Alcances de la investigación periodística basada en datos</li> </ol>		

	7. Importancia de la toma de decisiones 8. Selección de formatos para publicar hallazgos e involucrar a la audiencia
--	---

#### IV. Metodología

##### Modalidad Presencial

Para el desarrollo de la asignatura, se emplea fundamentalmente la metodología experiencial y colaborativa. En cuanto a las estrategias seleccionadas para su desarrollo, se va a incidir en:

- El aprendizaje colaborativo
- El estudio de casos
- El aprendizaje orientado en proyectos

#### V. Evaluación

##### Modalidad Presencial

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso parcial	Peso total
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	- Evaluación individual teórica / <b>Prueba objetiva</b>	<b>0 %</b>	
Consolidado 1 <b>C1</b>	1	Semana 1 – 4	- Evaluación individual teórico-práctica / <b>Prueba de desarrollo</b>	40 %	<b>20 %</b>
	2	Semana 5 – 7	- Ejercicios grupales de análisis de casos / <b>Rúbrica de evaluación</b>	60 %	
Evaluación parcial <b>EP</b>	1 y 2	Semana 8	- Trabajo práctico grupal / <b>Rúbrica de evaluación</b>	<b>20 %</b>	
Consolidado 2 <b>C2</b>	3	Semana 9 – 12	- Exposición grupal del proyecto / <b>Rúbrica de evaluación</b>	40 %	<b>20 %</b>
	4	Semana 13 – 15	- Trabajo práctico grupal: avance de proyecto / <b>Rúbrica de evaluación</b>	60 %	
Evaluación final <b>EF</b>	Todas las unidades	Semana 16	- Exposición grupal del proyecto final / <b>Rúbrica de evaluación.</b>	<b>40 %</b>	
Evaluación sustitutoria*	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	- <b>Aplica</b>		

\* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

**Fórmula para obtener el promedio:**

$$PF = C1 (20 \%) + EP (20 \%) + C2 (20 \%) + EF (40 \%)$$

**VI. Bibliografía****Básica**

Franco, G. (2008). *Cómo escribir para la web: bases para la discusión y construcción de manuales de redacción online*. Knight Center for Journalism in the Americas. <https://asms.short.gy/futZmP>

**Complementaria**

Colle, R. (2013). Prensa y "Big Data": El desafío de la acumulación y análisis de datos. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 4(1). <https://bit.ly/3MpHNby>

Hinojosa, H. (2010). Redes virales, prensa y sociedad. *CienciaUAT*, 4(3),8-12 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441942919004>

Michiels, E. (2017). *El periodismo de datos como herramienta para generar investigaciones*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Abierta Interamericana].

Peschiera, L. (2018). *La viralización de la noticia: caso Evangelina Chamorro (teoría de la construcción noticiosa)*. [Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología, Universidad San Martín de Porres]. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/4299>

Perry F. y Paz, M. (Eds.). (2014). *Manual de periodismo de datos iberoamericano*. Fundación Poderomedia y Escuela de Periodismo de la Universidad Alberto Hurtado. <http://manual.periodismodedatos.org/milagros-salazar.php>

Salazar, M. (2018). *Investigación: "Periodismo basado en datos: visualizar la mentira versus revelar la verdad"*. Investigative Journalism Education Consortium.

**VII. Recursos digitales**

Banco Mundial (2021). *Datos abiertos en Organismos Internacionales*. <https://datos.bancomundial.org/>

Cyberclick. (2021). *Qué es y cuál es la importancia del SEO*. <https://bit.ly/3tB8C3S>

Gobierno de México. (2021). *Datos abiertos*. <https://datos.gob.mx/>

ICIJ. (2021). *Offshore Leaks Database*. <https://offshoreleaks.icij.org/>

LiveBinders. (2021). *Distintas iniciativas de Open Data*.

<https://www.livebinders.com/play/play?id=2483415>

Ministerio de Salud de Argentina. (2021). *Ejemplos de difusión de datos abiertos en plataformas de OGov*. <http://datos.salud.gob.ar/dataset>

Open Government Partnership. (2021). *Sobre Open Government Partnership*.  
<https://www.opengovpartnership.org/es/about/>

Rockcontent. (2022). *OSEO: la guía completa para que conquistes la cima de Google en el 2022*. <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-seo/>