

## **II Congreso Internacional Comunicación y Redes Sociales**

### **Periodismo de datos y redes sociales. Estudio de caso: Datadista y Fundación Civio**

**Alba Córdoba-Cabús**  
**Álvaro López-Martín**  
*Universidad de Málaga*

La llegada de Internet y la aparición de las redes sociales provocaron cambios en el ejercicio del periodismo, afectando tanto al proceso de producción y distribución de información como al consumo y la comunicación entre usuarios y empresas periodísticas (Casero-Ripollés y López-Meri, 2015). La eclosión de las nuevas tecnologías ocasionó modificaciones en la mentalidad de los medios –*digital first* (Guallar, 2015)– y supuso el auge de las ediciones online. Ante la necesidad de localizar nuevas fórmulas con las que implicar y atraer a los lectores en este nuevo entorno surgieron perfiles profesionales como el periodista de datos, capaz de explorar cantidades ingentes de datos y extraer información útil de ellos. El objetivo de esta investigación es examinar el papel de las redes sociales en la práctica del periodismo de datos, identificando su estrategia de uso. La metodología aplicada se basa en el estudio de dos casos: Datadista y Fundación Civio. Entre otros, los resultados muestran el uso intensivo que se realiza de Twitter y cómo estas plataformas digitales emplean esta red social como canal principal de difusión y comunicación con su audiencia.