



ESCALA HUMANÍSTICA Y CIENCIAS SOCIALES, ESPECIALIDAD CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Tema 1. La comunicación de masas. Concepto. Elementos. Funciones. Sociedad de masas y comunicación de masas. Enfoques teóricos sobre la comunicación de masas.

Tema 2. Función social de la comunicación. Estructura social y acción comunicativa. Poder, comunicación e información. La información en las sociedades democráticas.

Tema 3. Los medios de comunicación social. Evolución y desarrollo. El papel de los medios en las sociedades actuales. El consumo de medios. La crisis de los medios tradicionales.

Tema 4. El periodismo en el siglo XXI. Influencia de la digitalización en la comunicación. La transformación del escenario informativo y de los medios de comunicación. Globalización y comunicación.

Tema 5. El periodismo español en la actualidad. Desarrollo de la sociedad de la información en España. El fenómeno de la concentración de medios en España: grupos de comunicación y grupos multimedia.

Tema 6. Las agencias de información en España. Origen y evolución. Su proyección exterior. Las agencias especializadas de noticias. Su adaptación al nuevo escenario comunicativo.

Tema 7. Tratamiento del mensaje informativo: los géneros periodísticos. Los géneros periodísticos en el escenario digital.

Tema 8. Géneros periodísticos de información.

Tema 9. Géneros periodísticos de interpretación.

Tema 10. Géneros periodísticos de opinión.

Tema 11. El periodismo especializado. Definición, tipos.



Tema 12. Periodismo de investigación.

Tema 13. Periodismo de sucesos y tribunales.

Tema 14. Periodismo deportivo.

Tema 15. Periodismo político y económico.

Tema 16. Fuentes de información. Las agencias de información: función y estructura. Características de la noticia de agencia. Fuentes oficiales y no oficiales. Identificación de las fuentes. El on the record y el off the record. El secreto de las fuentes.

Tema 17. El lenguaje periodístico. Características en los medios escritos. Características del lenguaje radiofónico. Características del lenguaje televisivo. Características del lenguaje en medios digitales y medios sociales.

Tema 18. Periodismo y lenguaje inclusivo. El papel de los medios de comunicación en la sensibilización social. Perspectiva de género. Protección de la juventud y la infancia y de las personas con discapacidad.

Tema 19. Criterios para evitar el uso sexista del lenguaje en los documentos de la Administración de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears.

Tema 20. Los medios de comunicación escritos. Clasificación de la prensa periódica. Características del medio: audiencia, difusión y cobertura. Panorama de la prensa periódica española en la actualidad.

Tema 21. Origen y evolución de la radiodifusión. La radiodifusión en España. Panorama actual de la radio pública y privada. Situación en las Illes Balears.

Tema 22. La actividad radiodifusora (I): el soporte tecnológico. Radio analógica y radio digital. Implantación de la radio digital en España. La radio online. El podcast.

Tema 23. La actividad radiodifusora (II): audiencia y cobertura. La oferta radiofónica. Emisión propia y emisión en cadena. Estructura de la organización radiodifusora: programación, producción de programas y realización.

Tema 24. Origen y evolución de la televisión en España. Panorama actual de la televisión pública y privada. Las plataformas digitales en España.



Tema 25. El medio televisivo (I): el soporte tecnológico. De la televisión analógica por ondas terrestres en las webs TV. Nuevas formas de ver televisión. Televisión a la carta y plataformas de contenidos.

Tema 26. El medio televisivo (II): el ámbito de cobertura. Cadenas de cobertura nacional, autonómica y local. Canales generalistas y temáticos. Influencia de la televisión digital y las webs TV en la deslocalización de contenidos.

Tema 27. El medio televisivo (III): audiencia y programación. Parrilla y franjas horarias. La audiencia en la confección de la programación. El share. Programación y público. Regulación y autorregulación en materia de programación televisiva.

Tema 28. La legislación de las Illes Balears en relación con los medios de comunicación. La radio y la televisión públicas en las Illes Balears.

Tema 29. El Consejo Audiovisual de las Illes Balears.

Tema 30. La fotografía informativa. Evolución del fotoperiodismo. El lenguaje fotográfico. El valor de la imagen. Fotografía digital y medios sociales. Influencia en el fotoperiodismo.

Tema 31. La publicidad como proceso de comunicación. Aspectos sociológicos, psicológicos y económicos. El lenguaje publicitario.

Tema 32. La publicidad en la prensa escrita, la radio y la televisión. Transición de la inversión publicitaria hacia los medios digitales. Alternativas a la publicidad tradicional. Publicidad en Internet. Publicidad en redes sociales.

Tema 33. El Reglamento (UE) 2014/1083 del Parlamento y del Consejo, de 11 de abril de 2014, por el que se establece un marco común por los servicios de medios de comunicación en el mercado interior y se modifica la Directiva 2010/13/UE (Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación).

Tema 34. La publicidad institucional en las Illes Balears. La Ley 13/2010, de 9 de diciembre, de publicidad institucional de las Illes Balears.

Tema 35. Teoría e historia de la propaganda.

Tema 36. Marketing aplicado al periodismo.

Tema 37. Dirección y gestión de las empresas periodísticas.



Tema 38. Internet como canal de comunicación (I): características generales de la Red. Los medios digitales. Audiencia y acceso. Estructura y contenidos. La prensa tradicional frente a la aparición de los medios digitales. El fenómeno multimedia y su influencia en la comunicación y el periodismo.

Tema 39. Internet como canal de comunicación (II): socialización de la información y la comunicación. Conversación, interactividad y participación. Los medios sociales como fenómeno comunicativo.

Tema 40. El uso periodístico de las redes sociales: Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn. Otras herramientas: foros, listas de correos, weblogs, podcast. Transformación del papel de las audiencias. Adaptación de contenidos y formatos a nuevos dispositivos.

Tema 41. El periodismo en la era digital. Características: hipertextualidad y multimedia. La transformación de la idea de actualidad y su influencia en los elementos clásicos de la noticia: inmediatez, periodicidad y veracidad. El periodismo y el papel de los ciudadanos como emisores de información en el entorno digital.

Tema 42. El periodismo de datos. Fuentes y tratamiento de datos. Herramientas digitales para el almacenamiento, monitorización, visualización y presentación de datos. Fundamentos SEO y SEM. Posicionamiento en buscadores. Motores de búsqueda. Analítica web: características y herramientas.

Tema 43. La búsqueda de medios (I). Tirada y difusión de las publicaciones periódicas en España. La Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). La medición de audiencias en los medios digitales.

Tema 44. La búsqueda de medios (II): Estudios de medición de audiencias. La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) y el Estudio General de Medios (EGM).

Tema 45. La búsqueda de medios (III): Estudios de medición de audiencias. Comscore, GfK DAM, IBES-OBM. Técnicas aplicadas.

Tema 46. El acceso a la profesión periodística. Deontología profesional del periodista. Autorregulación y autocontrol de los medios. Códigos éticos y deontológicos. Código deontológico en las Illes Balears.

Tema 47. Comunicación e imagen corporativa.



Tema 48. La comunicación institucional. Naturaleza, origen y evolución. El papel de la comunicación en las instituciones.

Tema 49. La estrategia de comunicación institucional. El plan de comunicación: elaboración e implementación. La figura del portavoz. El argumentario. Tratamiento y difusión de los mensajes.

Tema 50. La comunicación de crisis. Estrategias de prevención y previsión en las instituciones públicas. Recuperación de una crisis comunicativa.

Tema 51. Imagen e identidad de las instituciones. Gestión y evaluación. Reputación online. Creación y fidelización de la comunidad virtual. Escucha e interacción.

Tema 52. La organización de la comunicación en una institución pública. Los gabinetes de comunicación de las instituciones públicas. Objetivos y funciones. Instrumentos al servicio de la comunicación institucional.

Tema 53. Gestión de la información en las instituciones (I). La comunicación interna. Objetivo, estrategia y herramientas. Implicación de los departamentos internos en la reputación de identidad institucional.

Tema 54. Gestión de la información en las instituciones (II). La comunicación externa. Objetivo, estrategia y herramientas.

Tema 55. Las relaciones de las instituciones con los medios de comunicación. Métodos de trabajo con los medios de comunicación. Las instituciones como fuente de información.

Tema 56. El dossier de prensa en las instituciones. La Ley de propiedad intelectual en relación a la elaboración y distribución de resúmenes de prensa.

Tema 57. Las páginas web de instituciones públicas. Organización y actualización de la información, difusión de contenidos, relaciones con los medios de comunicación.

Tema 58. Los portales de transparencia de las administraciones públicas. Origen. Acceso a la información.

Tema 59. Identidad visual y diseño gráfico.

Tema 60. Los gabinetes de comunicación. Origen y evolución. Desarrollo y estructura. La influencia de los gabinetes en el proceso de comunicación.



Tema 61. Instrumentos para las relaciones de los gabinetes con los medios de comunicación. Notas de prensa, convocatorias, ruedas de prensa, dossiers informativos, infografías, vídeos y otras herramientas.

Tema 62. Derecho a la información. Implicaciones jurídicas. Derecho de réplica y rectificación. Injurias y calumnias, secretos oficiales.

Tema 63. Información y derechos fundamentales. Derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen ya la privacidad de sus datos personales. Principios y límites.

Tema 64. Derecho de los informadores. Derecho a investigar, difundir y recibir informaciones y opiniones.

Tema 65. El periodista como titular del derecho a la información. La cláusula de conciencia y el secreto profesional. El marco jurídico de la propiedad intelectual y derechos de autor. Los derechos de autor en la obra periodística.

Tema 66. El papel del community manager.

Tema 67. El protocolo y las relaciones institucionales. El protocolo en la Administración autonómica.

Tema 68. El panorama informativo actual en las Illes Balears: prensa diaria y prensa en la parte foránea de las Islas.

Tema 69. Las competencias del Gobierno de las Illes Balears en materia de medios de comunicación.

Tema 70. Opinión pública y poder político. Información, publicidad y propaganda. Los grupos de presión. Papel de los medios de comunicación social en la creación de opinión.

Tema 71. La comunicación política. Origen y evolución. Objeto de la comunicación política. Comunicación política y democracia.

Tema 72. Narrativa interactiva.

Tema 73. Análisis de textos periodísticos: el relato.

Tema 74. Periodismo e Inteligencia Artificial. Detección y verificación de noticias.



Tema 75. Aplicaciones de la IA en las empresas periodísticas y gabinetes de comunicación. Herramientas de la IA para la redacción de noticias.