



GUÍA DOCENTE

Curso académico 2026-2027

Asignatura: SISTEMICA DE LOS CONTENIDOS ESPECIALIZADOS Código: 610273 Horario: JUEVES DE 15:00- 19:00 Aula: C-207 (EDIFICIO AULARIO)
Materia 2: Información Periodística Especializada
Carácter: OBLIGATORIA
Créditos ECTS: 6
Duración: Semestral Semestre: SEGUNDO
Idioma: Español
Profesor/a: Dra. MARIA LUISA DEL POZO LITE Departamento: PERIODISMO Y NUEVOS MEDIOS E-mail: MAPOLI@UCM.ES Despacho: C-118 Teléfono: 913947134
Tutorías: Martes y Jueves, de 12:00 a 14:00 horas. Para concertar una tutoría será necesario solicitarlo con antelación suficiente al correo MAPOLI@UCM.ES
Breve sinopsis: Esta asignatura obligatoria de Máster plantea el estudio de la estructura de los contenidos especializados aplicando un modelo sistémico que contempla el tratamiento periodístico de cada área de especialización de forma integrada desde los ámbitos más cercanos a los especialistas hasta la comunicación de masas. Dicho tratamiento parte de los procedimientos actuales del periodismo multimedia, estableciendo recorridos y estudios prospectivos orientados al aumento de la eficacia comunicativa de los mensajes sobre contenidos complejos.
Requisitos: Los de acceso al Máster
Resultados del aprendizaje: Después de cursar la asignatura, el alumno deberá estar en disposición de seleccionar adecuadamente los contenidos periodísticos especializados, elaborar un mensaje atendiendo a las diferentes propuestas formales, diferentes códigos y diferentes soportes mediáticos (impresos, audiovisuales y digitales), según los diferentes tipos de audiencia. Deberá también estar en disposición de plantear nuevas hipótesis teóricas para indagar



en las líneas de investigación sobre periodismo especializado y sobre las diferentes áreas de especialización temática.

COMPETENCIAS

GENERALES: LAS DEL MÁSTER

TRANSVERSALES:

Diseño de Contenidos Especializados de un nivel de especialización a otro, y de un soporte tecnológico a otro con habilidad y rapidez.

ESPECÍFICAS:

Las propias de los profesionales de la comunicación para ejercer el periodismo especializado en cualquier segmento del proceso, desde la fuente hasta los medios de comunicación de audiencias masivas, pasando por todos los posibles productos de suplementos o medios monográficos especializados.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

1- Introducción: Comunicación de Contenidos Especializados

- 1) Descripción de conceptos: Información- Comunicación y ciencia
- 2) Definición y fines de la Comunicación de Contenidos Especializados
- 3) Metodología de la Comunicación de Contenidos Especializados

2- TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS :(TGS)

- 1) Antecedentes
- 2) Conceptos fundamentales de un sistema
- 3) Aplicación de la TGS a la Comunicación de Contenidos Especializados

3- DESARROLLO DEL MODELO SISTÉMICO

- 1) Subsistemas en el modelo sistémico. Especialización, periodismo y sociedad
- 2) El periodismo de fuente
- 3) Definición y perspectivas
- 4) Misión

4- ELEMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN EN CONTENIDOS ESPECIALIZADOS

• Fuente

- 1) Definición y autores: especialista y/o fuente secundaria (periodista especializado)
- 2) Elementos de verificación de la fuente especializada
- 3) Tipología
- 4) Citar las fuentes

•Emisor

- 1) Definición y autores: fuentes altamente especializadas y/o periodistas
- 2) Factores que inciden en el mensaje de emisores especializados



- 3) Objetivos de los emisores especializados
- 4) Distinción entre periodista especializado y científico

- Mensaje

- 1) Definición y elementos: contenido y código
- 2) Tratamiento del mensaje especializado
- 3) Lenguaje de los mensajes especializados

- Canal y audiencia especializada

5- PERIODISMO E INTERNET: UNA NUEVA ESPECIALIZACIÓN

- Eclosión en el conocimiento científico y técnico
- Rasgos del periodismo especializado digital
- Tendencias
 - ☐ Perfil del periodista digital: rasgos, objetivos y herramientas
 - ☐ Combinación del papel y lo digital en la publicación de IPE
 - ☐ Periodismo ciudadano
- Definición y contexto
- Internet como catalizador de contenidos
- Colaboración de periodismos. Ejemplos en grandes medios.
 - ☐ Periodismo móvil
- Definición y características principales
 - ☐ Periodismo de datos
- El periodista de datos
- Disciplinas que conforman el periodismo de datos
- Difusión
- Fuentes del periodismo de datos
- Cultura abierta de datos: portales internacionales y nacionales de Open Data
- Condiciones para el ejercicio de la profesión
- Pirámide invertida del periodismo de datos

6- COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

- 1) Figura del responsable de comunicación
 - Evolución en España desde años 90 hasta hoy
 - Rasgos del Director de Comunicación en las organizaciones
- 2) Comunicación corporativa/Institucional
 - Concepto y plan de comunicación corporativa
- 3) Comunicación de crisis
 - El DirCom y la gestión de comunicación de crisis
- 4) Comunicación interna
 - Definición, funcionamiento
 - Funciones y herramientas
- 5) Comunicación externa
 - Concepto, tipología, pautas, funciones y canales
 - La comunicación externa con la transformación digital

7- CULTURA DIGITAL EN LAS ORGANIZACIONES: UNA DISRUPCIÓN EN LA HISTORIA

- 1) Rasgos generales de esta cultura



- 2) Presión digital de las organizaciones: la innovación como respuesta
 - 3) Competencias digitales del responsable de comunicación en las organizaciones
 - 4) Conocimiento digital
 - 5) Gestión de la información
 - 6) Comunicación digital
 - 7) Trabajo en red
 - 8) Aprendizaje continuo
 - PLEs (Personal Learning Environment) Entornos Profesionales de Aprendizaje. Espacios, plataformas y herramientas.
 - 9) Proceso de comunicación estratégica digital
 - 10) Liderazgo en red
- 8-REDES SOCIALES EN LAS ORGANIZACIONES. Herramientas de monitorización de RR.SS. e internet.**

ACTIVIDADES DOCENTES

Actividad	Porcentaje
Clases teóricas	25%
Clases prácticas (Seminarios/talleres/laboratorios) En el plan del curso se especifica su calendario. Entrega y comentario de trabajos individuales (escritos) de análisis de temas concretos.	25%
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%
Asistencia a actividades académicas y culturales relacionadas	10%

EVALUACIÓN de la asignatura:

50% media de las PRACTICAS a realizar en CLASE +
50% Intervención Individual - Trabajo en GRUPO de 3/4 participantes convocatoria oficial de la asignatura.

TRABAJO EN GRUPO con Intervención Individual por parte de cada participante:

Análisis de cada uno de los elementos que forman parte de la Comunicación de Contenidos Especializados en un "medio digital" seleccionado por cada GRUPO de trabajo.

Concepto	Porcentaje
----------	------------



master
universitario
en periodismo
multimedia
profesional

Evaluación de artículos (trabajos, ejercicios y desafíos) elaborados por el estudiante, presentaciones orales y multimedia de trabajos realizados por el estudiante:	20%
Actitud, asistencia, participación (a través de las clases y de las herramientas de comunicación y participación de la asignatura - Foros, tutorías, chats, ...)	40%
Trabajo final de la asignatura	40%

CALIFICACIÓN: 0-10

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN TFM:

- 1-El Periodismo Especializado en la era de la Globalización.
- 2- La nueva era de la comunicación empresarial.
- 3- La dirección de comunicación en las organizaciones multimedia.
- 4- Gestión de la Comunicación Institucional.

BIBLIOGRAFÍA

“La Nueva Era de la Comunicación Empresarial: Creativa, Innovadora, Digital y Global”. Autora: María Luisa del Pozo Lite. Publica: Colección Real Academia Europea de Doctores. ISBN: 978-84-09-34891-6. Edición 2025

VISITAS FORMATIVAS:

Agencia EFE

Centro de Emprendimiento UCM- Santander: CompluEmprende

Congreso de los Diputados: Asociación Periodistas Parlamentarios

ARTICULOS QUE SERÁN ANALIZADOS EN CLASE:

“Narrativas Emergentes” Ramón Salaverría (2026)

“Marcas con contenido” Andy Stalman (2026)

“Los empleados portavoces inesperados de las empresas” Estudio de Comunicación (2026)

“El periodismo sin fuentes no es periodismo” (2025)

“Metodología para el desarrollo del Periodismo de Investigación “ (2024)

Tres sesiones sobre Cine y Ciencia (Salón de Actos- 2026)

Construye la “historia personal” storytelling de tu Medio Digital (2026)

“¿son las fake news una amenaza real?” (Estudio de Comunicación 2025)

“No hay Liderazgo sin una comunicación consciente y enfocada” (2025- 2026)

“La comunicación en la cuenta de resultados empresariales” (2025- 2026)



“¿Cuánto dinero vale tener una buena imagen?” (2025- 2026)
“La comunicación que viene” (2025-2026)

Otra información de interés:

Videos y Casos que se presentarán en clase para su análisis y estudio.



ADENDA:

Uso responsable de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) en las asignaturas de las titulaciones de la Facultad de Ciencias de la Información

Con el fin de promover un uso ético, formativo y sostenible de las herramientas de inteligencia artificial (IA) en el ámbito universitario, se establece que su utilización en las actividades, prácticas o trabajos asociados a esta asignatura deberá regirse por los siguientes criterios:

1. Criterio docente y responsabilidad académica

El régimen de uso de herramientas de IA en la asignatura será determinado por el profesorado responsable, quien podrá autorizar o restringir su empleo en función de los objetivos formativos de cada tarea. En todo caso, el uso de IA no debe suplantar el trabajo del estudiante, sino servir de apoyo al aprendizaje y a su proceso de desarrollo intelectual.

2. Transparencia y trazabilidad

Cuando se autorice su uso, el estudiantado deberá:

- ✓ Explicar con claridad qué herramientas ha utilizado, con qué propósito y en qué fases del trabajo.
- ✓ Especificar, si es posible, el modelo y versión empleada.
- ✓ Acompañar el trabajo de una breve reflexión crítica sobre el impacto, limitaciones o aportaciones de la IA en el desarrollo de la tarea.
- ✓ Citar adecuadamente el uso de IA siguiendo las recomendaciones bibliográficas disponibles en la web de la Biblioteca (<https://biblioguias.ucm.es/bibliotecauniversitariaeia/usoiaenclase>) o en los documentos de buenas prácticas (<https://ssii.ucm.es/inteligencia-artificial-en-la-docencia>).

El estudiante es responsable en todo momento de verificar y contrastar los contenidos generados con IA, así como de garantizar la autenticidad y legitimidad del trabajo entregado.

3. Marco ético, legal y sostenible

El uso de IA deberá ajustarse a los principios de integridad académica y sostenibilidad que rigen en la Universidad Complutense de Madrid. Se debe evitar cualquier uso que implique suplantación de autoría, manipulación de resultados o falta de reflexión crítica sobre la herramienta empleada.

Asimismo, el uso intensivo de IA conlleva implicaciones ambientales relacionadas con el consumo energético y de recursos. Se recomienda, por tanto, utilizar estas tecnologías de



forma racional, equilibrada y crítica, de acuerdo con los valores de sostenibilidad y responsabilidad social propios del entorno universitario.

Para una mejor comprensión de estos principios y recomendaciones, se insta al profesorado y al estudiantado a consultar los informes y guías disponibles en la página oficial de la UCM sobre el uso de la inteligencia artificial en la docencia: <https://ssii.ucm.es/inteligencia-artificial-en-la-docencia>

4. Mecanismos de supervisión

En caso de duda sobre la autoría o el uso indebido de herramientas de IA, el profesorado podrá requerir al estudiante la defensa oral del trabajo, entrega o práctica, con el fin de verificar su conocimiento y dominio del contenido. Esta presentación podrá prevalecer en la evaluación global del trabajo si existen indicios razonables de uso inapropiado.

Estas medidas tienen por objeto fomentar una cultura de integridad académica, no penalizar el uso de nuevas herramientas, siempre que este sea honesto, transparente y compatible con los objetivos formativos del trabajo.