



Anuncio

La Dirección Insular de Hacienda en sustitución temporal del Director Insular de Recursos Humanos, Servicio Público y Transformación Digital de este Excmo. Cabildo Insular de Tenerife, dictó el día 11 de marzo de 2024, la siguiente resolución:

“RESOLUCIÓN DE LA DIRECCIÓN INSULAR DE HACIENDA EN SUSTITUCIÓN DEL DIRECTOR INSULAR DE RECURSOS HUMANOS, SERVICIO PÚBLICO Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL POR LA QUE SE HACE PÚBLICA LA BASE DE DATOS DE PREGUNTAS QUE VERSARÁN SOBRE LAS MATERIAS QUE CONSTITUYEN EL TEMARIO, QUE SERVIRÁN AL TRIBUNAL CALIFICADOR PARA CONFECCIONAR LOS CUESTIONARIOS TIPO TEST DE LA FASE DE OPOSICIÓN DEL PROCESO EXTRAORDINARIO DE ESTABILIZACIÓN ADICIONAL DE EMPLEO TEMPORAL DE DOS PLAZAS DE TÉCNICO/A DE GRADO SUPERIOR EN COMUNICACIÓN.

En relación con las convocatorias públicas para el ingreso, por el turno de acceso libre en las escalas, subescalas y clases en las que se encuadran las plazas de personal funcionario/a y en el grupo, subgrupo y grupo profesional de una plaza de personal laboral sujetas al proceso extraordinario de estabilización adicional de empleo temporal aprobadas por Resolución de la Dirección Insular de Recursos Humanos y Asesoría Jurídica de fecha 23 de diciembre de 2022, modificada en fecha 24 de enero de 2023, y teniendo en cuenta los siguientes antecedentes y consideraciones jurídicas

ANTECEDENTES

I.- Que, de conformidad con la Base Sexta de las que rigen las convocatorias se confeccionará una base de datos de preguntas que versarán sobre las materias que constituyen el temario, las cuales se publicarán y servirán al Tribunal calificador para confeccionar los cuestionarios tipo test de la fase de oposición. Estas preguntas serán elaboradas por una Comisión Técnica compuesta por personal funcionario de carrera con conocimiento y nivel de titulación igual o superior al exigido en la convocatoria.

II.- Que por Resolución de la Dirección Insular de Recursos Humanos y Asesoría Jurídica de fecha 24 de febrero de 2023 se designa la Comisión Técnica encargada de elaborar la base de datos de preguntas para confeccionar los cuestionarios tipo test de la fase de oposición que versarán sobre las materias que constituyen el temario, modificada por Resolución del

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2uqWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2uqWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 1/107





mismo órgano de fecha 26 de junio del mismo año, y rectificada y modificada por Resoluciones de la Dirección Insular de Recursos Humanos, Servicio Público y Transformación Digital de fechas 19 de septiembre, 17 y 24 de octubre de 2023.

III.- Que, la Comisión Técnica con fechas 10 de mayo de 2023 y 27 y 29 de febrero de 2024 eleva propuesta de la base de datos de preguntas que versarán sobre las materias que constituyen el temario para confeccionar los cuestionarios tipo test de la fase de oposición, a la Dirección Insular de Recursos Humanos, Servicio Público y Transformación Digital.

CONSIDERACIONES JURÍDICAS

I.- Que, las bases de la convocatoria vinculan a la Administración y a quienes participen en las mismas, de conformidad con el art. 15 del R.D. 364/1995, de 10 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento General de Ingreso del Personal al servicio de la Administración General del Estado y de Provisión de Puestos de Trabajo y Promoción Profesional de los funcionarios Civiles de la Administración General del Estado.

II.- De conformidad con lo previsto en el artículo 16.1.b) y la Disposición Adicional Segunda B).1 del Texto Refundido del Reglamento Orgánico del Excelentísimo Cabildo Insular de Tenerife (ROCIT), así como con lo previsto en el Decreto de la Presidenta de esta Corporación Insular número D0000004097, de 28 de julio de 2023, de modificación de la Estructura y Organización de la Corporación y en el Acuerdo del Consejo de Gobierno Insular número AC0000018456, de 5 de julio de 2023, de nombramientos de órganos directivos de esta Administración Insular, corresponde a la Dirección Insular de Recursos Humanos, Servicio Público y Transformación Digital, la competencia para aprobar la presente Resolución.

No obstante lo anterior, atendiendo a lo dispuesto en el Acuerdo del Consejo de Gobierno Insular de esta Corporación de fecha, 15 de febrero de 2024, por el que se modifica provisionalmente el Régimen de suplencias de las personas titulares de las Direcciones Insulares durante el periodo de ausencia del Director Insular de Recursos Humanos, Servicio Público y Transformación Digital, Don Juan Manuel Santana Pérez, corresponde a esta Dirección Insular de Hacienda las competencias relativas a las materias relacionadas con la gestión de Recursos Humanos.

En virtud de lo anteriormente expuesto, por el presente

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 2/107





RESUELVO:

PRIMERO.- Publicar la propuesta de la Comisión Técnica de base de datos de preguntas para confeccionar los cuestionarios tipo test de la fase de oposición que versarán sobre las materias que constituyen el temario, en el Tablón de Anuncio de la Sede electrónica del Cabildo Insular de Tenerife, correspondientes a la convocatoria de dos plazas de Técnico/a de Grado Superior en Comunicación.

BASE DE DATOS DE PREGUNTAS TIPO TEST DE LA FASE DE OPOSICIÓN DEL PROCESO EXTRAORDINARIO DE ESTABILIZACIÓN DE EMPLEO TEMPORAL (TÉCNICO/A DE GRADO SUPERIOR EN COMUNICACIÓN).

1. Respecto a la naturaleza de los Cabildos Insulares, indique cuál es la respuesta correcta:

- A) Son órganos de gobierno de la Comunidad Autónoma de Canarias.
- B) Son instituciones de la Comunidad Autónoma de Canarias, así como órganos de gobierno, administración y representación de cada una de las islas en que se articula territorialmente la Comunidad Autónoma de Canarias.
- C) Son instituciones representativas de las mancomunidades provinciales interinsulares.

2. En todo caso, según la Ley de Cabildos Insulares, se atribuirán a los Cabildos Insulares competencias en las siguientes materias:

- A) Carreteras, incluidas las declaradas de interés autonómico.
- B) Turismo, ferias y mercados insulares y campañas de saneamiento fitosanitario.
- C) Cultura, deportes, ocio y esparcimientos; patrimonio histórico-artístico insular, museos, bibliotecas y archivos que no se reserve la Comunidad Autónoma.

3. Como órganos de gobierno, administración y representación de las islas, y de conformidad con la Ley de Cabildos, son competencias propias de los Cabildos Insulares:

- A) La prestación de servicios de carácter supramunicipal y, en su caso, suprarregional y el fomento o, en su caso, coordinación de la prestación unificada de servicios de los ayuntamientos de su respectivo ámbito

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 3/107





territorial.

- B) La asistencia en la prestación de los servicios de gestión de recaudación tributaria, en periodo voluntario y ejecutivo, y de servicios de apoyo a la gestión financiera de los municipios con población superior a 20.000 habitantes.
- C) La coordinación mediante convenio, con la comunidad autónoma respectiva, de la prestación del servicio de mantenimiento y limpieza de los consultorios médicos en los municipios con población inferior a 5.000 habitantes.

4. A los efectos de asegurar la prestación integral y adecuada en la totalidad del territorio insular de los servicios de competencia municipal, los Cabildos Insulares:

- A) Facilitarán asistencia material en la prestación de los servicios municipales, especialmente los servicios mínimos, exclusivamente mediante el otorgamiento de subvenciones.
- B) Facilitarán asistencia material en la prestación de los servicios municipales, especialmente los servicios mínimos, utilizando para ello cualquier fórmula de asistencia y cooperación, pero nunca mediante el otorgamiento de subvenciones y ayudas con cargo a los recursos propios del cabildo insular para la realización y el mantenimiento de obras y servicios municipales.
- C) Facilitarán asistencia material en la prestación de los servicios municipales, especialmente los servicios mínimos, utilizando para ello cualquier fórmula de asistencia y cooperación, y otorgarán subvenciones y ayudas con cargo a los recursos propios del Cabildo insular para la realización y el mantenimiento de obras y servicios municipales.

5. De conformidad con la Ley de Cabildos, son principios a los que debe atender la atribución de competencias propias por las leyes autonómicas a los Cabildos Insulares:

- A) El de máxima autonomía insular y no multiplicidad de competencias.
- B) Los de eficacia y eficiencia.
- C) En todo caso, el de máxima transparencia con el ciudadano.

6. Los Cabildos Insulares podrán prestar asistencia a los municipios de su respectiva isla, en materia de:

- A) Cooperación económica para la financiación de inversiones, actividades y servicios de competencia municipal.
- B) Asistencia formal en la prestación de servicios municipales.
- C) Asistencia técnica y apoyo logístico.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	4/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





7. Conforme a lo previsto en el Reglamento Orgánico del Excmo. Cabildo Insular de Tenerife, son órganos directivos de las Áreas de Gobierno:

- A) Los Consejeros Insulares de Área, los Viceconsejeros Insulares y los Consejeros con Delegación Especial.
- B) Los Viceconsejeros Insulares, los Consejeros con Delegación Especial, los Directores Insulares y los Coordinadores Técnicos.
- C) Los Coordinadores Técnicos, el Director de la Asesoría Jurídica y el Director de la Oficina de Contabilidad.

8. Es atribución del Consejo de Gobierno Insular la propuesta al Pleno, mediante el procedimiento previsto en el propio Reglamento Orgánico del Cabildo Insular de Tenerife, de:

- A) Los anteproyectos de Reglamentos y Ordenanzas, incluidos los orgánicos.
- B) La iniciativa para la constitución de Organismos Autónomos, Consorcios, entidades Públicas Empresariales, Fundaciones y Sociedades Mercantiles.
- C) La aprobación definitiva de las modificaciones sustanciales del Plan Insular de Ordenación.

9. Conforme al ROCIT, ¿A quién corresponde asegurar la buena marcha de los trabajos del Pleno, así como convocar sus sesiones, dirigir sus debates y mantener el orden de los mismos?

- A) Al Secretario General del Pleno o al Vicesecretario General, en caso de ausencia del primero.
- B) A la Dirección de la Asesoría Jurídica.
- C) Al Presidente, en su condición de órgano de dirección del Pleno.


10. ¿Qué condición tendrán los Consejeros que no se integren en el Grupo Político que constituya la formación electoral para la que fueron elegidos, de acuerdo con el ROCIT?

- A) Tendrán la consideración de no adscritos.
- B) Se integrarán, en todo caso, en el Grupo Mixto.
- C) Portavoces independientes con derecho a reincorporarse en su grupo de origen.

11. La Junta de Portavoces constituida por los Portavoces de los Grupos Políticos adoptará siempre sus decisiones, según el ROCIT:

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 5/107





- A) Por mayoría absoluta de todos sus miembros.
- B) En función del criterio del voto ponderado, en relación al número de Consejeros de cada grupo.
- C) Con el voto favorable de un tercio del número legal de sus miembros, que nunca podrá ser inferior a cinco.

12. Son Comisiones permanentes del Pleno, según el ROCIT:

- A) Aquellas que el Pleno acuerda constituir para un asunto concreto, en consideración a sus características especiales de cualquier tipo.
- B) Aquellas cuya creación venga determinada por una Ley o Reglamento o bien resulten de acuerdo adoptado por mayoría absoluta, en sesión plenaria.
- C) Aquellas que se constituyen con carácter general a fin de conocer las materias que han de someterse al Pleno, o que resuelven en su delegación.

13. ¿Cuál es la edad mínima para el reconocimiento de la capacidad de obrar ante las Administraciones Públicas?

- A) Dieciocho años, en todo caso.
- B) Depende del supuesto concreto.
- C) Dieciséis años, excepto los supuestos de menores incapacitados, independientemente de la extensión de la incapacitación.

14. De conformidad con lo dispuesto en la Ley de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, ¿existe algún caso en el que en las actuaciones administrativas pueda presumirse la representación, no siendo necesaria su acreditación?

- A) No, no existe ninguno.
- B) Sí, en los actos y gestiones de mero trámite.
- C) Sí, cuando lo que pretende presentarse es simplemente una declaración responsable.

15. De conformidad con lo dispuesto en la Ley de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, ¿cuál no es un derecho de las personas en sus relaciones con las Administraciones Públicas?

- A) Comunicarse con las Administraciones a través de correo electrónico.
- B) Ser tratados con respeto y deferencia por las autoridades y empleados públicos.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDIX2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDIX2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	6/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





C) Ser asistidos en el uso de medios electrónicos en sus relaciones con las Administraciones Públicas.

16. En un procedimiento administrativo ¿existe algún supuesto en el que la Administración no esté obligada a resolver?

- A) Ninguno.
- B) Sí, entre otros, en los casos de desaparición sobrevenida del objeto del procedimiento.
- C) Sí, entre otros, en los procedimientos relativos al ejercicio de derechos sometidos únicamente al deber de declaración responsable o comunicación a la Administración.

17. ¿En qué momento los interesados pueden solicitar la expedición de copias auténticas de los documentos públicos administrativos que hayan sido válidamente emitidos por las Administraciones Públicas?

- A) Únicamente en la fase de audiencia.
- B) En cualquier momento anterior a la fase de prueba.
- C) En cualquier momento.

18. De los siguientes, ¿cuál no es un derecho de los interesados en un procedimiento administrativo?

- A) Formular alegaciones, utilizar los medios de defensa admitidos por el ordenamiento jurídico, y aportar documentos en todas las fases del procedimiento, incluida la terminación.
- B) Actuar asistidos de asesor cuando lo consideren conveniente en defensa de sus intereses.
- C) Obtener información y orientación acerca de los requisitos jurídicos o técnicos que las disposiciones vigentes impongan a los proyectos, actuaciones o solicitudes que se propongan realizar.

19. ¿Cómo se computan los plazos administrativos fijados en meses o años?

- A) De fecha a fecha, iniciándose el cómputo el día en el que tiene lugar la notificación o publicación del acto de que se trate.
- B) De fecha a fecha, iniciándose el cómputo a partir del día siguiente a aquel en el que tiene lugar la notificación o publicación del acto de que se trate, concluyendo en el día equivalente al del inicio del cómputo en el mes o el año de vencimiento.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 7/107





C) De fecha a fecha, concluyendo el mismo día en que se produjo la notificación, publicación o silencio administrativo en el mes o el año de vencimiento.

20. ¿Cómo se inician los procedimientos administrativos de naturaleza sancionadora?

- A) Por denuncia.
- B) Siempre de oficio por acuerdo del órgano competente.
- C) Por petición razonada de otro órgano.

21. ¿Qué hará la Administración Pública en la fase de instrucción de un procedimiento administrativo cuando no tenga por ciertos los hechos alegados por los interesados?

- A) Dar audiencia a los interesados.
- B) Acordar la apertura de un período de prueba.
- C) Rechazar estos hechos.

22. En relación con la emisión de los informes en los procedimientos administrativos, señale cuál de las siguientes afirmaciones es correcta:

- A) Salvo disposición expresa en contrario, los informes serán facultativos y no vinculantes
- B) Salvo disposición expresa en contrario, los informes serán preceptivos y no vinculantes.
- C) Salvo disposición expresa en contrario, los informes serán facultativos y vinculantes.


23. ¿Puede prescindirse del trámite de audiencia en los procedimientos sancionadores?

- A) Nunca, iría contra el derecho constitucional a una tutela judicial efectiva de los derechos y libertades.
- B) Sí, cuando no figuren en el procedimiento ni sean tenidos en cuenta en la resolución otros hechos ni otras alegaciones y pruebas que las aducidas por el interesado.
- C) Sí, cuando se declare la tramitación de urgencia.

24. En relación con la información pública en un procedimiento administrativo, señale cuál de las siguientes afirmaciones es

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	8/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





incorrecta:

- A) La incomparecencia en este trámite impedirá a los interesados interponer los recursos procedentes contra la resolución definitiva del procedimiento.
- B) La comparecencia en el trámite de información pública no otorga, por sí misma, la condición de interesado.
- C) Quienes presenten alegaciones u observaciones en este trámite tienen derecho a obtener de la Administración una respuesta razonada.

25. ¿Cuál de las siguientes es una forma de terminación del procedimiento administrativo?

- A) La prescripción.
- B) La imposibilidad material de continuarlo por causas sobrevenidas.
- C) Solo la resolución expresa o presunta.

26. ¿El órgano competente para resolver un procedimiento administrativo puede decidir la realización de actuaciones complementarias?

- A) No, porque le corresponde siempre al órgano instructor del procedimiento.
- B) Sí, mediante acuerdo motivado.
- C) Solo si lo solicita la parte interesada en el trámite de audiencia correspondiente.

27. ¿Qué respuesta es correcta en relación con la caducidad de los procedimientos iniciados a solicitud del interesado?

- A) La caducidad produce la prescripción de las acciones del particular o de la Administración.
- B) Los procedimientos caducados interrumpen el plazo de prescripción.
- C) No puede acordarse la caducidad por la simple inactividad del interesado en la cumplimentación de trámites, si no son indispensables para dictar resolución.

28. ¿Qué contenido mínimo debe tener la resolución de un procedimiento administrativo?

- A) La decisión, que será motivada en los casos previstos legalmente, los recursos que proceden contra la misma, el órgano ante el que ha de presentarse y el plazo para interponerlos.
- B) Únicamente la decisión motivada.
- C) El contenido que fije el órgano instructor en la correspondiente propuesta de resolución.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDIX2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDIX2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	9/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





29. El desistimiento de una solicitud en un procedimiento administrativo por parte de un particular ante la Administración:

- A) Puede hacerse por cualquier medio que permita su constancia.
- B) Está prohibido por el ordenamiento jurídico.
- C) Solo procede en caso de que la ley reguladora del procedimiento en cuestión lo prevea de forma expresa.

30. ¿Qué respuesta es correcta en relación con la terminación convencional de un procedimiento administrativo?

- A) Los acuerdos que se suscriban pueden alterar las competencias atribuidas a los órganos administrativos.
- B) Los acuerdos deberán ser siempre publicados en el boletín oficial correspondiente.
- C) Los acuerdos deben tener un contenido mínimo previsto en la ley de procedimiento administrativo.

31. ¿Cuándo procede la tramitación simplificada de un procedimiento administrativo?

- A) Únicamente a solicitud del interesado.
- B) Cuando lo aconsejen razones de interés público o el procedimiento no tenga complejidad.
- C) Únicamente cuando se trate de procedimientos iniciados de oficio.

32. ¿Cuál es el plazo para resolver un procedimiento administrativo tramitado de forma simplificada?

- A) El plazo es siempre de 3 meses, contados desde la notificación al interesado del acuerdo de tramitación simplificada.
- B) El plazo es de 30 días, contados desde el día siguiente a la notificación al interesado del acuerdo de tramitación simplificada, salvo que reste menos para su tramitación ordinaria.
- C) El plazo para resolver un procedimiento tramitado de forma simplificada es siempre la mitad del plazo legalmente establecido para la tramitación ordinaria.

33. Son entidades que forman parte del sector público, de conformidad con lo establecido en la Ley de Contratos del Sector Público:

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	10/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





- A) Los partidos políticos.
- B) Las Mutuas colaboradoras con la Seguridad Social y las Universidades Privadas.
- C) Los Organismos Autónomos y las Administraciones Públicas.

34. De conformidad con la Ley de Contratos del Sector Público, están sometidos a la misma:

- A) Los contratos onerosos que celebren las entidades que integran el sector público, en la forma y términos previstos en la misma.
- B) Solo los contratos no onerosos que se realicen por las entidades que integran el sector público, en la forma y términos previstos en la misma.
- C) Solo los contratos subvencionados por entidades que tengan la consideración de poderes adjudicadores que celebren otras personas físicas o jurídicas en los supuestos previstos en el artículo 23 de la Ley.

35. Conforme a la Ley de Contratos del Sector Público, son contratos privados:

- A) Los de suscripción a bases de datos.
- B) Solo los de creación artística y literaria.
- C) Algunos suministros de fabricación.

36. Los criterios de adjudicación relacionados con la calidad que se establezcan por el órgano de contratación para evaluar la mejor proposición en una licitación:


- A) Pueden incluir aspectos medioambientales o sociales, como la reducción del nivel de emisión de gases de efecto invernadero o la inserción sociolaboral de personas con discapacidad o en situación o riesgo de exclusión social.
- B) En los contratos de servicios que tengan por objeto prestaciones de carácter intelectual, siempre y en todos los procedimientos, deberán representar, al menos, el 51% de la puntuación total.
- C) En los contratos de servicios que tengan por objeto prestaciones de carácter intelectual, siempre y en todos los procedimientos, su ponderación no podrá superar el 45% del total.

37. De conformidad con la Ley de Contratos del Sector Público, y en relación con los órganos de contratación:

- A) No pueden desconcentrar sus competencias en esta materia.
- B) En todo caso, ejercen la representación de las entidades del sector público

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDIX2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDIX2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 11/107





en materia contractual.

- C) Ejercen la representación de las entidades del sector público en materia contractual y no pueden ni delegar ni desconcentrar sus competencias en esta materia.

38. En relación con los documentos administrativos en los que se formalice un contrato celebrado por una Administración Pública, ¿cuál de las siguientes afirmaciones es la correcta?

- A) No es obligatorio que entre su contenido se encuentre la referencia a legislación aplicable al contrato, con expresa mención al sometimiento a la normativa nacional y de la Unión Europea en materia de protección de datos.
- B) La formalización del contrato determina su perfección y el despliegue de todos sus efectos.
- C) Una vez adjudicado un contrato y antes de que se formalice el documento administrativo siempre se puede comenzar a ejecutar la prestación contratada.

39. De conformidad con lo establecido en la Ley de Contratos del Sector Público respecto a la clasificación de los contratistas, ¿cuál de las siguientes afirmaciones es la correcta?

- A) Los acuerdos de clasificación de las empresas otorgados por una Comunidad Autónoma solo tendrán eficacia ante los órganos de contratación del ámbito territorial de dicha Comunidad Autónoma.
- B) Cuando una empresa ostente simultáneamente clasificación como Contratista de Obras o como Contratista de Servicios otorgada por las Comisiones Clasificadoras de la Junta Consultiva de Contratación Pública del Estado y por una o más Comunidades Autónomas, o por dos o más Comunidades Autónomas, prevalecerá la otorgada en fecha más reciente, careciendo las demás de valor y efectos en la contratación pública.
- C) La clasificación de las empresas será revisable siempre anualmente.

40. Respecto a las ofertas anormalmente bajas que se formulen por los licitadores en una licitación convocada por una Administración Pública, señale qué afirmación es correcta:

- A) Cuando hubieren presentado ofertas empresas que pertenezcan a un mismo grupo, se tomará únicamente, para aplicar el régimen de identificación de las ofertas incursas en presunción de anormalidad, aquella que fuere más alta, con independencia de que presenten su oferta en solitario o conjuntamente con otra empresa o empresas ajenas al grupo y con las cuales concurren en unión temporal.
- B) Cuando exista pluralidad de criterios, en los pliegos de cláusulas

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	12/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





administrativas deberán incluirse los parámetros objetivos de todos los criterios o, en su caso, de aquellos determinantes en la prestación, que permitan identificar la anormalidad de la oferta, considerada en su conjunto.

- C) Los órganos de contratación podrán rechazar las ofertas si comprueban que son anormalmente bajas porque vulneran la normativa sobre subcontratación o no cumplen las obligaciones aplicables en materia medioambiental, social o laboral, nacional o internacional, incluyendo el incumplimiento de los convenios colectivos sectoriales vigentes.

41. En relación con las modificaciones de los contratos celebrados por una Administración Pública, que estén previstas en los correspondientes pliegos de cláusulas administrativas particulares:

- A) La cláusula de modificación del pliego establecerá que la misma no podrá suponer la introducción de nuevas unidades no previstas en el contrato.
B) Las mismas no pueden superar el límite del 50% del presupuesto inicial del contrato.
C) La cláusula de modificación del pliego podrá detallar el alcance, los límites y la naturaleza de la modificación, entre otros aspectos.

42. Con arreglo a la Ley de Contratos del Sector Público, cuando se hubiera suspendido la ejecución de un contrato de una Administración Pública, ¿cuál de las siguientes afirmaciones es la correcta?

- A) En todo caso, la Administración abonará al contratista, entre otros conceptos, un 3 % del precio de las prestaciones que debiera haber ejecutado durante el período de suspensión, conforme a lo previsto en el programa de trabajo o en el propio contrato.
B) En caso de que la misma supere los cinco meses por causa imputable a la Administración, el contratista puede instar la resolución del contrato, con derecho a una indemnización del 6% del precio de adjudicación, IVA excluido, si se trata de un contrato de obras.
C) En todo caso, deberá extenderse un acta de la suspensión acaecida en la que se consignarán todas las circunstancias que la han motivado y la situación de hecho en la ejecución del contrato.

43. De conformidad con lo señalado en la Ley de Contratos del Sector Público, para que una persona jurídica ostente la consideración de medio propio personificado respecto de una única entidad del sector público se requiere que:

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2uqWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2uqWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	13/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





- A) En todo caso, el poder adjudicador que pueda conferirle encargos ejerza sobre los mismos un control análogo al que ostentaría sobre sus propios servicios o unidades.
- B) La condición de medio propio personificado respecto del concreto poder adjudicador que hace el encargo se haya reconocido por el órgano competente de la entidad que recibe el encargo.
- C) Al menos el 80% de sus actividades se lleven a cabo en el ejercicio de los cometidos que le han sido confiados por el poder adjudicador que lo controla.

44. La compensación económica a abonar por los encargos a los entes considerados medios propios personificados se establecerá, de conformidad con lo señalado en la Ley de Contratos del Sector Público, por referencia a tarifas:

- A) Aprobadas por la entidad considerada medio propio personificado.
- B) Con independencia del coste de las actividades objeto del encargo en el caso de que éstas se subcontraten con empresarios particulares.
- C) Calculadas de manera que representen los costes reales de realización de las unidades producidas directamente por el medio propio.

45. Respecto de la exigencia del reconocimiento de la condición de medio propio personificado en los estatutos del ente destinatario del encargo, la Ley de Contratos del Sector Público establece la necesidad de que éstos determinen:

- A) El régimen jurídico y administrativo de los encargos que se les puedan conferir.
- B) La verificación por la entidad pública de que dependa el ente de que cuenta con medios personales y materiales apropiados para la realización de los encargos.
- C) La posibilidad de que participen en licitaciones públicas convocadas por el poder adjudicador del que sean medio propio personificado.

46. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es correcta respecto de los encargos que realicen las entidades del sector público a un ente medio propio personificado, según lo señalado en la Ley de Contratos del Sector Público?:

- A) Deberán ser objeto de formalización en un documento firmado por ambas partes.
- B) El documento de formalización deberá ser publicado en la Plataforma de Contratación del Sector Público en todo caso.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	14/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





C) El documento de formalización establecerá el plazo de duración del encargo.

47. Indique cuál de las siguientes afirmaciones es correcta respecto de los negocios jurídicos que los entes considerados medios propios celebren en ejecución del encargo recibido, de conformidad con lo señalado en la Ley de Contratos del Sector Público:

- A) No tendrán la consideración de contrato, y por tanto, no quedarán sometidos a la Ley de Contratos del Sector Público.
- B) El importe de las prestaciones parciales que el medio propio pueda contratar con terceros podrá exceder del 50 por ciento de la cuantía del encargo si el encargo se basa en razones de seguridad.
- C) El importe de las prestaciones parciales que el medio propio pueda contratar con terceros no excederá en ningún caso del 50 por ciento de la cuantía del encargo.

48. La evaluación inicial de los riesgos para la seguridad y salud de los trabajadores se realizará, teniendo en cuenta:

- A) Solo las características de los puestos de trabajo existentes.
- B) Únicamente la naturaleza de la actividad a realizar.
- C) En todo caso, la naturaleza de la actividad a realizar, las características de los puestos de trabajo existentes y de los trabajadores que deban desempeñar los mismos.


49. De conformidad con las previsiones contenidas en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, en relación con los equipos de protección individual y los medios de protección:

- A) El empresario deberá proporcionarlos siempre y en todo caso.
- B) El empresario deberá proporcionarlos cuando por la naturaleza de los trabajos realizados, los mismos sean necesarios.
- C) El empresario siempre debe proporcionarlos con la debida repercusión de costes a los trabajadores.

50. Respecto a la formación de los trabajadores en materia de prevención de riesgos laborales, el empresario:

- A) En todo caso, deberá garantizar que el trabajador reciba formación teórica y práctica, tanto en el momento de su contratación, como cuando se produzcan cambios en las funciones que desempeñe.
- B) Podrá impartir la formación únicamente mediante medios propios.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 15/107





- C) Solo deberá garantizar que el trabajador reciba formación práctica en el momento de su contratación.

51. De conformidad con las previsiones contenidas en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, en materia de protección de menores:

- A) El Gobierno establecerá las limitaciones a la contratación de jóvenes menores de 18 años en trabajos que presenten riesgos específicos.
B) Antes de la incorporación al trabajo de menores de 18 años no es necesario informar a los jóvenes y a sus padres/tutores de los posibles riesgos y medidas adoptadas.
C) Ni A) ni B) son correctas.

52. De conformidad con las previsiones contenidas en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, entre las obligaciones de los trabajadores se encuentra:

- A) Proponer siempre la revisión periódica de la evaluación de riesgos laborales.
B) Informar de inmediato de cualquier situación que, a su juicio, entrañe un riesgo para la seguridad y salud de los trabajadores.
C) Contribuir proporcionalmente al coste de la formación en materia de prevención de riesgos laborales.

53. De conformidad con las previsiones contenidas en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, el empresario deber elaborar y conservar a disposición de la autoridad laboral:

- A) La relación de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales que hayan causado al trabajador una incapacidad laboral superior a quince días de trabajo.
B) Únicamente el plan de prevención de riesgos laborales.
C) En todo caso, el plan de prevención de riesgos laborales y la evaluación de los riesgos para la seguridad y salud en el trabajo.

54. De conformidad con las previsiones contenidas en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, en las relaciones de trabajo a través de empresas de trabajo temporal:

- A) Las empresas de trabajo temporal serán responsables, en todo caso, del cumplimiento de las obligaciones en materia de formación.
B) Las empresas de trabajo temporal no serán responsables, en ningún caso, del cumplimiento de las obligaciones de vigilancia de la salud.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	16/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





- C) La empresa usuaria será responsable, en todo caso, del cumplimiento de las obligaciones de formación y vigilancia de la salud.

55. De conformidad con las previsiones contenidas en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, respecto a la gestión y aplicación del plan de prevención de riesgos laborales:

- A) El único instrumento esencial para ello es la evaluación de riesgos laborales.
B) La planificación de la actividad preventiva es, en todo caso, un instrumento esencial para ello.
C) La citada Ley no determina cuáles son los instrumentos esenciales para la gestión y aplicación del plan de prevención de riesgos laborales.

56. De conformidad con las previsiones contenidas en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, en relación con los principios generales que han de regir en la acción preventiva:

- A) No se encuentra el principio de combatir los riesgos en su origen.
B) Se encuentran los de dar las debidas instrucciones a los trabajadores y el de evitar los riesgos.
C) No se encuentra el de adoptar medidas que antepongan la protección colectiva a la individual.

57. En relación con la acción preventiva en materia de prevención de riesgos laborales y en relación con la cobertura de riesgos derivados del trabajo:

- A) Todas las empresas podrán concertar operaciones de seguro respecto a sus trabajadores para garantizar como ámbito de cobertura la previsión de riesgos derivados del trabajo.
B) Todos los trabajadores autónomos deberán concertar operaciones de seguro respecto a ellos mismos para garantizar como ámbito de cobertura la previsión de riesgos derivados del trabajo.
C) Todas las empresas deberán concertar operaciones de seguro respecto a sus trabajadores para garantizar como ámbito de cobertura la previsión de riesgos derivados del trabajo.

58. Los presupuestos generales de las entidades locales constituyen:

- A) La expresión cifrada, conjunta y sistemática de los derechos que, como máximo, pueden reconocer la entidad, y sus organismos autónomos, y de las obligaciones que prevean liquidar durante el correspondiente ejercicio.
B) La expresión cifrada, conjunta y sistemática de las obligaciones que, como máximo, pueden reconocer la entidad, y sus organismos autónomos, y de

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	17/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





los derechos que prevean liquidar durante el correspondiente ejercicio en todo caso.

- C) Exclusivamente, las previsiones de ingresos y gastos de las sociedades mercantiles cuyo capital social pertenezca parcialmente a la entidad local correspondiente.

59. Indique la respuesta correcta respecto a la formación del presupuesto de una entidad local:

- A) Será formado por su Presidente y a él habrá de unirse una memoria explicativa de su contenido y de las principales modificaciones que presente en relación con el vigente.
B) Será formado por la Dirección Insular de Hacienda en estrecha colaboración con la Intervención General.
C) Será formado por su Presidente previo informe de la Tesorería relativo a los beneficios fiscales en tributos locales.

60. El presupuesto general de una entidad local se aprobará definitivamente:


- A) Tras su exposición al público, previo anuncio en el BOP, en todo caso, por 15 días, durante los cuales los interesados podrán examinarlos y presentar reclamaciones ante el Pleno.
B) Tras su exposición al público, previo anuncio en el BOP o, en su caso, de la comunidad autónoma uniprovincial, por 15 días, durante los cuales los interesados podrán examinarlos y presentar reclamaciones ante el Secretario General del Pleno.
C) Tras su exposición al público, previo anuncio en el BOP o, en su caso, de la comunidad autónoma uniprovincial, por 15 días, durante los cuales los interesados podrán examinarlos y presentar reclamaciones ante el Pleno.

61. ¿Podrán adquirirse compromisos por gastos que hayan de extenderse a ejercicios posteriores a aquel en que se autoricen?

- A) Sí, siempre que su ejecución se inicie en el propio ejercicio y que, además, se encuentren en alguno de los supuestos legalmente previstos.
B) Sí, exigiéndose como único requisito que su ejecución se inicie en el propio ejercicio.
C) Sí, en todo caso.

62. ¿Cuándo podrá el Presidente ordenar la incoación de un expediente de concesión de crédito extraordinario?

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 18/107





- A) Cuando haya de realizarse un gasto que no puede demorarse al ejercicio siguiente y sea insuficiente el consignado.
- B) Cuando haya de realizarse un gasto que no puede demorarse al ejercicio siguiente y no sea ampliable el consignado.
- C) Cuando haya de realizarse un gasto que no puede demorarse al ejercicio siguiente y no exista crédito en el presupuesto de la corporación.

63. Indique cuál es la respuesta correcta respecto al régimen de transferencias de crédito de las entidades locales:

- A) Se regularán en las bases de ejecución del presupuesto sin sujeción a limitación alguna.
- B) Se regularán en las bases de ejecución del presupuesto con las limitaciones establecidas en el Texto Refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales.
- C) La regulación está prevista en el Texto Refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales, reservándose a las bases de ejecución del presupuesto, únicamente, la determinación del órgano competente para autorizarlas.

64. La gestión del presupuesto de gastos de una entidad local se realizará en las siguientes fases:

- A) Disposición, compromiso y liquidación de la obligación.
- B) Autorización, disposición, compromiso y ordenación del pago.
- C) Autorización, disposición, reconocimiento y ordenación del pago.


65. Respecto a la expedición de las órdenes de pago por parte de una entidad local, indique la respuesta correcta:

- A) Habrá de acomodarse al plan de disposición de fondos de la tesorería que se establezca por el Tesorero.
- B) Habrá de acomodarse al plan de disposición de fondos de la tesorería que se establezca por el Presidente.
- C) La citada expedición no ha de acomodarse a plan de disposición de fondos alguno.

66. ¿Qué respuesta es correcta en relación con los funcionarios interinos?

- A) Su nombramiento, en ningún caso, dará lugar al reconocimiento de la condición de funcionario de carrera.
- B) Pueden ser nombrados para la ejecución de programas temporales con un

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 19/107





- máximo de 2 años de duración.
C) Su nombramiento debe tener una duración máxima de 6 meses.

67. ¿Qué caracteriza al personal eventual de la Administración Pública?

- A) El personal eventual solo puede realizar funciones de confianza o asesoramiento especial.
B) El nombramiento y cese del personal eventual se rige por el régimen general de los funcionarios de carrera.
C) La experiencia del personal eventual ha de ser tenida en cuenta para la promoción interna.

68. La elección del personal directivo al servicio de la Administración, según el Texto Refundido de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público:

- A) Es totalmente discrecional, debido a las funciones directivas profesionales a desarrollar.
B) Se ha de realizar previo procedimiento que garantice la publicidad y concurrencia.
C) Sus condiciones de empleo son objeto de negociación colectiva.

69. ¿Cuáles son los procedimientos de provisión de los puestos de trabajo en la Administración Pública?

- A) Concurso, oposición y concurso-oposición.
B) Concurso y libre designación con convocatoria pública.
C) Oposición libre, con convocatoria que garantice los principios de igualdad, mérito, capacidad, publicidad y celeridad.

70. El concurso, como forma de provisión de los puestos de trabajo en la Administración Pública:

- A) Consiste en la apreciación discrecional por el órgano competente de la idoneidad de los candidatos en relación con los requisitos exigidos para el desempeño del puesto.
B) Consiste en la valoración de los méritos y capacidades y, en su caso, aptitudes de los candidatos por órganos colegiados de carácter técnico.
C) Consiste en la valoración tanto de méritos y capacidades como de conocimientos, a través de la realización de las pruebas pertinentes.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	20/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





71. De conformidad con el Texto Refundido de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público, ¿Qué respuesta es correcta en relación con la excedencia voluntaria por interés particular?

- A) Con carácter general, esta excedencia puede concederse al funcionario de carrera cuando el mismo haya prestado servicios efectivos en cualquiera de las Administraciones Públicas durante un periodo mínimo de cinco años inmediatamente anteriores a la solicitud.
- B) Esta excedencia solo puede concederse cuando no se solicite por parte del funcionario de carrera el reingreso al servicio activo en el plazo de un año después de concluida una excedencia forzosa.
- C) Esta excedencia solo procede por agrupación familiar.

72. De conformidad con el Texto Refundido de la Ley del Estatuto Básico de Empleado Público, la excedencia de un empleado público para cuidado de hijos o para atender al cuidado de un familiar:

- A) Tendrá una duración máxima de 3 años.
- B) Implicará la reserva del puesto de trabajo ocupado durante un periodo máximo de 3 años.
- C) No computará el tiempo de duración de la misma a efectos de trienios.

73. De conformidad con el Texto Refundido de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público, la situación administrativa de excedencia a funcionarias víctimas de violencia de género:

- A) Tiene la misma regulación que la excedencia voluntaria por interés particular.
- B) No requiere la prestación de un tiempo mínimo de servicios previos ni es exigible un plazo de permanencia en la excedencia.
- C) Implica la percepción de las retribuciones íntegras durante toda la vigencia de la misma.

74. De conformidad con el Texto Refundido de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público, ¿qué respuesta es correcta en relación con la suspensión de funciones a un funcionario?

- A) La suspensión siempre determinará la pérdida del puesto de trabajo.
- B) La suspensión firme por sanción disciplinaria no podrá exceder de 3 años.
- C) La suspensión firme procede por sentencia judicial o sanción disciplinaria.

75. De conformidad con el Texto Refundido de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público, los funcionarios que se encuentren

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 21/107





en situación de servicios especiales:

- A) Percibirán las retribuciones del puesto o cargo que desempeñen y no las que les correspondan como funcionarios de carrera.
- B) El tiempo que permanezcan en tal situación no se les computará a efectos de ascensos y reconocimiento de trienios.
- C) El tiempo que permanezcan en tal situación no se les computará a efectos de promoción interna y derechos en el régimen de Seguridad Social que les sea de aplicación.

76. De conformidad con el Texto Refundido de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público, los funcionarios de carrera en la situación de servicio en otras Administraciones Públicas:

- A) No conservan su condición de funcionario/a de la Administración de origen.
- B) Conservan el derecho a participar en las convocatorias para la provisión de puestos de trabajo que se efectúen por la Administración de origen.
- C) Ninguna de las anteriores respuestas es correcta.

77. De conformidad con el Texto Refundido de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público, para el acceso a los cuerpos o escalas del Grupo B de clasificación profesional del personal funcionario, se exigirá:

- A) El título de Técnico Superior.
- B) El título de bachiller.
- C) El título universitario de Grado.


78. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es correcta respecto del principio general relativo al deber de confidencialidad que rige el tratamiento de los datos personales?

- A) Únicamente estarán sujetos a dicho deber los responsables y encargados del tratamiento de datos.
- B) La obligación general de confidencialidad será complementaria de los deberes de secreto profesional.
- C) El deber de confidencialidad terminará cuando finalice la relación del obligado con el responsable o encargado del tratamiento.

79. Cuando el tratamiento de los datos personales se fundamente en el consentimiento del afectado se deberá tener en cuenta que:

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 22/107





- A) Tratándose de un menor de edad, deberá constar el consentimiento del titular de la patria potestad o tutela.
- B) Se podrá fundamentar en el consentimiento tácito del afectado, en el supuesto de que éste, después de haber recibido la información correspondiente, mantuviera silencio.
- C) Si el consentimiento del afectado se otorga para una pluralidad de finalidades será preciso que conste, de manera específica e inequívoca, que dicho consentimiento se concede para todas ellas.

80. El tratamiento de datos personales por el encargado de tratamiento se regirá por un contrato u otro acto jurídico entre éste y el responsable de tratamiento, el cual:

- A) Siempre deberá constar por escrito en formato electrónico.
- B) Estipulará que el encargado no recurrirá a otro encargado para llevar a cabo determinadas actividades de tratamiento por cuenta del responsable.
- C) Determinará que el encargado se obliga a garantizar que las personas autorizadas para tratar datos personales se hayan comprometido a respetar la confidencialidad o estén sujetas a una obligación de confidencialidad de naturaleza estatutaria.

81. De conformidad con lo dispuesto en la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, tendrá la consideración de responsable del tratamiento de datos personales quien:

- A) Figurando como encargado utilizase los datos para sus propias finalidades.
- B) En virtud de un contrato u otro acto jurídico realice el tratamiento de datos de terceros en nombre del responsable.
- C) Ninguna de las respuestas anteriores es correcta.


82. Los responsables y encargados del tratamiento de datos personales deberán designar un delegado de protección de datos siempre que el tratamiento se lleve a cabo por:

- A) Las federaciones deportivas, en todo caso.
- B) Los centros sanitarios legalmente obligados al mantenimiento de las historias clínicas de los pacientes, así como los profesionales de la salud que ejerzan su actividad a título individual.
- C) Las Universidades públicas y privadas.

83. Indique cuál de las siguientes afirmaciones es correcta

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2uqWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2uqWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 23/107





respecto de la figura del delegado de protección de datos, de conformidad con lo señalado en la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales:

- A) El delegado de protección de datos deberá ser una persona física integrada en la organización del responsable o encargado del tratamiento.
- B) El delegado de protección de datos actuará como interlocutor del responsable o encargado del tratamiento ante la Agencia Española de Protección de Datos y las autoridades autonómicas de protección de datos.
- C) Los responsables y encargados del tratamiento comunicarán en el plazo de treinta días a la Agencia Española de Protección de Datos o, en su caso, a las autoridades autonómicas de protección de datos, las designaciones, nombramientos y ceses de los delegados de protección de datos.

84. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es correcta, respecto de lo señalado para la Agencia Española de Protección de Datos en la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales?

- A) Es una autoridad administrativa de ámbito estatal, con personalidad jurídica y plena capacidad pública y privada, que depende en el ejercicio de sus funciones del Ministerio de Justicia.
- B) Se relaciona con el Gobierno a través del Departamento Ministerial con competencias en materia de transformación digital.
- C) Actúa con plena independencia de los poderes públicos en el ejercicio de sus funciones.


85. El Real Decreto vigente por el que se regula el Esquema Nacional de Seguridad se aplica:

- A) Al sector público, excluido el institucional.
- B) A los sistemas de información de las entidades del sector privado, siempre y en todo caso.
- C) A los sistemas que tratan información clasificada.

86. En el Esquema Nacional de Seguridad deberán tenerse en cuenta determinados principios básicos de seguridad de la información, entre los que se encuentra el principio de:

- A) Vigilancia puntual.
- B) Diferenciación de responsabilidades entre los responsables de la información,

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDIX2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDIX2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 24/107





- del servicio, de la seguridad y del sistema.
C) Existencia de líneas de ataque.

87. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es correcta respecto de los requisitos mínimos de seguridad de los sistemas de información a desarrollar en la política de seguridad de una organización?

- A) La seguridad de los sistemas de información solo deberá ser conocida por las personas que ostenten cargos de dirección en la organización, pudiendo éstos, si así lo consideran, transmitirla al resto de personas que formen parte de la misma.
B) La seguridad de los sistemas de información deberá ser auditada, únicamente, en las fases de despliegue y explotación.
C) Cada organización que desarrolle e implante sistemas para el tratamiento de la información o la prestación de servicios realizará su propia gestión de riesgos.


88. De conformidad con lo dispuesto en la Ley Canaria de transparencia y de acceso a la información pública, ¿cuál de las siguientes afirmaciones es correcta en relación con el deber de colaboración con el comisionado de transparencia y acceso a la información pública?

- A) Afecta exclusivamente a la Administración pública de la Comunidad Autónoma de Canarias y los organismos autónomos, entidades empresariales y demás entidades de Derecho Público vinculadas o dependientes de dicha Administración pública.
B) Afecta al Parlamento de Canarias.
C) Afecta, entre otros, al Consejo Económico y Social.

89. El informe del Comisionado sobre el grado de aplicación y cumplimiento de la Ley Canaria de transparencia y Acceso a la Información Pública contendrá:

- A) Las aceptaciones de solicitudes de acceso a la información acordadas por las entidades y organismos incluidos en el ámbito de aplicación de la ley.
B) Los procedimientos disciplinarios y sancionadores incoados y resueltos por la comisión de las infracciones disciplinarias previstas en el Texto Refundido del Estatuto Básico del Empleado Público.
C) Entre otras cuestiones, las reclamaciones presentadas contra las denegaciones de solicitudes de acceso a la información.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	25/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





90. De conformidad con lo dispuesto en la Ley de Cabildos Insulares, ¿en qué plazo deben resolverse las solicitudes de información en poder de los servicios administrativos que hayan sido formuladas por los consejeros insulares?

- A) En un plazo de diez días hábiles.
- B) En un plazo no superior a cinco días naturales desde su presentación.
- C) En un plazo de cinco días hábiles.

91. Los Cabildos Insulares, en materia de transparencia, y en relación con la información institucional, publicarán y mantendrán permanentemente actualizada, entre otros aspectos, la información siguiente:

- A) Las declaraciones, con carácter trimestral, de bienes y actividades en los términos establecidos en la legislación vigente.
- B) Las actas de los consejos de gobierno insulares.
- C) Los órdenes del día con carácter previo a la celebración de los plenos de la corporación.

92. En materia de transparencia, y en relación con el personal de libre nombramiento, los Cabildos Insulares facilitarán y mantendrán actualizada permanentemente información sobre:

- A) Solo la identificación y nombramiento de las personas titulares de los órganos superiores y directivos de la corporación.
- B) Entre otras cuestiones, el personal de confianza o asesoramiento especial de la corporación y de los organismos públicos o entidades públicas dependientes o vinculadas.
- C) No existe una obligación específica de publicación en este ámbito.

93. En materia de transparencia, y en relación con las retribuciones, ¿qué información mantendrán permanentemente actualizada los Cabildos Insulares? Señale cuál de las siguientes afirmaciones es incorrecta:

- A) Información general de las retribuciones del personal de confianza o asesoramiento especial, articulada en función de la clase y/o categoría.
- B) Información sobre las retribuciones de sus miembros, excepto los que tengan con dedicación parcial.
- C) Información general sobre las cuantías de las asistencias por concurrencia efectiva a las sesiones de los órganos colegiados.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2uqWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2uqWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	26/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





94. En materia de transparencia, y respecto a la información económico financiera, ¿qué información deben publicar los Cabildos Insulares?

- A) No existe una obligación específica de publicación de información en este ámbito.
- B) Entre otras cuestiones, la inversión realizada por habitante.
- C) Solo información presupuestaria y contable.

95. En materia de transparencia, y en el ámbito de la planificación y programación, ¿existe alguna obligación de publicación de información para los Cabildos Insulares?

- A) Ninguna.
- B) Solo se exige publicar los proyectos de planes y programas anuales y plurianuales, generales o sectoriales, cuya tramitación se haya iniciado.
- C) Debe publicarse, entre otra información, el grado de cumplimiento de los planes y programas y, en su caso, de las modificaciones introducidas o que pretenden introducirse respecto de lo planificado.

96. Las obligaciones establecidas en la Ley Orgánica para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, serán de aplicación:


- A) A las personas, físicas o jurídicas, con residencia en territorio español.
- B) A las personas, físicas o jurídicas, que tengan nacionalidad española.
- C) A toda persona, física o jurídica, que se encuentre o actúe en territorio español, cualquiera que fuese su nacionalidad, domicilio o residencia.

97. De conformidad con lo señalado en la Ley Orgánica para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, se considera discriminación directa por razón de sexo la situación en que:

- A) Una disposición, criterio o práctica pone a personas de un sexo en desventaja particular con respecto a personas del otro, salvo que atienda a una finalidad legítima.
- B) Se encuentra una persona que sea, haya sido o pudiera ser tratada, en atención a su sexo, de manera menos favorable que otra en situación comparable.
- C) Ninguna de las anteriores es correcta.

98. De conformidad con lo señalado en la Ley Orgánica para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, constituye acoso por razón de sexo cualquier comportamiento:

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 27/107





- A) Verbal o físico, de naturaleza sexual que tenga el propósito o produzca el efecto de atentar contra la dignidad de una persona.
- B) Ejecutado con el propósito de atentar contra la dignidad de una persona.
- C) Realizado en función del sexo de una persona, con el propósito o el efecto de atentar contra su dignidad y de crear un entorno intimidatorio, degradante u ofensivo.

99. En aplicación del principio de igualdad en el empleo público entre mujeres y hombres, las Administraciones públicas deberán:

- A) Establecer medidas efectivas para eliminar cualquier discriminación retributiva, directa o indirecta, por grupos de clasificación y niveles de los puestos.
- B) Fomentar la formación en igualdad tanto en el acceso al empleo público como a lo largo de la carrera profesional.
- C) Únicamente facilitar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral a las mujeres trabajadoras.

100. Indique cuál de las siguientes afirmaciones es correcta respecto de los planes de igualdad de las empresas, según lo señalado en la Ley Orgánica para la igualdad efectiva de mujeres y hombres:

- A) Podrán inscribirse en el Registro de Planes de Igualdad de las Empresas.
- B) En el caso de las empresas de cincuenta o más trabajadores, su elaboración e implantación será voluntaria.
- C) Incluirán la totalidad de una empresa, sin perjuicio del establecimiento de acciones especiales adecuadas respecto a determinados centros de trabajo.

101. ¿En qué sistema mediático que analiza la relación entre los medios de comunicación y la política se situaría España?

- A) Pluralista polarizado.
- B) Corporativista democrático.
- C) Liberal.

102. Las agencias de información son:

- A) Organizaciones empresariales públicas que conectan la actualidad con los medios de comunicación.

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 28/107





- B) Organizaciones empresariales públicas o privadas que recogen información, le dan forma periodística y la transmiten lo más rápido posible a todos los medios en cualquier soporte.
- C) Organizaciones empresariales públicas o privadas que recogen información, le dan forma periodística y la transmiten lo más rápido posible a sus abonados.

103. ¿Cuáles son las tres agencias de noticias más importantes del mundo?

- A) Agence France Press, Reuters y EFE.
- B) Associated Press, Havas y Fabra.
- C) Associated Press, Reuters y France Press.

104. La agencia de noticias que más premios Pulitzer posee es:

- A) Reuters.
- B) Associated Press.
- C) Télam.

105. La cláusula de conciencia, una de las garantías de la libertad de expresión e información, protege al periodista:

- A) De la intromisión de los jueces en su labor informativa.
- B) De la obligatoriedad de firmar sus informaciones.
- C) Del cambio de línea editorial o ideológica de su medio de comunicación


106. ¿Qué tres agencias se fusionaron en la Agencia EFE?

- A) Fabra, Faro y Febus.
- B) Ferranz, Fabra y Ferrero.
- C) Ferranz, Ferrero y Faro.

107. En cuanto a la actuación del periodista en relación con la protección del derecho al honor y a la propia imagen, y según el código deontológico de la Federación de Asociaciones de Prensa Española:

- A) Se justifican las indagaciones sobre la vida privada de una persona sin su previo consentimiento, cuando se respete el compromiso ético del periodista con la verdad.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 29/107





-
- B) No se pueden utilizar especulaciones sobre los sentimientos y circunstancias de los individuos, aunque haya previo consentimiento del afectado.
- C) Se pueden utilizar testimonios lesivos para la condición personal de los individuos cuando haya previo consentimiento del afectado.

108. El derecho de rectificación permite remitir un escrito de rectificación a un medio de comunicación:

- A) Porque la información perjudica sus expectativas políticas.
- B) Porque la información es inexacta y le puede causar algún perjuicio.
- C) Porque la información alude a un pasado demasiado remoto.

109. En el desempeño de sus obligaciones profesionales, y según el código deontológico aprobado por la Federación de Periodistas de la Prensa Española (FAPE), el periodista:

- A) Puede utilizar métodos ilícitos siempre que sean éticamente admisibles.
- B) Debe respetar el *off the record* en las declaraciones del informante cuando se deduzca que fue la voluntad de este.
- C) No puede aceptar retribuciones o gratificaciones de terceros, en ningún caso.

110. En España, el estatuto del periodista es:

- A) Una normativa vigente que regula el ejercicio de la profesión periodística al amparo del artículo 20 de la Constitución Española.
- B) Una proposición de ley que se llevó al Congreso de los Diputados en la pasada legislatura y que no ha tenido tiempo de tramitarse.
- C) Una iniciativa legislativa que se llevó al Congreso de los Diputados en varias ocasiones y que nunca ha prosperado.

111. La autorregulación informativa en España:

- A) Es un mecanismo establecido por el Estado para garantizar la buena labor informativa de los medios de comunicación.
- B) Se trata de un conjunto de medidas creadas por la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) para fomentar la buena labor informativa de los medios de comunicación.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 30/107





112. ¿Qué derecho no está reconocido y protegido en el Artículo 20.1 de la Constitución Española?

- A) A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.
- B) A la producción y creación literaria, artística, científica y técnica.
- C) A la libertad de prensa.

113. El defensor del lector se define de la siguiente forma:

- A) Es una figura externa al medio de comunicación para recoger y publicar las quejas de los lectores.
- B) Es una figura dependiente de los colegios profesionales de periodistas y asociaciones de la prensa.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.

114. ¿Qué concepto está relacionado con el poder de los medios para seleccionar los acontecimientos o hechos relevantes?

- A) *Agenda setting.*
- B) *Gatekeeper.*
- C) *Newsmaking.*

115. ¿Qué es el llamado efecto CNN?

- A) La capacidad que tienen los medios de comunicación para movilizar la política exterior en una situación de crisis.
- B) El peso que tienen las grandes cadenas de televisión estadounidenses para marcar la agenda informativa internacional.
- C) El mayor impacto que tiene la televisión frente a la prensa para llegar a la opinión pública.

116. Un embargo informativo se define por:

- A) Se trata de una información que se envía a los medios de comunicación pero que no puede publicarse hasta que se reciba una autorización judicial.
- B) Se trata de una información que se envía a los medios de comunicación pero que no podrá publicarse hasta una fecha y hora concreta.
- C) Se trata de una información ya elaborada por un medio de comunicación, cuya publicación está a la espera del consentimiento expreso y por escrito de alguna fuente mencionada.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 31/107





117. ¿Cuál no es una agencia de noticias?

- A) AFP.
- B) CBS.
- C) DPA.

118. Señale la afirmación correcta con respecto a las informaciones off the record:

- A) El periodista no podrá publicar nunca una información obtenida *off the record*.
- B) El periodista podrá publicar dicha información sólo si ha sido verificada por otras fuentes.
- C) Para publicar esa información el periodista sólo necesita atribuir esa información a una fuente anónima.

119. Señale la frase correcta relativa a los espacios de opinión en los medios:

- A) Las cartas al director son el espacio que el periódico ofrece para publicar los textos amparados en el derecho de rectificación y réplica.
- B) La tribuna es el espacio que el periódico ofrece a los columnistas habituales para que expresen con mayor extensión sus planteamientos.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.

120. Señale el ejemplo correcto relativo a los espacios de opinión en los medios:

- A) En la editorial del periódico *El País* se puede leer una crítica al pacto entre el Partido Popular y Ciudadanos.
- B) En el editorial del periódico *El País* se puede leer una crítica al pacto entre el Partido Popular y Ciudadanos.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.

121. ¿Qué es el informe McBride?

- A) Un informe elaborado por Sean McBride sobre el comportamiento de los medios de comunicación británicos y que se creó tras el escándalo de las prácticas ilegales de periódicos como el *News of the World* y *The Sun*.
- B) Un informe impulsado por la Unesco sobre el nuevo orden mundial de la comunicación.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 32/107





C) Un informe elaborado por un grupo de académicos presidido por Sean McBride y encargado por la Comisión Europea para hacer frente a noticias falsas y desinformación.

122. ¿Por qué el derecho a la información se considera un derecho instrumental?

- A) Porque está supeditado al cumplimiento de otros derechos.
- B) Porque permite a la ciudadanía conocer, reclamar y ejercer el resto de derechos.
- C) Porque es un instrumento de la Administración para informar a la ciudadanía.

123. ¿A qué término se asocia la prensa popular?

- A) Prensa sensacionalista.
- B) Prensa de partido.
- C) Prensa sindical.


124. ¿Con qué otro nombre se conoce a la comisión de la libertad de prensa?

- A) Comisión Hutchins.
- B) Comisión Levenson.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.

125. Según la Comisión Hutchins, el periodismo, para cumplir su responsabilidad social en una democracia, debe proporcionar determinados elementos. Señale la definición correcta más completa:

- A) Una relación verídica, completa e inteligente de los acontecimientos diarios en un contexto que les dé significación; un foro para el intercambio de comentarios y críticas; una imagen representativa de los grupos que constituyen la realidad; la representación y clarificación de los objetivos y los valores de la sociedad y el acceso completo al acontecer diario.
- B) Una relación verídica, completa e inteligente de los acontecimientos diarios en un contexto que les dé significación; un foro para el intercambio de comentarios y críticas; una imagen representativa de los grupos que constituyen la realidad; un encuadre objetivo de las fuentes, la representación y clarificación de los objetivos y los valores de la sociedad y el acceso completo al acontecer diario.
- C) Una relación verídica, completa e inteligente de los acontecimientos diarios en un contexto que les dé significación; un foro para el intercambio de

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 33/107





comentarios y críticas; una imagen representativa de los grupos que constituyen la realidad; un encuadre objetivo de las fuentes, la representación y clarificación de los objetivos y los valores de la sociedad.

126. ¿Con qué término del periodismo se relaciona el concepto de *watchdog*?

- A) *Accountability journalism*.
- B) *Access journalism*.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.

127. ¿Qué proporción entre profesionales de relaciones públicas y periodistas se aproxima más a la realidad actual en el mundo occidental?

- A) 1 periodista por cada 0,5 profesionales de relaciones públicas.
- B) 1 periodista por cada 2 profesionales de relaciones públicas.
- C) 1 periodista por cada 5 profesionales de relaciones públicas.

128. La publicación de una nota de prensa en un medio de comunicación impreso:

- A) Debe mantener el título y el cuerpo de texto tal y como viene redactado.
- B) Sólo se puede modificar el título para adaptarlo al espacio del medio.
- C) Se puede modificar el título y el cuerpo de texto para adaptarlo al criterio del medio.


129. ¿Qué deben hacer los medios de comunicación tras recibir una convocatoria de rueda de prensa?

- A) Comunicar con antelación su intención de acudir.
- B) Comunicar con antelación su decisión de no acudir.
- C) No es necesario realizar ninguna comunicación.

130. ¿Quién es el máximo responsable de la portada de un periódico impreso?

- A) El director o directora.
- B) El comité editorial.
- C) El consejo de informativos.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 34/107





131. ¿Qué puesto es el máximo responsable de un informativo televisivo?

- A) Editor.
- B) Realizador.
- C) Presentador.

132. ¿Qué término hace referencia a la exigencia de la calidad técnica de imágenes y sonido en un informativo televisivo?

- A) Audiovisualidad.
- B) Comprensibilidad.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.

133. ¿En la Radio Televisión Pública de Canarias (RTVC) quién decide el contenido de un informativo?

- A) Consejo Rector.
- B) Consejo de Informativos.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.


134. Señale la frase correcta con respecto a cómo ha funcionado la Radio Televisión Pública de Canarias (RTVC) hasta la actualidad en materia informativa:

- A) El Consejo de Informativos ha impuesto frecuentemente una línea informativa al Consejo Rector.
- B) El Consejo de Informativos ha sugerido frecuentemente una línea informativa al Consejo Rector.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas

135. Señale la frase correcta con respecto a cómo ha funcionado la Radio Televisión Pública de Canarias (RTVC) hasta la actualidad en materia informativa:

- A) El Consejo Asesor ha impuesto frecuentemente una línea informativa al Consejo Rector.
- B) El Consejo Asesor ha sugerido frecuentemente una línea informativa al Consejo Rector.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDIX2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDIX2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 35/107





136. ¿Quién decide la organización del trabajo y selección de las noticias en un medio de comunicación?

- A) El consejo de informativos.
- B) El comité de empresa.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.

137. ¿Cómo se denominan las pequeñas piezas de un informativo de televisión en las que el presentador o presentadora habla mientras se ven unas imágenes?

- A) Cola.
- B) Total.
- C) *Flash*.

138. ¿Qué organismo elabora el principal informe anual sobre el estado del periodismo en España?

- A) La Federación de Asociaciones de Periodistas.
- B) La Federación de Sindicatos de Periodistas.
- C) La Red de Colegios Profesionales de Periodistas.

139. ¿Quién elaboró el Manual de Estilo de la Radiotelevisión Canaria (RTVC)?

- A) El lingüista Humberto Hernández.
- B) La lingüista Josefa Dorta.
- C) El lingüista Carlos Brito.


140. ¿Cuál no es un objetivo del Manual de Estilo de Radiotelevisión Canaria (RTVC)?

- A) Contribuir, desde RTVC, a la conformación de la norma culta del español de Canarias en la estandarización de las variantes dialectales.
- B) Ofrecer soluciones uniformes a las variantes lingüísticas propuestas como opcionales por los instrumentos de fijación de la norma lingüística.
- C) Asesorar al equipo directivo del ente público en el tratamiento de los mensajes informativos en los distintos géneros periodísticos.

141. El tratamiento periodístico de las noticias:

- A) Evidencia el punto de vista personal del periodista.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 36/107





- B) Evidencia la posición de un medio de comunicación frente a determinados hechos o situaciones de interés público.
C) Es una cuestión fortuita que depende de la actualidad de ese momento.

142. Según la reciente investigación académica, la lealtad en la redacción de un medio de comunicación se ve especialmente condicionada por qué figura:

- A) La del supervisor o supervisora.
B) La del director o directora.
C) La del compañero o compañera.

143. Ante el descontento de los periodistas con el medio de comunicación en el que trabajan, el Consejo de Informativos o análogo puede ser, según estudios académicos recientes, un instrumento para qué comportamiento:

- A) Salida.
B) Voz.
C) Lealtad.

144. ¿Qué cadena de radio forma parte del grupo A3 Media?

- A) Cadena COPE.
B) Cadena Onda Cero.
C) Cadena Es Radio.

145. Conforme al Marco General de los Medios en España de 2022, el porcentaje de audiencia sobre el total de la población en 2021 ha sido menor en:

- A) Cine.
B) Diarios.
C) Revistas.

146. El derecho de rectificación ante un medio de comunicación, ¿por quién puede ser ejercido?:

- A) Es un derecho que sólo puede ser ejercido por representantes políticos y cargos públicos de la Administración.
B) Se trata de un derecho que puede ser ejercido por cualquier persona.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 37/107





C) Es un derecho que ampara a los propios periodistas ante la posibilidad de que sus informaciones puedan ser tergiversadas.

147. ¿Qué medio se rige por las normas recogidas en el 'Libro del estilo urgente'?

- A) Agencia Europa Press.
- B) Agencia Efe.
- C) Agencia France Press.

148. ¿Cuál fue el primer diario español que se dotó de un libro de estilo?

- A) *El País*.
- B) *El Mundo*.
- C) *La Razón*.

149. Según la normativa de transparencia, el derecho de acceso podrá ser limitado cuando acceder a la información suponga un perjuicio para:

- A) La salud pública.
- B) Los intereses económicos y comerciales.
- C) Pluralidad informativa.

150. ¿Cuál es el mayor grupo europeo de comunicación atendiendo a su valor económico?

- A) Vivendi Universal.
- B) AOL- Time Warner.
- C) MediaSet.


151. ¿La convocatoria de una rueda de prensa implica la obligatoriedad del medio de confirmar su asistencia?

- A) Sí, debe confirmar o no su asistencia.
- B) Sí, pero sólo si se trata de un medio de titularidad pública.
- C) La convocatoria de una rueda de prensa no implica la obligatoriedad de confirmación de asistencia por parte del medio.

152. ¿En qué ciudad se fundó la Agencia EFE?

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 38/107





- A) Madrid.
- B) Valladolid.
- C) Burgos.

153. ¿Qué aspectos abarca la corrección de estilo?

- A) Ortografía, puntuación y sintaxis.
- B) Caligrafía y semántica.
- C) Gramática y caligrafía.

154. La agencia Servimedia pertenece a:

- A) Grupo Planeta.
- B) Grupo Ilunión.
- C) Grupo Vocento.

155. ¿Qué documento político menciona por primera vez la libertad de prensa?

- A) La Declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano en Francia.
- B) La Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- C) La Declaración de Derechos del Pueblo de Virginia.

156. En la legislación española, la primera referencia a la libertad de prensa "sin necesidad de licencia, revisión o aprobación alguna anteriores a su publicación" aparece en:

- A) El Estatuto de Bayona de 1808.
- B) El Decreto IX de las Cortes de Cádiz de 1810.
- C) La Constitución Española de 1912.

157. El director o directora de un periódico tiene:

- A) Derecho de veto sobre todos los contenidos originales del periódico, tanto de redacción como de administración y publicidad.
- B) Derecho de veto sobre todos los contenidos originales del periódico si son contrarios a lo establecido en el artículo 20 de la Constitución Española.
- C) Derecho de veto sobre todos los contenidos originales del periódico elaborados por periodistas y colaboradores, pero no sobre los contenidos publicitarios o de administración.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 39/107





158. ¿Cuál de los siguientes es un método de control preventivo de los medios de comunicación durante los totalitarismos?

- A) Censura previa.
- B) Multa.
- C) Inhabilitación.

159. En el manual de la Unesco sobre periodismo y noticias falsas, ¿en qué tipo de categoría incluiría una información que ofrece contenido fabricado?

- A) Información errónea.
- B) Desinformación.
- C) Información dañina.

160. ¿En qué términos fija el Tribunal Constitucional el requisito constitucional de veracidad?

- A) En exigir del periodista la publicación completa de todos los datos en su poder, siempre que se correspondan con los hechos verificables.
- B) En exigir del periodista unas prácticas verificables de comprobación de las fuentes de las que obtiene la información.
- C) En exigir del informador un específico deber de diligencia en la búsqueda de la verdad de la noticia y en la comprobación de la información difundida.

161. ¿En cuánto tiempo indican los expertos que es posible lanzar un mensaje breve para televisión?

- A) 8 a 15 segundos.
- B) 1 a 2 minutos.
- C) 30 segundos

162. Cuando Nidia Callegari alude al uso de la dramaturgia para incrementar la creatividad en un telerreportaje, ¿cuál es el primer elemento que plantea considerar?

- A) El personaje.
- B) El conflicto.
- C) El ambiente.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 40/107





163. Según la clasificación que citan A. Iranzo y T. Latorre, ¿qué fuentes utilizan estrategias para obligar a los medios a difundir una información determinada?

- A) Fuentes resistentes.
- B) Fuentes ávidas.
- C) Fuentes compulsivas.

164. ¿En qué tres niveles categoriza el Portal de Transparencia la información pública de la Administración General del Estado?

- A) Institucional, económica y normativa.
- B) Institucional, administrativa y económica.
- C) Institucional, económica y organizativa.

165. ¿Cuál de los siguientes autores se encuentra entre los fundadores de la Mass Communications Research, según la 'Introducción a la Sociología de la Comunicación' de E. Espinar y otros autores?

- A) H. Lasswell.
- B) M. Horkheimer.
- C) H. Marcuse.

166. ¿Cuál es el género periodístico más adecuado para la divulgación científica?

- A) La crónica.
- B) El reportaje.
- C) La noticia, porque es el género informativo por excelencia.

167. ¿Qué género requiere del análisis para contextualizar un hecho relevante y otorgarle sentido?

- A) Interpretativo.
- B) Informativo.
- C) Opinativo.

168. ¿Cómo se denomina el relato que puede ser interrumpido para incorporar análisis, opinión, reflexiones o datos que enriquezcan la historia:

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	41/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





-
- A) Crónica.
 - B) Crónica interpretativa.
 - C) Entrevista interpretativa.

169. ¿Qué distingue principalmente al *docuweb* como género periodístico en línea, según su adaptación al entorno digital?

- A) Su enfoque en la convergencia narrativa exclusiva de elementos multimedia.
- B) La posibilidad de una estructura narrativa multifacética estrictamente lineal.
- C) La integración multifacética de textos, imágenes, audios, animación, infografías y vídeos.

170. ¿Cómo se diferencia el *docuweb* en términos de consumo y producción de contenido en comparación con otros géneros?

- A) Se presenta con una estructura narrativa fija y limitada.
- B) Permite la co-creación de contenido y su consumo no secuencial.
- C) Ofrece co-creación de contenido visual sin posibilidad de interacción.

171. ¿Por qué se ha optado por el término *docuweb* en lugar de otras denominaciones más utilizadas, como *webdoc* o *webdocumentary*?

- A) Por el reconocimiento unánime de la comunidad académica.
- B) Debido a la falta de consenso en una designación específica y precisa.
- C) Por su enfoque exclusivamente visual y no textual.


172. ¿Cuál es la base fundamental del desarrollo evolutivo del *docuweb*, de acuerdo con Gifreu (2011)?

- A) Las innovaciones tecnológicas emergentes.
- B) La multiplicidad de objetivos de las entidades productoras.
- C) La clasificación detallada de los distintos modelos de géneros periodísticos.

173. ¿Qué elemento es clave para la clasificación del *docuweb*, como género periodístico?

- A) La incorporación de plataformas digitales de vanguardia.
- B) La creatividad y los objetivos de las empresas productoras.
- C) El uso exclusivo de herramientas de *storytelling* narrativo.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 42/107





174. ¿Qué transformación significativa provocó el estatus de las empresas periodísticas en internet?

- A) El surgimiento de nuevos géneros periodísticos exclusivamente digitales.
- B) La redefinición y adaptación de los géneros periodísticos tradicionales al entorno *web*.
- C) La eliminación progresiva de los géneros periodísticos clásicos.

175. ¿Cuál de los siguientes géneros periodísticos es citado como principalmente adaptado a la red?

- A) Reportaje textual.
- B) *Docuweb* y reportaje multimedia.
- C) Entrevista en vídeo.

176. ¿Qué caracteriza al periodismo inmersivo según la definición comúnmente aceptada por investigadores en comunicación?

- A) La exclusiva utilización de tecnología Realidad Virtual para recrear eventos.
- B) La producción de noticias que brindan experiencias inmersivas en eventos descritos en historias periodísticas.
- C) La creación de mundos virtuales a través de narrativas de ficción.

177. ¿En qué período de tiempo se observa un auge en el estudio del periodismo inmersivo?

- A) Entre 1995 y 2010.
- B) A partir del año 2015, especialmente entre 2016 y 2017.
- C) Durante la década de 1980.

178. ¿Cuál es la distinción fundamental entre el periodismo inmersivo de bajo nivel y el periodismo inmersivo de alto nivel?

- A) El de bajo nivel involucra la participación del usuario en eventos simulados, mientras que el de alto nivel implica una sensación de presencia real.
- B) El de bajo nivel ofrece información a través de juegos y comunidades en línea, mientras que el de alto nivel crea experiencias de inmersión total.
- C) El de bajo nivel permite la participación del usuario en acciones virtuales, mientras que el de alto nivel garantiza una presencia total del usuario en el evento.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 43/107





179. ¿Qué tecnologías predominan en el periodismo inmersivo de alto nivel?

- A) Dispositivos de realidad virtual y entornos sintéticos tridimensionales.
- B) Nuevos modelos de teléfonos inteligentes y sistemas operativos actualizados.
- C) Redes sociales inmersivas y plataformas de realidad aumentada.

180. ¿Qué aporta el uso de la realidad virtual al periodismo inmersivo de alto nivel?

- A) Creación de mundos virtuales exclusivamente de ficción.
- B) Experiencia en primera persona de hechos informativos narrados.
- C) Reducción de costos de producción y tiempos de realización.

181. ¿Cuál es la principal diferencia entre el periodismo inmersivo y los medios interactivos?

- A) La presencia del usuario en un entorno virtual versus la participación e interacción del usuario.
- B) El uso de realidad virtual versus la ausencia de tecnología en los medios interactivos.
- C) La recreación de eventos en tiempo real versus la simulación de eventos preestablecidos.

182. En los manuales sobre periodismo de investigación de Mark Lee Hunter, ¿por qué motivo se considera que las víctimas son las primeras personas interesadas en hablar?

- A) Por el dolor que sienten. Necesitan que alguien les ayude.
- B) Por orgullo. Les hace sentirse importantes y les da felicidad.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.

183. En el periodismo de investigación, según Mark Lee Hunter, en qué fase se engloban las siguientes tareas: identificación de actores clave, identificación de cuestiones clave e indagación de las fechas y acontecimientos claves en la historia del tema y hasta el presente:

- A) Mapeo del tema.
- B) Elaboración del reportaje.
- C) Revisión del reportaje.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 44/107





184. En el periodismo de investigación, según Mark Lee Hunter, cómo puede el periodista proteger el anonimato de una fuente personal:

- A) Enviándole un correo electrónico en lugar de llamarla por teléfono.
- B) Encontrarse con la fuente en el periódico y no en el lugar de trabajo de la fuente.
- C) Guardando bajo llave todo el material que se relacione con la fuente.

185. En el periodismo de investigación, según Mark Lee Hunter, qué no demostramos a las fuentes personales al utilizar fuentes de dominio público:

- A) Estamos tan interesados en el tema que le hemos destinado tiempo y energía.
- B) Dependemos de ellos para obtener nuestra información.
- C) Por el solo hecho de que alguien no quiera hablarnos no nos veremos obligados a cancelar la historia.

186. En el periodismo de investigación, según Mark Lee Hunter, qué consejo es correcto cuando se entrevista a una fuente:

- A) Mentir a la fuente.
- B) Nunca decir toda la verdad.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.

187. En el periodismo de investigación, según Mark Lee Hunter, qué dos roles se puede adoptar al entrevistar a fuentes personales:

- A) El del experto o el inocente.
- B) El del acusador o defensor.
- C) El objetivo o subjetivo.

188. En el periodismo de investigación, según el trabajo de José Manuel de Pablos, cuáles son las cinco fases:

- A) La pista, la pesquisa, la publicación, la presión y la prisión.
- B) La pista, la pregunta, la participación, la publicación y la prisión.
- C) La pista, la pregunta, la publicación, la presión y la prisión.

189. La fase de prisión en el periodismo de investigación, según José Manuel de Pablos, implica:

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDIX2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDIX2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 45/107





- A) Siempre la entrada en prisión, comisaría o juzgado de las personas investigadas.
- B) Un cambio radical en el estatus de las personas investigadas, sin que necesariamente implique la entrada en prisión.
- C) Siempre la entrada en comisaría o juzgado y no siempre la entrada en prisión.

190. Tom Wolf considera que el nuevo periodismo era un movimiento periodístico:

- A) Sí.
- B) No.
- C) Sólo la primera etapa.

191. ¿Cuál es el orden cronológico correcto de los siguientes movimientos periodísticos según su auge?

- A) Muckrakers, nuevo periodismo, periodismo de servicio, periodismo cívico, periodismo de precisión, periodismo ciudadano.
- B) Muckrakers, nuevo periodismo, periodismo cívico, periodismo ciudadano, periodismo de servicio, periodismo de precisión.
- C) Muckrakers, nuevo periodismo, periodismo cívico, periodismo ciudadano, periodismo de precisión, periodismo de servicio.

192. ¿Qué autor es el máximo exponente del periodismo de precisión?

- A) Philip Meyer.
- B) Ken Metzler.
- C) Jay Rosen.

193. ¿De qué movimiento periodístico es una obra referente 'Diez días en un manicomio'? es una obra de referencia de qué movimiento periodístico:

- A) Nuevo periodismo.
- B) *Muckrakers*.
- C) Periodismo de servicio.

194. ¿Qué periodistas están englobados en el movimiento periodístico de los *Muckrakers*?

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	46/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





-
- A) Upton Sinclair, Jack London, John Steinbeck, John Reed.
B) Upton Sinclair, George Orwell, John Steinbeck, John Reed.
C) Upton Sinclair, George Orwell, Jack London, John Reed.

195. ¿Qué autores están englobados en el movimiento del nuevo periodismo?

- A) Tom Wolf, Truman Capote, Norman Mailer, Hunter S. Thompson.
B) Tom Wolf, Hunter S. Thompson, Truman Capote, Bill Kovach.
C) Tom Wolf, Günter Wallraff, Truman Capote, Bill Kovach, Michael Herr.

196. Esta modalidad periodística trata de ofrecer a los lectores y audiencias de los medios un tipo de informaciones y contenidos de orientación esencialmente práctica y encaminada a facilitar a los ciudadanos y/o a los consumidores de medios los datos concretos con los que resolver las cuestiones cotidianas más variadas. ¿A qué modalidad corresponde esta definición?

- A) Periodismo de servicio.
B) Periodismo ciudadano.
C) Periodismo cívico.

197. ¿Quién acuñó el término de periodismo de acceso?

- A) Dan Gillmor.
B) Jeff Jarvis.
C) James Dorsey.


198. Es un tipo de reportaje útil para la descripción de hechos concluidos y contados por el periodista a partir de la observación:

- A) Reportaje de acontecimiento.
B) Reportaje de acción.
C) Reportaje cronológico.

199. Es un tipo de reportaje en el que relatan historias en las que el narrador intercala acciones y pasajes pertenecientes a un tiempo anterior:

- A) Reportaje con estructura homérica o reloj de arena.
B) Reportaje por escenas o casos.
C) Ni la A ni la B son correctas.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 47/107





200. Es un tipo de reportaje en el que alrededor de un tema se desarrollan varias historias paralelas que concluyen conjuntamente:

- A) Reportaje con estructura en forma de Y.
- B) Reportaje circular.
- C) Reportaje mosaico.

201. Según N. Callegari, ¿a cuántas preguntas debe responder el 'lead' o entrada de una noticia?

- A) A cuatro.
- B) A cinco.
- C) A siete.

202. Cuando N. Callegari aborda las técnicas para realizar una entrevista recopila una decena de reglas enunciadas por Keith Davis. ¿A qué aspecto se refieren esas diez reglas?

- A) A la buena escucha.
- B) A la buena preparación.
- C) A la buena ambientación.

203. Cuando C. Marín explica cómo se produce, escribe y monta una noticia, ¿qué tres formatos señala como los más utilizados en un informativo televisado actual?

- A) La pieza, las colas y el directo.
- B) El reportaje, la declaración y el directo.
- C) La pieza, el directo y el recurso.

204. Según Carlos Elías, la escritura de noticias, libros, guiones de radio, cine o televisión, ¿qué tres procesos contempla?

- A) Planificación, producción y revisión.
- B) Sumario, método y conclusiones.
- C) Introducción, método y resultados.

205. En el contexto del uso de lenguaje inclusivo en el periodismo, ¿cómo se denomina comúnmente al enfoque que busca evitar la

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	48/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





exclusión o discriminación de género en las expresiones lingüísticas?

- A) Lenguaje igualitario.
- B) Lenguaje de género neutro.
- C) Lenguaje no binario.

206. ¿Cuál de las siguientes alternativas representa el propósito fundamental del uso del lenguaje inclusivo en la comunicación periodística?

- A) Reforzar los estereotipos de género y adaptar el contenido a las audiencias tradicionales para que se sientan representadas.
- B) Excluir a ciertos grupos de género con el fin de mantener la neutralidad y asegurar la igualdad en la representatividad.
- C) Asegurar que todos los individuos, independientemente de su género, se sientan representados y respetados en la comunicación mediática.

207. ¿Qué concepto se refiere a la visión del mundo en la que los hombres son el centro y medida de todas las cosas, ocultando las contribuciones de las mujeres?

- A) Androcentrismo.
- B) Feminismo.
- C) Género


208. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor el concepto de género?

- A) Conjunto de rasgos biológicos que determinan el sexo de una persona.
- B) Conjunto de relaciones sociales entre los sexos, caracterizadas por la desigualdad.
- C) Término que no suele considerarse como una variable importante.

209. En 2019, la Real Academia Española (RAE) decidió no adoptar el lenguaje inclusivo para reescribir la Constitución de España, ¿basándose en qué factor?

- A) Una encuesta realizada entre ciudadanos españoles.
- B) El uso mayoritario en la comunidad de habla hispana en todo el mundo.
- C) Una recomendación del gobierno español.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 49/107





210. Según diversos autores que estudian el uso del lenguaje inclusivo en el periodismo, entre ellos García-Meseguer (2001), ¿cuál es una forma de sexismo lingüístico?

- A) Utilizar términos de género neutro para describir profesiones.
- B) Describir una situación no sexista con una frase sexista.
- C) Emplear construcciones sintácticas que promuevan la igualdad de género.

211. ¿Cómo suelen abordar los defensores de la inclusión lingüística el sexismo lingüístico?

- A) Alentando el uso de pronombres de género neutro.
- B) Abogando por la eliminación de estructuras lingüísticas de género.
- C) Promoviendo duplicaciones y terminología específica de género.

212. ¿Cuál es una recomendación común hecha por los defensores de la inclusión lingüística?

- A) Utilizar exclusivamente pronombres de género neutro.
- B) Evitar el uso de genéricos masculinos a favor de duplicaciones.
- C) Mantener las estructuras gramaticales tradicionales sin modificación.

213. ¿Cómo se manifiesta la expansión del lenguaje inclusivo en profesiones tradicionalmente asociadas con los hombres?

- A) Simplemente agregando una 'a' feminizante a los títulos de trabajo existentes.
- B) Creando títulos de trabajo completamente nuevos para las mujeres.
- C) Adoptando términos de género neutro para todas las profesiones.

214. ¿Cuál de los siguientes recursos lingüísticos es uno de los aspectos más activos del lenguaje inclusivo?

- A) El lenguaje técnico.
- B) El uso de diminutivos.
- C) El desdoblamiento léxico.

215. ¿Qué sugiere la literatura académica y autores como Grijelmo (2019) sobre el origen del masculino genérico en la lengua?

- A) Se originó como una forma de dominación masculina.
- B) Surgió como una forma de visibilizar a las mujeres.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2uqWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2uqWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 50/107





C) Se desarrolló como una herramienta para la comunicación sin prejuicios de género.

216. ¿Cuál es una crítica común hacia las duplicaciones o desdoblamientos en el lenguaje inclusivo?

- A) Añaden claridad a la comunicación.
- B) Pueden causar confusión y dificultar la decodificación del mensaje.
- C) Ayudan a visibilizar a los géneros subrepresentados.

217. ¿Qué efecto tienen las duplicaciones excesivas en la comunicación según los especialistas en pragmática?

- A) Añaden valor estético al lenguaje.
- B) Facilitan la comprensión del mensaje.
- C) Obligan al oyente a una decodificación más costosa.

218. ¿Cuál es la recomendación general de los manuales de buenas prácticas con respecto al uso del lenguaje igualitario?

- A) Considera que debería priorizarse la forma masculina en todo momento.
- B) Aboga por un lenguaje inclusivo que no genere confusiones.
- C) Sugiere eliminar por completo el género gramatical de la lengua.

219. ¿Cuál es uno de los recursos idiomáticos más utilizados en el discurso oral para manifestar inclusión?

- A) El masculino genérico.
- B) El desdoblamiento de sustantivos.
- C) El uso de pronombres neutros.

220. ¿Cuál es uno de los aspectos fundamentales para comprender el sexismo en el lenguaje?

- A) La prevalencia del masculino genérico en todas las lenguas.
- B) La distinción entre lo femenino y lo masculino como indicativa de discriminación.
- C) La inexistencia de diferencias entre géneros gramaticales en diferentes idiomas.

221. ¿Qué se entiende por androcentrismo en el análisis del lenguaje?

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 51/107





- A) La preferencia por términos neutros en la comunicación.
- B) La prevalencia de una mirada masculina que considera al hombre como medida universal.
- C) La ausencia de distinción entre géneros en el lenguaje.

222. ¿Cuál es la crítica principal hacia las normas de redacción basadas en las recomendaciones de la Real Academia de la Lengua Española?

- A) Su falta de actualización y adaptación a las necesidades inclusivas del lenguaje.
- B) Su excesiva rigidez y falta de flexibilidad en todas las circunstancias, en cuanto a la diversidad lingüística.
- C) Su tendencia a favorecer la comunicación no sexista sobre cualquier otra consideración.

223. ¿Cuál es uno de los objetivos principales de los manuales de comunicación inclusiva?

- A) Mantener la normativa tradicional de la lengua sin cambios significativos.
- B) Promover una comunicación no sexista sin violar las normas establecidas.
- C) Eliminar por completo las distinciones de género en el lenguaje.

224. ¿Por qué se considera importante promover una formación en comunicación que construya una realidad desde perspectivas más democráticas e inclusivas?

- A) Para perpetuar los estereotipos de género establecidos en la sociedad.
- B) Para favorecer una comunicación basada en la igualdad y el reconocimiento de la diversidad.
- C) Para mantener el androcentrismo en la comunicación y la cultura.

225. ¿Qué implica hablar de género en los medios de comunicación?

- A) Centrarse únicamente en la creación de contenidos dirigidos a un público femenino.
- B) Reconocer y visualizar las relaciones de desigualdad y jerarquía entre los géneros.
- C) Ignorar por completo las diferencias de género para evitar el sexismo en el lenguaje.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	52/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





226. En el uso del lenguaje inclusivo en periodismo, se recomienda:

- A) Cuando no hay genérico inclusivo, es recomendable desdoblarse el término en masculino y femenino.
- B) Cuando no hay genérico inclusivo, se mantiene el genérico masculino.
- C) Cuando no hay genérico inclusivo, se opta por el genérico femenino.

227. Atendiendo al lenguaje inclusivo, ¿qué es lo correcto?

- A) La abogado, la médico, la notario.
- B) La abogada, la médica, la notaria.
- C) Persona abogada, persona médica, profesional de la notaría.

228. Las primeras organizaciones que demostraron su voluntad de intervenir en los procesos comunicativos fueron:

- A) Empresariales.
- B) Militares.
- C) Políticas.

229. La comunicación es un vehículo imprescindible para:

- A) El establecimiento de la cultura empresarial.
- B) El cambio o adaptación de la cultura empresarial.
- C) La transmisión de la cultura empresarial.


230. Todo análisis de la comunicación institucional debe comenzar por:

- A) Identidad, imagen y reputación.
- B) El clima de comunicación interno.
- C) Una auditoría de imagen.

231. ¿Cuál es la principal diferencia entre la "comunicación de producto" y la "comunicación corporativa"?

- A) La "comunicación de producto" se enfoca en los consumidores, mientras que la "comunicación corporativa" se centra en interlocutores sociales.
- B) Ambas se enfocan en los consumidores, pero difieren en la forma en que se promocionan los productos.
- C) La "comunicación de producto" se relaciona con la producción, mientras que la "comunicación corporativa" se centra en la publicidad.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDIX2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDIX2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 53/107





232. La imagen de una institución:

- A) Es un valor intangible que no puede medirse.
- B) Es un intangible que se puede medir y evaluar.
- C) No es un elemento relevante para evaluar su capacidad de gestión.

233. La imagen corporativa de una institución es:

- A) La identidad visual corporativa de sus productos o servicios.
- B) El concepto que tiene de sí misma.
- C) La idea global que tienen sus públicos sobre sus productos, actividades y conductas.

234. ¿Qué acción no formaría parte de un plan de comunicación de una Administración Pública?

- A) Promover la participación activa de la ciudadanía en las iniciativas culturales ofertadas por la administración.
- B) Realizar entrevistas a los empleados públicos sobre las condiciones de trabajo.
- C) Poner a disposición de medios y público noticias generadas por la Administración a través de su página web.

235. ¿Qué comprende la identidad corporativa en la actualidad?

- A) Principalmente la identidad visual.
- B) La identidad visual y la identidad conceptual.
- C) La identidad sonora y la identidad escrita.


236. ¿A qué se refiere la identidad visual en la identidad corporativa?

- A) Elementos intangibles de la organización.
- B) La cultura institucional tangible.
- C) Rasgos físicos que identifican a la organización.

237. El concepto de reputación corporativa:

- A) Es el conjunto de percepciones que tienen sobre la institución los grupos internos.
- B) Se consigue con una buena comunicación.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 54/107





C) No incumbe a todas las áreas de una organización.

238. La reputación, a diferencia de la imagen:

- A) Tiene carácter coyuntural y efectos efímeros.
- B) Su origen es difícil de objetivar, no es verificable empíricamente.
- C) Se basa en la realidad y el reconocimiento.

239. Cuando hablamos de arquitectura de marca 'Endorse' aludimos a:

- A) La submarca se puede desarrollar en su totalidad dejando la marca madre como un respaldo.
- B) Se emplea la misma imagen en todos los niveles.
- C) Cada marca secundaria tiene una entidad independiente.

240. Según la Asociación de Directivos de la Comunicación (DIRCOM), ¿cuál es el concepto que engloba el conjunto de características centrales, perdurables y genuinas de una organización que la diferencian del resto?

- A) Identidad corporativa.
- B) Propósito corporativo.
- C) Cultura corporativa.

241. ¿Cuál es el escalón más elevado de la buena reputación?

- A) La importancia
- B) La notoriedad
- C) La autoridad.

242. ¿Qué tres elementos son la base para desarrollar el modelo de diagnóstico para una organización, según el modelo de Schultz y Hatch para alinear identidad, imagen y reputación?

- A) Misión, visión y valores.
- B) Misión, visión y estrategia.
- C) Visión, cultura e imagen.

243. ¿Qué es un resumen ejecutivo de la información necesaria que conviene recabar para implementar un plan de comunicación?

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 55/107





- A) *Targeting.*
- B) *Briefing.*
- C) *Copy strategy.*

244. ¿Cuál de las siguientes no es una de las funciones tradicionales de los gabinetes de comunicación?

- A) Relaciones con los medios de comunicación.
- B) Publicidad.
- C) Comunicación interna y externa.

245. ¿Qué ha influido en la ampliación y complejidad de las funciones de los gabinetes de comunicación?

- A) La disminución de la importancia de la comunicación interna.
- B) La falta de recursos financieros y la reducción de la comunicación informativa.
- C) Los cambios en la sociedad actual y las necesidades de comunicación más amplias.

246. ¿Cuál es una de las funciones del director de comunicación?

- A) Coordinar la comunicación interna y externa de la organización.
- B) Supervisar la comunicación de producto y la publicitaria.
- C) Intervenir en factores de animación y organización.


247. ¿Cuál es una de las funciones de un gabinete de comunicación en el sector empresarial?

- A) Reducir el número de mensajes involuntarios y reforzar el rendimiento comunicativo
- B) Minimizar la importancia de la publicidad y diseñar estrategias de evaluación.
- C) Reforzar el rendimiento de la comunicación interna.

248. ¿Cuál es uno de los problemas que surge debido a la diversidad terminológica relacionada con los gabinetes de comunicación?

- A) La falta de unidad conceptual.
- B) La falta de delimitación funcional.
- C) La falta de independencia de los gabinetes.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 56/107





249. ¿Qué función desempeña un gabinete de comunicación en relación con la imagen de una organización?

- A) Mantener la imagen intencional de la organización.
- B) Crear, mantener o mejorar una imagen positiva de la organización.
- C) Coordinar las actividades de marketing de la organización.

250. ¿Cuál de las siguientes opciones sería una denominación alternativa inadecuada para los gabinetes de comunicación?

- A) Agencia de relaciones públicas.
- B) Departamento de recursos humanos.
- C) Asesoría de comunicación.

251. ¿Cuál es una de las diferencias entre un gabinete de comunicación y una asesoría o consultora de comunicación?

- A) Las asesorías son unidades internas de la organización, mientras que los gabinetes son independientes.
- B) Los gabinetes se dedican exclusivamente a la comunicación interna, mientras que las asesorías se enfocan en la comunicación externa.
- C) Las asesorías trabajan en colaboración con los departamentos de recursos humanos.

252. Si una institución parte de una estrategia de comunicación efectiva:


- A) La comunicación interna y externa no deben integrarse.
- B) La comunicación interna y externa deben estar integradas.
- C) La comunicación externa se priorizará sobre la interna.

253. La mayoría de los autores coinciden en que el gabinete de comunicación debe depender directamente del:

- A) Gerente o Responsable de Recursos Humanos.
- B) Departamento de Protocolo.
- C) Máximo responsable de la institución u organización.

254. ¿Cuál es una de las tareas primordiales de un gabinete de comunicación?

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	57/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





- A) Relaciones internacionales.
- B) Comunicación interna.
- C) Estrategias de marketing.

255. ¿Por qué se considera importante la confianza en el manejo y administración de una organización?

- A) Porque la confianza es un aspecto maniqueo en la relación con los stakeholders.
- B) Porque la confianza puede ayudar a crear relaciones sólidas en momentos de crisis económica.
- C) Porque la confianza no siempre puede ayudar a crear relaciones sólidas en momentos de crisis económica.

256. Según las tendencias y el estado de la publicidad y el corporate en España, ¿cuáles son algunas de las actividades principales de un gabinete de comunicación?

- A) Publicidad y ventas.
- B) Comunicación interna y relaciones informativas.
- C) Relaciones internacionales y eventos.

257. ¿Qué funciones se consideran las más importantes para un gabinete de comunicación?

- A) Atraer inversores y mejorar la gestión interna.
- B) Transmitir notoriedad y prestigio.
- C) Generar confianza en los consumidores.


258. ¿Cuál ha sido la principal preocupación histórica de los gabinetes de comunicación?

- A) Marketing digital.
- B) Relaciones con los medios de comunicación.
- C) Investigación de mercado.

259. ¿Qué destacan los teóricos de la comunicación como la máxima filosofía de las relaciones públicas?

- A) Gestión de crisis.
- B) Hacerlo bien y hacerlo saber.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 58/107





C) Análisis de mercado.

260. ¿Cuál es una de las funciones del director de comunicación?

- A) Función de servicio.
- B) Función portavoz.
- C) Función observatorio o prospectiva.

261. ¿La finalidad de los gabinetes de comunicación de los poderes públicos es distinta a la finalidad de los gabinetes de comunicación que existen en las empresas privadas?

- A) Sí. El gabinete de comunicación en las administraciones públicas da cuenta de los actos del poder público a los ciudadanos y en la empresa privada persigue hacer negocio.
- B) No. Tanto las entidades públicas como privadas utilizan sus gabinetes de comunicación para vender productos.
- C) No. Todos los gabinetes de comunicación independientemente de la organización a la que pertenezcan tienen la misma finalidad.


262. ¿Qué establece la Ley de Cabildos Insulares con respecto a la publicidad de las normas de éstos?

- A) Las normas reglamentarias de los cabildos insulares se publicarán única e íntegramente en el boletín oficial de la provincia que corresponda.
- B) Las normas reglamentarias de los cabildos insulares se publicarán íntegramente en el boletín oficial de la provincia que corresponda y en el «Boletín Oficial de Canarias». A efectos de su entrada en vigor regirá la fecha de su publicación en el «Boletín Oficial de Canarias».
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.

263. ¿Cuál es el principio general establecido en la Ley de Cabildos Insulares para regular la información y transparencia?

- A) El funcionamiento y la gestión de los cabildos insulares se desarrollarán conforme a los principios de transparencia y publicidad, facilitando la información en los términos que se prevé en esta ley y en la legislación reguladora de los distintos sectores de la acción pública en los que tengan competencia, con las excepciones previstas legalmente.
- B) El funcionamiento y la gestión de los cabildos insulares se desarrollarán conforme a los principios de transparencia y publicidad, facilitando la información en los términos que se prevé únicamente en la legislación

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 59/107





reguladora de los distintos sectores de la acción pública en los que tengan competencia, con las excepciones previstas legalmente.
C) Ni la A) ni la B) son correctas.

264. ¿En qué artículo de la Ley de Cabildos Insulares se recoge la obligación de publicar los gastos realizados en campañas de publicidad institucional?

- A) Artículo 108.B. g)
- B) Artículo 108.B. h)
- C) Artículo 108.B. i)

265. ¿En qué artículo de la Ley de Cabildos Insulares se recoge la obligación de publicar los gastos realizados en concepto de patrocinio?

- A) Artículo 108.B. g)
- B) Artículo 108.B. h)
- C) Artículo 108.B. i)

266. ¿Qué importancia tiene el estado de las infraestructuras y equipos tecnológicos en el contexto de la transición hacia las nuevas tecnologías?

- A) Es crucial, ya que la adaptación tecnológica se da de forma espontánea.
- B) Es crucial para poder aplicar los cambios que demanda la organización.
- C) No tiene influencia crucial en el proceso de adaptación tecnológica de una organización.


267. ¿Es obligada la publicación actualizada de la trayectoria profesional y datos de contacto de los miembros electos de la corporación insular?

- A) No.
- B) Sí.
- C) Sólo la del presidente.

268. De los elementos que se deben publicar de forma actualizada relativos al personal de libre nombramiento de los cabildos insulares, ¿cuál no se exige para el personal de confianza o asesoramiento y sí para personas titulares de órganos superiores y directivos de la corporación?

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDIX2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDIX2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 60/107





- A) Identificación y nombramiento o, en su caso, régimen del contrato laboral.
B) Actividades para las que se le ha concedido la compatibilidad.
C) Formación y trayectoria profesional.

269. ¿En qué artículo de la Ley de Cabildos Insulares se recoge el derecho de acceso a la información pública?

- A) Artículo 95.
B) Artículo 96.
C) Artículo 97.

270. ¿Están obligados los cabildos insulares a habilitar diferentes medios para facilitar el ejercicio del derecho de acceso a la información pública y proporcionar información para garantizar el acceso a todas las personas?

- A) No.
B) Sí, con independencia del lugar de residencia, formación, recursos, circunstancias personales o condición o situación social.
C) Sí, pero sólo a aquellas personas que acrediten ser profesionales de la información.


271. De conformidad con la Ley de Cabildos Insulares, ¿quién tiene la competencia para la resolución de las solicitudes de acceso a la información en los cabildos insulares?

- A) El presidente del cabildo insular, pero podrá delegarla en los órganos administrativos superiores y directivos de la corporación insular.
B) Los órganos administrativos superiores y los consejeros de la corporación insular.
C) El consejero insular designado acorde a la solicitud presentada.

272. ¿Cómo se llama la técnica que consiste en facilitar una información a los medios de comunicación con el compromiso de que no se difunda hasta la fecha y hora en que esté autorizada su publicación?

- A) Consigna.
B) Comunicado pactado.
C) Embargo.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 61/107





273. El comunicado de prensa en una institución sirve para:

- A) Enviar a los medios información de interés sobre hechos concretos, incluyendo en muchos casos el posicionamiento de la institución.
- B) Convocar a los medios a una rueda de prensa
- C) Enviar a los medios la agenda de eventos.

274. Un rasgo que diferencia a los gabinetes de comunicación frente a los gabinetes de prensa:

- A) Atender a medios y organizar ruedas de prensa.
- B) Gestor y promotor de cultura corporativa.
- C) Cubrir noticias y eventos que se producen en el ámbito de la institución.

275. ¿Qué empresas proporcionan herramientas para elaborar un dossier de prensa?

- A) The Conversation, Hootsuite, Kantar Media.
- B) Kantar Media, Seguimedia, My News
- C) Eureka Alert!, Seguimedia, Hootsuite.

276. ¿Quién gestiona las acreditaciones de un evento informativo?

- A) La oficina de prensa.
- B) Los medios de comunicación.
- C) Los periodistas.


277. ¿La convocatoria de una rueda de prensa o declaración institucional implica que los periodistas que acuden a cubrirlas hacen preguntas?

- A) Sí.
- B) No.
- C) La convocatoria de rueda de prensa implica que se abrirá un turno de preguntas para los periodistas, no así la declaración institucional.

278. ¿Quién elabora el dossier de prensa del acto que se entrega a los periodistas?

- a) La Dirección de Comunicación.
- b) La Secretaría de Dirección.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 62/107





c) El medio acreditado facilita a sus periodistas toda la información que precisan.

279. ¿Qué son los resúmenes de prensa, desde el punto de vista de la acción informativa de una empresa?

- A) Es una acción propia de la comunicación externa con la que se informa al personal de la institución.
- B) Es una acción de comunicación interna con la que se informa al personal de la institución de lo publicado.
- C) Es un producto con información de la empresa que se elabora para difundirlo a los medios.

280. ¿Cuál de los siguientes conceptos es una herramienta de trabajo para los profesionales de los medios, así como para todas aquellas personas que, desde las Administraciones Públicas o cualquier ámbito empresarial, precisan relacionarse con ellos para el desempeño de su labor?

- A) El servicio de prensa.
- B) La agenda de la comunicación.
- C) El anuario de la prensa.

281. ¿Cuál de los siguientes conceptos corresponde a una selección de noticias elaboradas por alguien que sigue un determinado criterio?

- A) Dossier informativo.
- B) Dossier de prensa.
- C) *News Clip*.

282. Una noticia especialmente negativa de un alto cargo debe:

- A) No incluirse en el informe de medios para no darle más publicidad.
- B) Incluirse, pero solo el recorte de un medio y sin hacer mención a la fase de análisis.
- C) Incluirse dándole la importancia necesaria tanto en la fase de selección de noticias como en la de análisis para que los responsables vean la dimensión del problema.

283. ¿Cuál no es una función de los gabinetes de comunicación de las administraciones públicas?

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 63/107





- A) La información a medios sobre la actividad del gobierno y de la administración.
- B) El asesoramiento al Gobierno en materia de medios de comunicación.
- C) La resolución de expedientes sancionadores por incumplimiento de la legislación vigente en materia de publicidad por parte de los ciudadanos.

284. En la elaboración del dossier de medios, ¿cómo están recogidos los derechos de autor?

- A) La elaboración del dossier nunca genera derechos de autor.
- B) Cuando su reproducción se realice con fines comerciales el autor tendrá derecho a remuneración.
- C) Los autores no tienen derecho a autorizar la inclusión de sus artículos.

285. ¿Qué estilo dice D. Treadwell que debe imperar en una nota de prensa?

- A) Corporativo.
- B) Periodístico.
- C) Creativo.

286. ¿Cómo describen las últimas tendencias en comunicación organizacional promovidas por la asociación DIRCOM, el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en la gestión de la comunicación interna de una organización?

- A) Proporcionan la conexión y distanciamiento personalizado entre los departamentos.
- B) Permiten influenciar y personalizar contenidos para los trabajadores en los departamentos.
- C) Limitan la capacidad de las organizaciones para alcanzar objetivos específicos.

287. Según la Ley Orgánica del Régimen Electoral General (LOREG), la campaña electoral es el conjunto de actividades lícitas destinadas a captar sufragios y llevadas a cabo por los siguientes actores:

- A) Candidatos, partidos, federaciones, coaliciones o agrupaciones.
- B) Candidatos, partidos u organizaciones sociales.
- C) Únicamente candidatos o partidos políticos.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 64/107





288. Según el Estudio Europeo de Comunicación 2023 sobre los desafíos del Big Data en la comunicación corporativa, ¿cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor uno de los problemas principales al implementar este enfoque en las estrategias de comunicación?

- A) La falta de accesibilidad a los datos sobre personas y estructuras.
- B) La existencia de tecnología ética para procesar los datos sobre personas y estructuras.
- C) La carencia de modelos de proceso definidos basados en TIC, personas y estructuras.

289. Desde la convocatoria de las elecciones y hasta la celebración de las mismas, qué está prohibido:

- A) Realizar cualquier acto de inauguración de obras o servicios públicos o proyectos de éstos, cualquiera que sea la denominación utilizada, salvo que dichas obras o servicios entren en funcionamiento en dicho periodo.
- B) Realizar cualquier acto de inauguración de obras o servicios públicos o proyectos de éstos, cualquiera que sea la denominación utilizada, sin perjuicio de que dichas obras o servicios puedan entrar en funcionamiento en dicho periodo.
- C) Realizar cualquier acto de inauguración de obras o servicios públicos, salvo los proyectos de éstos, sin perjuicio de que dichas obras o servicios puedan entrar en funcionamiento en dicho periodo.

290. Desde la convocatoria de las elecciones y hasta la celebración de las mismas, qué está prohibido:

- A) Cualquier acto organizado o financiado, directa o indirectamente, por los poderes públicos que contenga alusiones a las realizaciones o a los logros obtenidos, o que utilice imágenes o expresiones coincidentes o similares a las utilizadas en sus propias campañas por alguna de las entidades políticas concurrentes a las elecciones.
- B) Cualquier acto organizado o financiado únicamente de forma directa por los poderes públicos que contenga alusiones a las realizaciones o a los logros obtenidos, o que utilice imágenes o expresiones coincidentes o similares a las utilizadas en sus propias campañas por alguna de las entidades políticas concurrentes a las elecciones.
- C) Cualquier acto organizado o financiado, directa o indirectamente, por los poderes públicos sólo en el caso de que utilice imágenes o expresiones coincidentes o similares a las utilizadas en sus propias campañas por alguna de las entidades políticas concurrentes a las elecciones.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2uqWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2uqWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	65/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





291. ¿Cuál de las siguientes opciones es una característica correcta del discurso de odio?

- A) El discurso de odio a menudo involucra lenguaje que menosprecia, deshumaniza o incita a la violencia contra un grupo en base a atributos como la raza, la religión, el origen étnico, la orientación sexual, la discapacidad o el género.
- B) El discurso de odio puede manifestarse únicamente de forma escrita, incluyendo insultos, chistes ofensivos, incitación a la discriminación e incluso violencia física.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.

292. En España la contratación de espacios de publicidad electoral:

- A) Está permitida en los espacios públicos y en las emisoras de televisión privada.
- B) Está prohibida en los espacios públicos y en las emisoras de televisión privada.
- C) Está prohibida en los espacios públicos pero permitida en las emisoras de televisión privada.

293. En España, los espacios gratuitos de propaganda electoral en las emisoras de televisión y de radio de titularidad pública:

- A) Se hará atendiendo a la antigüedad de cada candidatura.
- B) Se hará atendiendo al número de votos en las anteriores elecciones equivalentes.
- C) Será igual para cada candidatura.

294. ¿Por qué motivos se destaca en los organismos internacionales la importancia de los medios de comunicación en los procesos electorales?

- A) Para garantizar el derecho de los votantes, el de los partidos políticos y candidatos y el de los medios de ejercer su labor con libertad.
- B) Únicamente para garantizar el derecho de los votantes y, el de los partidos políticos y candidatos.
- C) Únicamente para garantizar el derecho de los votantes.

295. Según los organismos internacionales, qué sucede al participar en un proceso electoral al mismo tiempo que se ocupa una posición de gobierno:

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDIX2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDIX2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	66/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





- A) No se produce ningún conflicto.
B) Se puede generar un conflicto entre el derecho de acceso de todos los candidatos y la libertad y obligación de los medios de cubrir las actividades gubernamentales pero no en el tratamiento equitativo a los candidatos.
C) Se puede generar un conflicto entre el derecho de acceso de todos los candidatos y la libertad y obligación de los medios de cubrir las actividades gubernamentales y también el tratamiento equitativo a los candidatos.

296. ¿Qué frase no es correcta con respecto al espacio de libre disposición de los partidos en los medios de comunicación públicos?

- A) No hay mediación periodística ni control editorial del mensaje presentado por partidos o candidatos.
B) Se les ofrece a los partidos y candidatos un espacio gratuito y los costes los asume el estado.
C) Hay mediación periodista y control editorial del mensaje presentado por partidos o candidatos.

297. Según la legislación estatal, ¿se pueden promover o contratar campañas institucionales de publicidad y comunicación para informar de medidas de orden y seguridad públicas?

- A) Sí.
B) No.
C) Sólo si afectan a una pluralidad de destinatarios.


298. Según la legislación estatal, ¿se pueden promover o contratar campañas institucionales de publicidad y comunicación para difundir ofertas de empleo público?

- A) Sí.
B) No.
C) Sólo si su importancia e interés así lo aconsejen.

299. Según la legislación estatal en materia publicitaria, ¿se pueden promover o contratar campañas institucionales de publicidad y comunicación para difundir ofertas de empleo privado?

- A) Sí, siempre.
B) No.
C) Sólo si su importancia e interés así lo aconsejen.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 67/107





300. Según la legislación estatal en materia publicitaria, ¿se pueden promover o contratar campañas institucionales de publicidad y comunicación para difundir el contenido de disposiciones jurídicas?

- A) Sí, siempre.
- B) No, nunca.
- C) Sólo si, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general.

301. Según la legislación estatal en materia publicitaria, ¿se pueden promover o contratar campañas institucionales de publicidad y comunicación para destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados por la Administración General del Estado y las demás entidades del sector público estatal?

- A) Sí, siempre.
- B) No, nunca.
- C) Sólo si, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general.

302. Según la legislación estatal, ¿se pueden promover o contratar campañas institucionales de publicidad y comunicación para apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras?

- A) Sí, siempre.
- B) No, nunca.
- C) Sí, para apoyar los sectores económicos españoles en el exterior y promover la comercialización de productos españoles, pero no para atraer inversiones extranjeras.

303. ¿Las televisiones privadas deben respetar durante el periodo electoral los principios de proporcionalidad y neutralidad informativa en los debates electorales?

- A) Sí, debe respetar el pluralismo político y social, así como la igualdad, proporcionalidad y neutralidad informativa.
- B) No.
- C) La Junta Electoral determinará los términos en que estos requisitos deben llevarse a cabo.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 68/107





304. ¿Cuál de las siguientes herramientas pertenece a la comunicación interna?

- A) Encuestas de satisfacción a medios de comunicación.
- B) Buzón de sugerencias.
- C) Manuel de proveedores.

305. ¿Por qué se ha convertido la comunicación interna en una disciplina de gestión empresarial?

- A) Para promover la cultura de la empresa entre los empleados con proveedores.
- B) Para mejorar las relaciones con los consumidores y proveedores del entorno.
- C) Para garantizar la comprensión y el desarrollo de la organización en su conjunto.

306. ¿Qué tipo de relaciones se establecen en la comunicación interna de una organización?

- A) Relaciones comerciales y de consumo.
- B) Relaciones de convivencia, profesionales e identidad.
- C) Relaciones estrictamente profesionales y comerciales.


307. RENFE fue la primera entidad que creó su propio departamento de relaciones públicas. ¿En qué año lo hizo?

- A) 1950.
- B) 1963.
- C) 1971.

308. ¿Qué es la seguridad TIC?

- A) El conjunto de medidas que garantizan la protección de la información y las personas que hacen uso de ella.
- B) El conjunto de estrategias que evita el acceso no autorizado a activos organizativos, como computadoras, redes y datos.
- C) El conjunto de normas que regulan el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	69/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





309. ¿Qué tipo de amenaza se produce cuando un adulto se hace pasar por un menor para ganarse la confianza de otro y obtener información personal?

- A) *Cyberbullying.*
- B) *Grooming.*
- C) *Sexting.*

310. ¿Qué tipo de malware se encarga de cifrar los archivos del usuario y pedir un rescate para recuperarlos?

- A) *Ransomware.*
- B) *Spyware.*
- C) *Adware.*

311. ¿Qué tipo de seguridad TIC se encarga de proteger los datos de las organizaciones de aquellos ataques procedentes de internet?

- A) Seguridad de red.
- B) Seguridad lógica.
- C) Ciberseguridad.

312. ¿Qué tipo de ataque consiste en enviar correos electrónicos falsos que suplantán la identidad de una entidad legítima para obtener información sensible del usuario?

- A) *Spam.*
- B) *Phishing.*
- C) *Spoofing.*

313. ¿Qué tipo de cifrado utiliza la misma clave para cifrar y descifrar la información?

- A) Cifrado asimétrico.
- B) Cifrado simétrico.
- C) Cifrado de clave pública.

314. ¿Qué tipo de protocolo se utiliza para garantizar la seguridad de las comunicaciones en internet mediante el uso de certificados digitales?

- A) HTTP.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 70/107





-
- B) HTTPS.
C) FTP.

315. ¿Qué tipo de herramienta se utiliza para detectar y eliminar software malicioso en un sistema informático?

- A) Firewall.
B) Antivirus.
C) VPN.

316. ¿Qué tipo de medida de seguridad consiste en controlar quién puede acceder a qué recursos y con qué permisos?

- A) Autenticación.
B) Autorización.
C) Auditoría.

317. ¿Qué tipo de medida de seguridad consiste en verificar la identidad de un usuario mediante el uso de credenciales, como un nombre de usuario y una contraseña?

- A) Autenticación.
B) Autorización.
C) Anonimización.

318. ¿Qué tipo de ataque consiste en crear una página web falsa que imita a una legítima para engañar a los usuarios y obtener sus datos personales o bancarios?

- A) Spam.
B) Phishing.
C) Pharming.

319. ¿Qué tipo de técnica se utiliza para verificar la autenticidad e integridad de un documento o mensaje digital mediante el uso de una clave privada y una clave pública?

- A) Esteganografía.
B) Criptografía.
C) Firma digital.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 71/107





320. ¿Qué tipo de herramienta se utiliza para ocultar la dirección IP real de un usuario y hacer que parezca que se conecta desde otro lugar del mundo?

- A) Firewall.
- B) VPN.
- C) Proxy.

321. ¿Qué tipo de ataque consiste en enviar mensajes no solicitados y masivos a través de correo electrónico, redes sociales u otros medios digitales con fines publicitarios, fraudulentos o maliciosos?

- A) Spam.
- B) Phishing.
- C) Spoofing.

322. ¿Qué tipo de técnica se utiliza para proteger la información sensible de un usuario al generar contraseñas aleatorias y seguras que se almacenan en una base de datos cifrada?

- A) Esteganografía.
- B) Criptografía.
- C) Gestor de contraseñas.

323. ¿Qué tipo de medida de seguridad consiste en crear y mantener una copia de seguridad de los datos que se publican en las redes sociales para evitar su pérdida o alteración en caso de un ataque o un error?

- A) Backup.
- B) Firewall.
- C) Antivirus.

324. ¿Qué tipo de riesgo se produce cuando se publica información confidencial o sensible de la organización en las redes sociales, ya sea de forma intencionada o accidental, y se pone en peligro su reputación o su ventaja competitiva?

- A) Fuga de información.
- B) Suplantación de identidad.
- C) Ciberacoso.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	72/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





325. ¿Qué tipo de herramienta se utiliza para monitorizar la actividad de las organizaciones en las redes sociales y detectar posibles comentarios negativos, críticas, quejas o amenazas que puedan afectar a su imagen o a su seguridad?

- A) *Firewall.*
- B) *Antivirus.*
- C) *Social listening.*

326. ¿Qué tipo de vulnerabilidad se produce cuando se utiliza la misma contraseña para acceder a diferentes redes sociales o se elige una contraseña débil o fácil de adivinar?

- A) *Desbordamiento de búfer.*
- B) *Robo de credenciales.*
- C) *Cross-site scripting (XSS).*

327. ¿Qué tipo de técnica se utiliza para generar contenido de valor para la audiencia de la organización en las redes sociales y atraer su atención e interés hacia los productos o servicios que ofrece?

- A) *Esteganografía.*
- B) *Criptografía.*
- C) *Marketing de contenidos.*


328. ¿Qué tipo de protocolo se utiliza para verificar la identidad de la empresa en las redes sociales y aumentar su credibilidad y confianza entre los usuarios?

- A) *HTTP.*
- B) *HTTPS.*
- C) *Verificación de cuenta.*

329. ¿Qué tipo de ataque consiste en crear una cuenta falsa que imita a la de la empresa en las redes sociales y engañar a los usuarios para que la sigan, interactúen con ella o le proporcionen información personal o financiera?

- A) *Spam.*
- B) *Phishing.*
- C) *Spoofing.*

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 73/107





330. ¿Qué tipo de herramienta se utiliza para proteger la conexión a internet de la organización y evitar que terceros puedan interceptar, modificar o robar los datos que se envían o reciben desde las redes sociales?

- A) Firewall.
- B) Antivirus.
- C) VPN.

331. ¿Qué tipo de medida de seguridad consiste en establecer una política de uso de las redes sociales para la organización y sus empleados, donde se definan las normas, los objetivos, las responsabilidades y las buenas prácticas a seguir?

- A) Planificación.
- B) Autorización.
- C) Auditoría.

332. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es cierta acerca de la identificación de públicos en la comunicación?

- A) La identificación de públicos es una etapa opcional en la comunicación.
- B) La identificación de públicos implica determinar quiénes son los receptores potenciales de los mensajes.
- C) La identificación de públicos se realiza después de la adaptación de mensajes.

333. ¿Qué se entiende por segmentación del público objetivo en estrategias de comunicación?

- A) Dividir a la audiencia en grupos homogéneos con características y necesidades similares.
- B) Mostrar un mensaje idéntico a todos los públicos sin importar sus diferencias.
- C) Dividir a la audiencia en grupos no considerando las preferencias del público en la comunicación.

334. Cuando se habla de adaptación al público en la comunicación, ¿qué se debe tener en cuenta?

- A) Ignorar las diferencias culturales y contextuales.
- B) Adecuar el mensaje utilizando un enfoque genérico para llegar a la audiencia.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 74/107





C) Adecuar el mensaje y el canal de comunicación a las características y necesidades del público.

335. ¿Por qué es importante adaptar los mensajes y canales de comunicación al público objetivo?

- A) Porque simplifica el proceso de comunicación y reduce costos.
- B) Porque maximiza la efectividad de la comunicación al satisfacer las necesidades específicas del público.
- C) Porque permite comunicar solo con un público homogéneo, excluyendo a otros.

336. ¿Cuál de las siguientes acciones refleja una estrategia de adaptación al público en redes sociales?

- A) Publicar el mismo mensaje en todas las plataformas sin considerar las diferencias entre ellas.
- B) Personalizar los contenidos y el tono de los mensajes de acuerdo con la plataforma y el público presente en cada una.
- C) Personalizar los contenidos y el tono utilizando un lenguaje técnico y jerga específica en todas las publicaciones, independientemente del público.

337. ¿Cuál de los siguientes criterios de segmentación de los públicos se basa en variables como ubicación, clima y densidad de población?

- A) Criterio sociodemográfico.
- B) Criterio geográfico.
- C) Criterio psicográfico.

338. ¿Qué tipo de criterio se utiliza para segmentar el público en función de variables como edad, género, nivel de educación e ingresos?


- A) Criterio geográfico.
- B) Criterio sociodemográfico.
- C) Criterio comportamental.

339. ¿En qué criterio de segmentación se consideran factores como valores, estilos de vida y personalidad?

- A) Criterio psicográfico.

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 75/107





-
- B) Criterio geográfico.
 - C) Criterio sociodemográfico.

340. ¿Qué criterio de segmentación se enfoca en el comportamiento del consumidor, como la lealtad a la marca, la frecuencia de compra y la búsqueda de beneficios específicos?

- A) Criterio sociodemográfico.
- B) Criterio geográfico.
- C) Criterio comportamental.

341. Si una organización decide segmentar su público objetivo en función de la frecuencia de uso de sus servicios, ¿qué criterio de segmentación está utilizando?

- A) Criterio psicográfico.
- B) Criterio geográfico.
- C) Criterio comportamental.

342. ¿Quién teorizó primero sobre la propaganda?

- A) Edward S. Herman.
- B) Edward Bernays.
- C) Harold D. Lasswell.


343. ¿Cuál de las siguientes opciones es un filtro en el modelo de propaganda de Edward S. Herman y Noam Chomsky?

- A) Publicidad: los medios de comunicación dependen en gran medida de la publicidad como fuente principal de ingresos.
- B) Optimización del motor de búsqueda: los medios utilizan técnicas específicas para mejorar su visibilidad en los resultados de búsqueda en línea.
- C) Uso de redes sociales: los medios utilizan plataformas de redes sociales para aumentar su alcance y visibilidad.

344. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es una aportación de Herman al papel de los periodistas en la propaganda?

- A) Si los estándares profesionales fueran fuertes y relevantes el Modelo de Propaganda se demostraría falso.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 76/107





- B) El estándar de objetividad periodística evita que los profesionales dependan de fuentes del *establishment*.
C) Ni la A) ni la B) son correctas.

345. ¿Qué se entiende por el filtro *flak* del Modelo de Propaganda de Herman y Chomsky?

- A) Una herramienta democrática que permite a la gente juzgar y tomar decisiones por sí mismas.
B) Un instrumento de marketing que impone unas presiones comerciales al consumidor supuestamente libre y formado .
C) Crítica negativa que el medio recibe por parte de los actores poderosos por publicar noticias perjudiciales a sus intereses.

346. Desde una perspectiva académica ¿se ha planteado la influencia de la industria de las relaciones públicas y la tecnología como nuevos filtros al Modelo de Propaganda?

- A) Sí, ambos conceptos.
B) No, ninguno.
C) Sólo la industria de las relaciones públicas.

347. ¿A qué principio de la comunicación publicitaria se vincula el 'benchmarking'?

- A) Al análisis de la competencia.
B) Al conocimiento de los públicos.
C) A la planificación.

348. ¿En qué año se promulgó el Real Decreto Ley que obligaba a las grandes empresas a reportar y publicar sus memorias de sostenibilidad?

- A) 2018.
B) 2020.
C) 2015.

349. ¿Cómo se denomina la cifra -habitualmente expresada en porcentajes- en la que un medio es visto u oído por el público en un tiempo determinado?

- A) Perfil de audiencia.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 77/107





-
- B) Penetración o alcance del medio.
C) Audiencia acumulada.

350. ¿Qué medida de evaluación de planes de medios indica el porcentaje de personas del 'target' impactadas al menos una vez por una campaña en un periodo de tiempo determinado?

- A) *Reach*.
B) Cobertura.
C) *Rating*.

351. ¿Cómo se denominan las páginas de destino de las campañas que permiten a los usuarios centrarse en el contenido promocional?

- A) *Goal pages*.
B) *Front pages*.
C) *Landing pages*.

352. ¿Cuál es el concepto fundamental que sustenta el marketing, según Philip Kotler?

- A) Los deseos del cliente.
B) Las demandas del cliente.
C) Las necesidades humanas.


353. Desde la perspectiva del marketing, ¿qué caracteriza a los deseos, según Philip Kotler?

- A) Son independientes de la cultura y la personalidad.
B) Son moldeados por la cultura y la personalidad.
C) Son idénticos en todas las sociedades.

354. ¿Cuándo se convierten las necesidades humanas en demandas, según Philip Kotler?

- A) Cuando están respaldadas por el poder de compra.
B) Cuando se comunican a las compañías.
C) Cuando se identifican como necesidades sociales.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 78/107





355. ¿Qué estrategias utilizan algunas instituciones o empresas para entender mejor a sus personas usuarias?

- A) Reducir la interacción con las personas usuarias.
- B) Realizar investigación de las personas usuarias y analizar datos.
- C) No prestar atención a las opiniones de las personas usuarias.

356. ¿En qué sentido se entiende el marketing en la actualidad?

- A) En el sentido de ventas directas y publicidad.
- B) En el sentido de satisfacer las necesidades del cliente.
- C) En el sentido de maximizar beneficios económicos.

357. ¿Cuál es el objetivo último del marketing?

- A) Aumentar las ventas a toda costa.
- B) Lograr que las ventas sean innecesarias.
- C) Impulsar la publicidad para incrementar la demanda.

358. ¿Qué se entiende por "mezcla de marketing"?

- A) Una combinación de ventas y publicidad para beneficio colectivo.
- B) Un conjunto de herramientas para satisfacer las necesidades del cliente.
- C) Un enfoque exclusivo en las relaciones con los clientes.

359. ¿Cuál es uno de los principales factores que están cambiando el rostro de las comunicaciones de marketing?

- A) El cambio de paradigma de la televisión tradicional.
- B) El aumento de la publicidad impresa.
- C) El cambio en el comportamiento y las capacidades de los consumidores.

360. ¿Qué herramientas de comunicación están perdiendo dominio en el campo del marketing debido a los avances tecnológicos?

- A) Redes sociales y medios no convencionales.
- B) Televisión y otros medios convencionales.
- C) Publicidad impresa y otros medios no convencionales.

361. ¿Por qué es crucial la integración de los diversos canales de comunicación en el marketing actual?

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Url De Verificación		https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D
Normativa	Página	79/107





-
- A) Para impactar a los consumidores con mensajes variados.
 - B) Para no posicionarse en la mente del consumidor.
 - C) Para transmitir un mensaje coherente y consistente a los consumidores.

362. ¿Cuáles son las estrategias básicas del marketing?

- A) La segmentación y el posicionamiento.
- B) La investigación de mercados y la comunicación
- C) El diseño de producto formativo y la investigación.

363. La servucción en el marketing público hace referencia a:

- A) La interacción exclusivamente entre el personal y el ciudadano.
- B) El proceso que se lleva a cabo desde que nace la idea del proyecto hasta que se materializa.
- C) El proceso de comunicación de un servicio público a los ciudadanos que lo requieren.

364. ¿A qué concepto se asocia ocupar un espacio en la mente de las audiencias mediante una idea o un concepto que resulte relevante y sencillo de explicar y que no sea de otro competidor?

- A) Posicionamiento.
- B) Targeting.
- C) Segmentación.


365. ¿Qué herramienta se utiliza en comunicación para que las marcas se involucren en aquellos territorios en los que la audiencia tiene volcadas sus pasiones y realicen una aportación de valor sobre ellos?

- A) *Branded content*.
- B) Publicidad.
- D) Patrocinio.

366. La opinión pública es un fenómeno multidimensional:

- A) Porque es un sumatorio de opiniones.
- B) Porque opera un complejo conjunto de procesos activos e interactivos, más que unidireccionales.
- C) Porque su evolución es imprevisible.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 80/107





367. La opinión pública:

- A) Una voluntad general acorporal.
- B) Un constructo estadístico compuesto de elementos de datos individuales.
- C) Una expresión de energía social que integra a los actores individuales en agrupaciones sociales que afectan al gobierno.

368. ¿Con qué otro nombre se conoce la teoría de la aguja hipodérmica?

- A) La teoría de la bala mágica.
- B) La teoría de la influencia personal.
- C) La teoría de los dos pasos.

369. La teoría *agenda setting* fue desarrollada por:

- A) Maxwell McCombs.
- B) Robert McChesney.
- C) Marshall McLuhan.

370. Selecciona el orden cronológico correcto del nacimiento de las siguientes teorías:

- A) La aguja hipodérmica, los efectos limitados, *agenda setting* y espiral del silencio.
- B) La aguja hipodérmica, los efectos limitados, espiral del silencio y *agenda setting*.
- C) La aguja hipodérmica, *agenda setting*, efectos limitados y espiral del silencio.

371. ¿En qué consiste la teoría de espiral del silencio?

- A) Se describe cómo la persona evita expresar su opinión si es diferente a la corriente mayoritaria.
- B) Se describe cómo la persona expresa públicamente su opinión minoritaria.
- C) Se describe cómo se censura la opinión de determinadas personas o colectivos.

372. La principal aportación de la teoría de la espiral del silencio consiste en lo siguiente:

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 81/107





- A) Los actores que disponen de más recursos informativos influyen más en la sociedad.
- B) Los actores con opiniones minoritarias se autocensuran por miedo a quedar aislados.
- C) Los actores menos influyentes no alcanzan una amplia cobertura informativa.

373. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor la teoría del framing?

- A) Es una teoría que sostiene que los medios de comunicación pueden influir en la percepción de la realidad de las personas al resaltar ciertos eventos y darles un contexto particular.
- B) Es una teoría que sostiene que los medios de comunicación no tienen ningún efecto en la percepción de la realidad de las personas.
- C) Es una teoría que sostiene que los medios de comunicación siempre presentan una representación precisa y objetiva de la realidad.

374. ¿Qué concepto explica que los algoritmos de clasificación participan en la personalización pasiva, sin ninguna elección activa de nuestra parte, de un posible resultado de aspectos específicos de cómo se distribuyen las noticias e información en línea?

- A) Cámara de resonancia.
- B) Burbuja de filtros.
- C) Polarización.

375. Existe un consenso académico con respecto al impacto de las cámaras de resonancia que afirma lo siguiente:

- A) Las cámaras de resonancia de los medios de comunicación partidistas son generalmente grandes, mucho más grandes de lo que se supone en el debate público y político.
- B) No hay evidencias que demuestren la existencia de la cámara de resonancia de los medios de comunicación partidistas.
- C) Las cámaras de resonancia de los medios de comunicación partidistas son generalmente pequeñas, mucho más pequeñas de lo que se supone en el debate público y político.

376. Asocia esta frase de Manuel Castells al término que corresponda: "A diferencia de la época de los medios de masas, actualmente es posible comunicarse desde cualquier punto hasta cualquier otro"

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDIX2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDIX2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	82/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





punto, pues los mensajes se envían y se reciben en un sistema multidireccional y sistemáticamente interactivo en el que estamos todos”.

- A) Sociedad red.
- B) Sociedad de la información.
- C) Sociedad digital.

377. ¿Quién ha sido el principal teórico del concepto de espacio público?

- A) Jürgen Habermas.
- B) Harold Lasswell.
- C) Walter Lippman.

378. ¿Qué es el concepto de cultura convergente?

- A) Una teoría que explora cómo la producción y el consumo mediático ha cambiado con la relevancia de la cultura participativa, la inteligencia colectiva y un entorno tecnológico convergente.
- B) Una teoría que explora cómo la producción y el consumo mediático ha cambiado con la relevancia de la cultura tradicional, inteligencia individual y un entorno tecnológico convergente.
- C) Una teoría que explora cómo la producción y el consumo mediático ha cambiado con la relevancia de la cultura participativa, la inteligencia colectiva y un entorno tecnológico divergente.

379. ¿Quién es el autor de la frase de “El medio es el mensaje”?

- A) Marshall McLuhan.
- B) Pierre Bourdieu.
- C) Herbert I. Schiller.

380. ¿Qué es la teoría “News Finds Me”?

- A) Una teoría que sugiere que las noticias encontrarán a los individuos a través de sus redes sociales, por lo que no necesitan buscar activamente noticias.
- B) Una teoría que sugiere que las noticias solo se pueden encontrar buscándolas activamente.
- C) Una teoría que sugiere que las noticias son irrelevantes en la era de las redes sociales.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 83/107





381. Según estudios recientes que repasan toda la investigación académica sobre si los medios de comunicación pueden persuadir políticamente a la ciudadanía, ¿qué es lo correcto?

- A) Se puede descartar la idea de que un actor interesado pueda persuadir a toda la audiencia todo el tiempo.
- B) No se puede descartar la idea de que un actor interesado pueda persuadir a toda la audiencia todo el tiempo.
- C) Sólo los grandes medios de comunicación tienen la capacidad de persuadir a toda la audiencia todo el tiempo

382. ¿Durante qué época se desarrolla la Teoría Hipodérmica sobre los efectos de los medios de comunicación en la sociedad?

- A) Entre comienzos del siglo XX y los años 30.
- B) En el siglo XIX con la aparición de la prensa sensacionalista británica.
- C) Después de la II Guerra Mundial con el auge de la televisión en Estados Unidos.

383. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor la diferencia entre un sondeo y una encuesta?

- A) Un sondeo y una encuesta son exactamente lo mismo, no hay ninguna diferencia entre ellos.
- B) Un sondeo es una recopilación de opiniones o votos, mientras que una encuesta es un examen detallado de las opiniones o experiencias de un grupo de personas a través de preguntas.
- C) Un sondeo se realiza en línea, mientras que una encuesta se realiza en persona.


384. ¿Qué elemento o elementos se tienen en cuenta para comprobar la fiabilidad de los datos obtenidos en una encuesta?

- A) El margen de error y el nivel de confianza.
- B) El tamaño de la muestra.
- C) El carácter representativo de la muestra.

385. ¿Qué plantea Bourdieu en su trabajo sobre la televisión en relación con la medición de audiencias?

- A) Una herramienta democrática que permite a la ciudadanía juzgar y elegir por sí misma.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDIX2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDIX2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	84/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





- B) Un instrumento de marketing que impone unas presiones del mercado sobre un consumidor supuestamente libre y formado.
- C) Una herramienta que no tiene nada que ver con la expresión democrática de la opinión de un colectivo formado.

386. ¿Cuál es la premisa fundamental de la tesis de Noelle-Neumann sobre la opinión pública en su modelo de la Espiral del silencio?

- A) La opinión pública es un mecanismo innato en el ser humano.
- B) La cohesión social y la integración de grupos dependen de la opinión pública.
- C) El proceso de integración social es independiente de la opinión pública.

387. ¿Cuál es el papel del miedo al aislamiento en la formación de la opinión pública, según la tesis de Noelle-Neumann en su modelo de la Espiral del silencio?

- A) Generar una predisposición a la lucha por el prestigio.
- B) Incitar a evitar la enemistad y buscar aceptación.
- C) Eliminar cualquier sentimiento de ostracismo.

388. Según el modelo de la Espiral del Silencio desarrollado por Noelle-Neumann sobre la opinión pública, ¿por qué es importante distinguir entre la lucha por el prestigio y la necesidad de evitar el aislamiento en el análisis de la opinión pública?

- A) Porque ambos aspectos son igualmente relevantes para comprender la dinámica social.
- B) Porque el prestigio está relacionado con la autoridad, mientras que el aislamiento afecta a todos los individuos.
- C) Porque el prestigio es exclusivamente un motivo de los gobernantes, mientras que el aislamiento afecta a toda la comunidad.

389. ¿Cuál es la relación entre la opinión pública y el gobierno, según la perspectiva de Noelle-Neumann en su modelo de la Espiral del Silencio?

- A) El gobierno se basa únicamente en la autoridad, independientemente de la opinión pública.
- B) El gobierno depende en gran medida de la opinión pública para mantener su legitimidad y prestigio.
- C) El gobierno es indiferente a la opinión pública, ya que su autoridad es independiente de esta.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 85/107





390. Según la teoría sobre opinión pública desarrollada por Noelle-Neumann ¿por qué se considera importante para la sociedad observar atentamente los cambios de valores?

- A) Porque los cambios de valores afectan principalmente a los grupos minoritarios.
- B) Porque los cambios de valores pueden amenazar la cohesión social y generar aislamiento.
- C) Porque los cambios de valores son irrelevantes para la estabilidad social.

391. ¿Cuál es el papel que juegan los medios de comunicación en el fortalecimiento de la reputación corporativa?

- A) Los medios de comunicación tienen siempre un papel secundario en la formación de la reputación corporativa.
- B) Los medios de comunicación son fundamentales para generar reconocimiento y diferenciación en el mercado.
- C) Los medios de comunicación no influyen en la reputación corporativa de una organización.

392. ¿Qué factores se consideran esenciales para fortalecer la reputación corporativa en el mercado actual?


- A) La relación testimonial entre lo que se dice y lo que se hace, junto con el compromiso ético.
- B) La pérdida de confianza por parte de los consumidores.
- C) La relación coherente entre lo que se dice y lo que se hace, junto con el compromiso ético.

393. ¿Cómo ha evolucionado la reputación corporativa en los últimos años en diferentes campos?

- A) La reputación corporativa ha perdido su relevancia relativa en todos los campos.
- B) La reputación corporativa ha experimentado una disminución en su relevancia en todos los campos.
- C) La reputación corporativa se ha consolidado como un recurso esencial en todos los campos.

394. ¿Cuál es la importancia de la relación entre organización y cliente en la construcción de la reputación corporativa?

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 86/107





- A) La relación entre organización y cliente es habitualmente relevante para la reputación corporativa.
- B) La relación entre organización y cliente es siempre relevante para alcanzar un alto prestigio en el mercado.
- C) La relación entre organización y cliente solo afecta la fidelización de los clientes internos.

395. ¿Qué papel desempeñan los grupos de interés en la percepción y evaluación de la reputación corporativa en el ámbito de las administraciones públicas?

- A) Los grupos de interés no tienen influencia en la percepción de la reputación corporativa en el ámbito de las administraciones públicas.
- B) Los grupos de interés miden diferentes aspectos relacionados con la calidad de los servicios y la relación administración pública - ciudadanía.
- C) Los grupos de interés miden diferentes aspectos relacionados con la frecuencia de los servicios y la relación administración pública - ciudadanía.

396. ¿Por qué se considera que aspectos como lealtad, ética e innovación son importantes para la reputación corporativa?


- A) Porque estos aspectos influyen parcialmente en la percepción positiva o negativa de los públicos objetivos.
- B) Porque son elementos fundamentales que pueden generar una percepción positiva o negativa en los públicos objetivos.
- C) Porque son aspectos irrelevantes para el desarrollo de una reputación corporativa sólida.

397. ¿Cuál es el papel de los *stakeholders* en la evaluación de la reputación corporativa de una organización?

- A) Los *stakeholders* tienen poca influencia en la evaluación de la reputación corporativa.
- B) Los *stakeholders* pueden aumentar o disminuir el prestigio y reconocimiento de una empresa.
- C) Los *stakeholders* se encargan de la promoción de productos y servicios en redes sociales y su influencia es mínima.

398. ¿Por qué se considera a la reputación corporativa como un recurso valioso e intangible en la actualidad?

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 87/107





- A) Porque la reputación corporativa se ha convertido en un elemento esencial que se adapta a las instituciones.
- B) Porque la reputación corporativa se ha convertido en un elemento tangencial que se adapta a las instituciones.
- C) Porque la reputación corporativa es un aspecto irrelevante en el desarrollo de las organizaciones empresariales.

399. ¿Qué papel desempeñan las redes sociales en la divulgación de la percepción sobre una organización?

- A) Las redes sociales no influyen en la percepción sobre una organización.
- B) Las redes sociales pueden facilitar la divulgación rápida de la percepción positiva o negativa sobre una organización.
- C) Las redes sociales no pueden facilitar la divulgación rápida de la percepción positiva o negativa sobre una organización.

400. En el modelo de Schultz y Hatch para alinear identidad, imagen y reputación, ¿qué tres elementos son la base para desarrollar ese modelo de diagnóstico para una organización?

- A) Misión, visión y valores.
- B) Misión, visión y estrategia.
- C) Visión, cultura e imagen.

401. Entre las cualidades del buen portavoz, O. Serrano destaca una que consiste en "la capacidad de expresar un mensaje, una actitud, un valor, una opinión o una emoción de forma activa (...) una forma de comunicar madura, con la que somos capaces de emitir nuestro mensaje (...) y con la seguridad de que llegará correctamente al receptor del mismo". ¿Qué cualidad es?

- A) Empatía.
- B) Asertividad.
- C) Positividad.

402. Según la legislación estatal en materia de publicidad, ¿qué se considera una campaña institucional de publicidad?

- A) Toda actividad orientada y ordenada a la difusión de un mensaje u objetivo común, dirigida a una pluralidad de destinatarios, que utilice un soporte publicitario pagado o cedido.
- B) La que utiliza formas de comunicación exclusivamente publicitarias.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDIX2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDIX2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 88/107





403. ¿Cuál no es uno de los objetivos para los que se pueden promover o contratar campañas institucionales de publicidad y comunicación?

- A) Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales.
- B) Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.

404. En relación con los principios que deben cumplir las campañas institucionales, señale la respuesta correcta más completa:

- A) Interés general, lealtad institucional, veracidad, transparencia, eficacia, responsabilidad, eficiencia y austeridad en el gasto.
- B) Interés general, veracidad, transparencia, eficacia, responsabilidad, eficiencia y austeridad en el gasto.
- C) Interés general, lealtad institucional, veracidad, transparencia, responsabilidad, eficiencia y austeridad en el gasto.

405. Según la legislación estatal en materia de publicidad ¿qué tipo de campañas institucionales de publicidad y comunicación se pueden promover o contratar?

- A) Aquellas que incluyen mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales.
- B) Aquellas que incitan, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico.
- C) Ni la A) y la B) son correctas.

406. Según la legislación estatal en materia de publicidad ¿qué no está garantizado en las campañas institucionales de publicidad y de comunicación?

- A) El acceso a la información a las personas con discapacidad.
- B) La inclusión de subtítulo, interpretación en lengua de signos y audiodescripción.
- C) Ni la A) ni la B) son correctas.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Página	89/107
Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





407. Según la legislación estatal en materia de publicidad ¿a qué se otorgará preferencia en las campañas institucionales de publicidad y comunicación?

- A) A los soportes que sean más respetuosos con el medio ambiente.
- B) A los soportes que sean más económicos.
- C) A los soportes que sean más populares.

408. Según la legislación estatal, ¿qué está prohibido en los mensajes o la presentación de las campañas institucionales de publicidad y comunicación?

- A) Inducir a confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier formación política u organización social.
- B) Incluir la mención expresa de la Administración o entidad promotora o contratante.
- C) Identificarse claramente como campañas institucionales de publicidad.

409. ¿Qué entidad tiene como finalidad garantizar una comunicación comercial legal, honesta y responsable con el conjunto de la sociedad, con los consumidores y con la propia industria publicitaria?

- A) Autocontrol.
- B) Agencia de control publicitario.
- C) Inspección publicitaria.

410. El tipo de campaña publicitaria de pre lanzamiento que ofrece sólo información fragmentaria y es un anticipo de la campaña principal se denomina:

- A) *Skyrapper*.
- B) *Retargeting*.
- C) *Teaser*.

411. En una campaña de publicidad, el briefing es responsabilidad de:

- A) Diseñador/a gráfico/a.
- B) Creativo/a publicitario/a.
- C) El/la anunciante.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 90/107





412. La publicidad puede definirse como:

- A) Incentivos de corto plazo.
- B) Proceso de comunicación colectivo, impersonal y pagado.
- C) Presentación personal de los servicios o productos.

413. La publicidad que comporte una conducta discriminatoria para la igualdad efectiva de mujeres y hombres se considerará:

- A) Irregular.
- B) Ilícita.
- C) Nula.

414. ¿A qué hace referencia el posicionamiento de la publicidad institucional de un organismo?

- A) A las instrucciones que se dan a la agencia creativa para el desarrollo de una campaña.
- B) A la síntesis competitiva y a cómo quiere ser percibido por los distintos públicos.
- C) A la posición que ocupa la campaña en notoriedad.

415. La codificación del mensaje publicitario hace referencia a:

- A) La transmisión del mensaje por los medios y canales adecuados.
- B) La materialización del eje de comunicación usando imágenes y textos.
- C) La línea argumental del spot publicitario.


416. La publicidad de actos por una empresa o institución tiene la finalidad de:

- A) Dar a conocer las actividades que se llevan a cabo en una institución.
- B) Sondear el conocimiento que se tiene de la actividad de la empresa o institución.
- C) Aglutinar sinergias para los objetivos de la empresa o institución.

417. ¿Cuál es la finalidad de la publicidad institucional de una comunidad autónoma?

- A) Promover entre ciudadanos el consumo responsable y sostenible.
- B) Difundir mensajes de interés público relacionados con los objetivos y actividades del sujeto que lleve a cabo la acción publicitaria.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 91/107





C) Conseguir que la ciudadanía prefiera realizar actividades y consumir en esa comunidad.

418. El *branded content*:

- A) No permite transmitir valores, emociones, formas de pensamiento y elementos de una marca.
- B) Responde al interés de los anunciantes de centrarse en espacios en los que la marca y el producto se integren entre el contenido y, más allá, donde la empresa cree su propio contenido para compartirlo con los usuarios.
- C) Ninguna es correcta.

419. Los prestadores del servicio de comunicación televisiva de cobertura estatal y autonómica deben reservar a obras europeas:

- A) El 21 por ciento del tiempo de emisión anual de su programación.
- B) El 31 por ciento del tiempo de emisión anual de su programación.
- C) El 51 por ciento del tiempo de emisión anual de su programación.

420. Según la legislación vigente en materia de publicidad, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, radiofónico, televisivo o conexo e interactivo pueden emitir mensajes publicitarios:

- A) Durante 10 minutos por cada hora de emisión.
- B) Durante 12 minutos por cada hora de emisión.
- C) Durante 18 minutos por cada hora de emisión.

421. ¿Qué se entiende por publicidad según la Ley General de la Publicidad?

- A) Toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.
- B) Toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, excluyendo servicios, derechos y obligaciones.
- C) Toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial,

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 92/107





artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación únicamente de bienes muebles o inmuebles.

422. Indica en qué franja horaria ha sido mayor el consumo promedio de radio diario en 2021, según el Marco General de los Medios en España 2022:

- A) Mañana (de 6 a 12 horas).
- B) Mediodía (de 12 a 16 horas).
- C) Tarde (de 16 a 20 horas).

423. Según la teoría publicitaria AIDA, los pasos básicos de toda campaña publicitaria tienen como elementos:

- A) Atención-Interés- Deseo -Acción.
- B) Atracción- Información-Dirección-Atención.
- C) Audiencia-Interacción-Definición-Acción

424. ¿A qué principio de la comunicación publicitaria vincula F. Pérez Latre el 'benchmarking'?

- A) Al análisis de la competencia.
- B) Al conocimiento de los públicos.
- C) A la planificación.

425. D. Treadwell señala una serie de aspectos que deben cuidarse para lograr la credibilidad de un mensaje corporativo. ¿Cuáles son?


- A) Precisión, comprensibilidad, vocabulario y gramática.
- B) Precisión, vocabulario, expresividad y espontaneidad.
- C) Precisión, formato, estética y espontaneidad.

426. ¿Cuál es el tiempo máximo que las televisiones privadas pueden emitir anuncios sobre su programación sin que se considere publicidad a efectos de cómputo de tiempo, según la Ley General de la Comunicación Audiovisual?

- A) 4 minutos.
- B) 5 minutos.
- C) 10 minutos.

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 93/107





427. ¿En qué año se promulgó el Real Decreto Ley que obligaba a las grandes empresas a reportar y publicar sus memorias de sostenibilidad?

- A) 2018.
- B) 2020.
- C) 2015.

428. En publicidad, ¿cómo se denominan las muestras de productos que se realizan en plástico, aluminio o papel y que se insertan en las páginas de una publicación?

- A) *Sachettes*.
- B) Mupis.
- C) Encartes.

429. Las crisis en comunicación:

- A) Son siempre inesperadas.
- B) Solo se arreglan con una potente campaña publicitaria.
- C) Pueden prevenirse y resolverse con la aplicación de protocolos previamente diseñados.

430. ¿Es aconsejable que una institución cuente con un manual de crisis?

- A) No, ya que cada crisis es única y hay que aplicar un protocolo distinto.
- B) Sí, y lo primero debe ser designar al portavoz.
- C) Sí, con un manual nos podemos anticipar a cada hipótesis de riesgo, minimizando posibles daños en nuestra imagen.

431. Desde el punto de vista de la gestión, la comunicación:

- A) Cumple un papel operativo, facilita el intercambio de información para el desempeño de la actividad.
- B) Sirve para el favorecimiento de la integración y asentamiento de la cultura operativa.
- C) Es básica para la concreción de los objetivos empresariales y su proyección en el entorno.

432. ¿Cuáles son las primeras medidas para la gestión de una crisis reputacional?

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 94/107





- A) Constitución de un comité de crisis y nombrar portavoz al máximo responsable de la institución.
- B) Nunca adelantarse a los medios. Esperar a ver qué publican para saber cómo defenderse mejor.
- C) Hacer un rápido análisis interno del problema.

433. Las crisis reputacionales son:

- A) Los episodios que menos daño, en menos tiempo, pueden causar a la imagen de una empresa, persona o institución.
- A) Una oportunidad para mejorar nuestra imagen o credibilidad si se aplica un plan de comunicación de crisis y se mantiene en el tiempo.
- B) Episodios que tienen un gran potencial para llamar la atención de los medios de comunicación y la opinión pública en poco tiempo.

434. En todas las crisis reputacionales:

- A) Alguien tiene la culpa y algo está en juego.
- B) Alguien se acaba poniendo en riesgo y alguien se acaba enterando
- C) Alguien se acaba enterando, algo está en juego y alguien tiene la culpa.

435. Elementos comunes en toda crisis reputacionales:

- A) Factor desencadenante y rápida evolución de los acontecimientos.
- B) Razonamiento en juego y atención mediática.
- C) Factor desencadenante y total ausencia de información y confusión.


436. ¿Cuáles son los indicadores que señalan que la crisis reputacional se ha cerrado correctamente?

- A) Cuando la noticia está en todos los medios.
- B) Cuando hay confusión y escasez de tiempo.
- C) Ninguna de las anteriores.

437. Los nuevos formatos del periodismo incluyen:

- A) *Podcast*, redes sociales y reportajes en papel.
- B) Información multimedia, diseño web y empleo de drones.
- C) Multimedia, periodismo de datos y *podcast*.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDIX2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDIX2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 95/107





438. En el mundo posdigital, la identidad de los medios se asienta en:

- A) La tecnología.
- B) Los contenidos.
- C) El marketing digital.

439. En marketing digital, ¿cómo se denomina al porcentaje de visitas en las que sólo se ha visto una página del sitio antes de abandonarlo?

- A) Tasa de rebote.
- B) Tasa de conversión.
- C) Tasa de visitas.

440. En el ámbito del marketing digital, ¿qué es una técnica *black hat*?

- A) Se refiere a las prácticas de pago para lograr un mejor posicionamiento web.
- B) Engloba las prácticas poco éticas a nivel SEO.
- C) Término utilizado para distinguir las técnicas SEO correctas de las técnicas irregulares que aprovechan para conseguir resultados rápidos en el posicionamiento en buscadores.

441. A los nuevos consumidores digitales se les llama:

- A) Nativos digitales.
- B) Prosumidores.
- C) Ciudadanos digitales.

442. ¿Cuál es una característica de la intranet?

- A) Acceso público a la red.
- B) Instalación lenta y costosa.
- C) Acceso restringido a la organización.

443. ¿Qué función tiene el blog interno corporativo en una organización?

- A) Establecer relaciones con usuarios externos.
- B) Publicar contenido para el público externo.
- C) Fomentar la participación de todos los departamentos.

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDIX2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDIX2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 96/107





444. ¿Cuál es una característica de las wikis?

- A) Espacios web estáticos.
- B) Contenido editado solo por administradores.
- C) Páginas editables por cualquier usuario o usuaria.

445. ¿Qué herramienta resulta más útil para el intercambio de comunicación entre miembros de una organización?

- A) Foro digital.
- B) Redes sociales externas.
- C) Aplicaciones móviles.

446. ¿Cómo se describe la utilidad de las redes sociales en el ámbito organizacional?

- A) Fomentar la comunicación jerárquica.
- B) Facilitar la igualdad entre trabajadores.
- C) Restringir la comunicación formal.

447. ¿Qué función se atribuye a las aplicaciones móviles internas?

- A) Facilitar la comunicación segmentada y fragmentada.
- B) Facilitar la comunicación constante y al instante.
- C) Limitar la colaboración entre trabajadores.

448. ¿Qué característica se atribuye a la app WhatsApp en el entorno organizacional?

- A) Propiciar intercambios de opiniones y reuniones laborales.
- B) Acortar la comunicación instantánea de mensajes.
- C) Permitir intercambios rápidos y efectivos de mensajes.

449. ¿Cómo se describe el tipo de comunicación posible gracias a las tecnologías de la información en las organizaciones?

- A) Unidireccional y pausada.
- B) Multidireccional y dinámica.
- C) Limitada por las barreras geográficas.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 97/107





450. ¿Qué función se atribuye a las herramientas tradicionales como el correo electrónico y el buzón de sugerencias en el contexto de la transición tecnológica?

- A) Mantener el control sobre la comunicación interna.
- B) Servir de soporte o puente para implementar nuevas tecnologías.
- C) Limitar la adaptación a nuevas formas de comunicación.

451. ¿Quién hace extensivo el uso de las nuevas tecnologías en el entorno laboral?

- A) Las organizaciones.
- B) Los trabajadores como usuarios activos.
- C) Los y las especialistas en comunicación.

452. ¿Qué preocupa al capital humano de las organizaciones en relación con la transición hacia las herramientas tecnológicas en la comunicación organizacional?

- A) La automatización excesiva de tareas laborales.
- B) El aumento de falta de motivación de los empleados y empleadas.
- C) La necesidad de reducir la interacción social.

453. ¿Cómo ha cambiado el modelo comunicativo en la era digital organizacional?

- A) Se ha vuelto más rígido, rápido y jerárquico.
- B) Todos los trabajadores desempeñan roles de emisor y receptor.
- C) Se ha limitado la participación de los trabajadores en la comunicación.

454. ¿Qué aspecto es destacable en el proceso de interacción entre trabajadores en el entorno digital en comparación con métodos tradicionales de comunicación?

- A) Mayor control de los flujos comunicativos con métodos convencionales.
- B) Imposibilidad de controlar la interacción y los flujos comunicativos.
- C) Mayor interacción que no se puede controlar con métodos convencionales.

455. ¿Qué relación existe entre la adaptación de las organizaciones a las tecnologías de la Información y la comunicación y la

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 98/107





comunicación interna, según las tendencias del Estudio Europeo de la Comunicación 2023?

- A) Las organizaciones deben mantener una comunicación estática para poder adaptarse correctamente a las nuevas tecnologías de la información.
- B) La transformación de la comunicación interna se realiza independientemente de la evolución tecnológica, dado el veloz avance de la tecnología que impide estar al día.
- C) Las tecnologías de la información y comunicación provocan cambios en la forma de comunicarse dentro de una organización.

456. ¿Cuál de las siguientes opciones representa mejor cómo la multiplicidad de fuentes de información digitalizada puede ser utilizada de manera eficiente para comprender y dirigir las estrategias de comunicación en las organizaciones?

- A) Aislándose los datos menos relevantes.
- B) Utilizando únicamente datos de redes sociales.
- C) Integrando datos de diversas fuentes relevantes.

457. ¿En qué medida el uso del Big Data influye en la comprensión de los públicos y en la orientación de las estrategias de comunicación de las organizaciones, considerando la tipología diversa de los datos?

- A) Influye significativamente en la comprensión y orientación.
- B) Tiene un impacto mínimo y significativo en la orientación de estrategias.
- C) No tiene impacto significativo en la comprensión de los públicos.

458. ¿Cuál es el primer paso, según P. Kotler, para planificar una comunicación efectiva?

- A) Desarrollar el mensaje.
- B) Identificar los públicos-objetivo.
- C) Elegir los canales.

459. Joep Cornelisen establece tres modelos de comunicación entre las organizaciones y sus públicos. Indique cuál de las siguientes es la clasificación correcta:

- A) Informativa, presionante y publicitaria.
- B) Informativa, persuasiva y de diálogo.
- C) Informativa, negociadora y presionante.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDiX2uqWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDiX2uqWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 99/107





460. Los nuevos formatos del periodismo incluyen:

- A) *Podcast*, redes sociales y reportajes en papel.
- B) Información multimedia, diseño web y empleo de drones.
- C) Periodismo de datos, diseño web y reportajes audiovisuales.

461. Existen más de 170 millones de blogs en todo el mundo. Respecto de la figura del bloguero, indica qué afirmación es la correcta:

- A) Aparece en 1985 con la creación de *My Space*.
- B) Se le otorga una gran credibilidad, valorada por su independencia.
- C) No aporta en sus posts una opinión personal o crítica.

462. ¿Para qué se utilizan los *open data* en la Administración?

- A) Para garantizar que las administraciones conocen todos los datos de los ciudadanos.
- B) Para facilitar datos a los medios de comunicación que lo soliciten.
- C) Para favorecer la labor administrativa de publicidad activa y transparencia.

463 ¿Cuál está considerada la primera experiencia digital de Big Data?

- A) El lector de tarjetas fue ideado por Herman Hollerit en 1887.
- B) Los primeros procesadores de IBM.
- C) La creación de *Collosus* en 1943 en el Reino Unido, la primera máquina procesadora de datos para descifrar códigos nazis en la II Guerra Mundial.

464. Según la reciente investigación académica, qué perfil tienen los primeros usuarios de la inteligencia artificial (IA) en el campo de la comunicación

- A) Mujeres, mediana edad y con una actitud favorable hacia la IA.
- B) Mujeres, jóvenes y con una actitud favorable hacia la IA.
- C) Hombres, jóvenes y con una actitud favorable hacia la IA.

465. Indique la técnica de desarrollo web que sirve para mostrar a distintos tipos de usuario un mismo contenido adaptado a su dispositivo:

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 100/107





-
- A) *Whole Web Design.*
 - B) *Web Hub Design.*
 - C) *Responsive Web Design.*

466. ¿A qué herramienta o técnica se refiere la creación de diferentes piezas de una historia en distintas plataformas e invitar a los usuarios a que las consuman y a que participen en su desarrollo?

- A) *Storytelling.*
- B) *Narrativa transmedia.*
- C) *Branded content.*

467. ¿Cuál de los siguientes formatos corresponde a un formato contenedor de audio y video digital?

- A) Mp4.
- B) Mp3.
- C) WMA.

468. ¿Qué indica la extensión de un archivo de vídeo?

- A) La duración del vídeo.
- B) El tipo de archivo y con ello el códec que lo puede procesar.
- C) El tamaño del archivo.


469. ¿Cuál es la principal actitud que manifiestan los jóvenes ante el pago por el acceso a las noticias, según distintos informes del Reuters Institute?

- A) Las noticias deberían ser más baratas.
- B) Las noticias deberían proporcionarse a través de una suscripción mensual.
- C) Las noticias deberían ser gratuitas, son un derecho fundamental.

470. Según el informe de Reuters Institute de 2023, en las principales vías de acceso a las noticias online:

- A) Gana relevancia el acceso directo a los sitios web y las aplicaciones.
- B) Pierde relevancia el acceso directo a los sitios web y las aplicaciones de forma relativa.
- C) La preferencia por las redes extiende su ventaja sobre el acceso directo.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 101/107





471. ¿A qué hace referencia el 'naming' cuando hablamos de identificar los signos de una marca?

- A) Al diseño de la marca.
- B) A los clientes de la marca.
- C) A la denominación de la marca.

472. ¿En qué red social se puede aprovechar en mayor medida el potencial de comunicación de los 'hashtags'?

- A) Twitter.
- B) Facebook.
- C) YouTube.

473. ¿Qué solución permite organizar los vídeos en YouTube bajo diferentes temáticas o categorías?

- A) Las tarjetas o *cards*.
- B) Las listas de reproducción.
- C) Las miniaturas.

474. ¿Qué es HootSuite?

- A) Un servicio avanzado para usuarios del correo electrónico de Microsoft.
- B) Un lector de fuentes tipográficas.
- C) Una plataforma de gestión de redes sociales.

475. ¿Cuáles son herramientas gratuitas de gestión de redes sociales?

- A) Hootsuite. Buffer, TweetDeck, Metricool.
- B) SEMRush. Recurpost. Later
- C) Hootsuite. TweetDeck. SEMRush. Bitly. Later

476. ¿Qué evento marcó el surgimiento de las redes sociales?

- A) La creación de Facebook.
- B) La irrupción y crecimiento exponencial de la Web 2.0.
- C) La popularización de YouTube.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 102/107





477. ¿En qué etapa de la evolución de las redes sociales nos encontramos actualmente?

- A) Era de las relaciones sociales.
- B) Era de la funcionalidad social.
- C) Era del contexto social.

478. ¿Qué red social se basa en el *microblogging* y permite enviar mensajes breves llamados "tweets"?

- A) Facebook.
- B) Twitter.
- C) LinkedIn.

479. ¿A qué se le llama "seguir" en Twitter?

- A) Suscribirse a los tweets de otros usuarios.
- B) Publicar un nuevo *tweet*.
- C) Dejar de usar Twitter.

480. ¿Qué red social se centra en conectar a profesionales de diferentes sectores?

- A) Facebook.
- B) Twitter.
- C) LinkedIn.

481. ¿Cuál de las siguientes no se considera una red social, pero desempeña un papel importante en la mayoría de ellas?

- A) Facebook.
- B) Twitter.
- C) YouTube.

482. ¿Cuál es una característica común de los *blogs* o bitácoras?

- A) Permiten publicar videos.
- B) Actualizaciones periódicas de contenidos.
- C) Son parte de las redes sociales.

483. El *community manager*:

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 103/107





- A) Es el profesional que gestiona la reputación online, posiciona a la organización en el espacio virtual, conversa con la audiencia y crea contenidos para compartirlos.
- B) Es el encargado de diseñar la estrategia comercial online de una corporación.
- C) Es el profesional que sube contenidos *offline* a la red.

484. Objetivo principal de las redes sociales de las Administraciones Públicas:

- A) Son un instrumento de trabajo cuyo objetivo es apoyar los criterios de transparencia en el desarrollo de su labor.
- B) Su objetivo es crear estados de opinión.
- C) Su objetivo es canalizar la publicidad institucional hacia públicos concretos.

485. Indica cuál de las siguientes afirmaciones sobre comunicación digital es correcta:

- A) El efecto burbuja es un universo de información común a los usuarios de internet que facilita encontrar todo tipo de información.
- B) Una cookie es una cadena de texto enviada al navegador por la red y almacenada en la computadora del usuario.
- C) Un algoritmo es un conjunto infinito de operaciones que permite hablar la solución a un problema.

486. El uso de los algoritmos por parte de las redes sociales:

- A) Limita la capacidad de acceder a la información de carácter contrario a nuestro pensamiento.
- B) Dificulta la adaptación de los sitios web a cada usuario.
- C) Aumenta la exposición a puntos de vista diferentes de aquellos en los que nos encontramos inicialmente.

487. ¿Qué función no es típicamente de un *community manager*?

- A) Identificar a los *influencers* y líderes de opinión.
- B) Realizar el '*briefing*' a la agencia de comunicación que diseña campañas publicitarias.
- C) Análisis de la actividad en redes sociales de los principales competidores.

488. ¿Qué es la reproducción en *streaming*?

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 104/107





- A) La reproducción de archivos de video y audio en una red de manera que el cliente puede acceder al contenido casi al mismo tiempo que es emitido con un tiempo de espera mínimo.
- B) La reproducción de archivos de vídeo y audio en dispositivos portátiles, tales como tabletas y *smartphones*, tras ser íntegramente descargados en el dispositivo.
- C) La reproducción de cualquier contenido multimedia.

489. Características de los denominados datos abiertos:

- A) Son datos en bruto sin ninguna elaboración.
- B) Son datos elaborados por la Administración.
- C) Solo puede acceder a ellos quienes demuestren que tienen un interés legítimo.

490. La red social Facebook fue creada:

- A) Por Marc Zuckerberg junto a otros estudiantes de la Universidad de Harvard en 2004.
- B) Por Steve Jobs junto a otros estudiantes de la Universidad de Harvard en 2008.
- C) Por Marc Zuckerberg junto a otros estudiantes de la Universidad de Harvard en 2006.

491. Las plataformas de redes sociales se pueden clasificar en :

- A) Horizontales y verticales. Las horizontales agregan a los usuarios alrededor de una temática específica mientras que las verticales se dirigen a una audiencia generalista y cuentan con diversas temáticas.
- B) Horizontales y verticales. Las horizontales son las que se dirigen a una audiencia generalista y no tienen una temática definida. Y las verticales son aquellas que agregan a los usuarios alrededor de una temática específica.
- C) De código abierto o de código cerrado. Las primeras identifican con nombres reales a sus usuarios, mientras que las segundas permiten el uso de alias o apodos, también llamados avatares.

492. ¿Qué figura del área de 'social media' tiene entre sus funciones la "elaboración de la estrategia de crisis en redes sociales", según J.V. García Santamaría?

- A) Community manager.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 105/107





-
- B) Social media manager.
 - C) Analista web.

493. ¿En qué categoría de red social se sitúa Telegram?

- A) Redes sociales para establecer relaciones.
- B) Redes sociales para compartir contenido multimedia.
- C) Redes sociales de mensajería.

494. Según los datos más recientes del informe del Reuters Institute, ¿cuál es la marca de medio de comunicación español que genera más confianza?

- A) La Sexta.
- B) Antena 3.
- C) TVE.

495. ¿Qué se define como la estrategia cuyo objetivo consiste en tratar de optimizar nuestras páginas para ocupar las mejores posiciones en los resultados de cualquier motor de búsqueda para una/s palabra/s determinada/s?

- A) SEO.
- B) SEM.
- C) Google Analytics.


496. Un 'ad server' es:

- A) El proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los diferentes buscadores de manera gratuita.
- B) El SEO o posicionamiento en buscadores.
- C) El conjunto de tecnologías para gestionar la publicidad digital para distribuir los anuncios en los espacios publicitarios disponibles en los medios online.

497. Google Analytics es una herramienta:

- A) Para analizar lo que se opina en los *blogs*, *microblog*, redes sociales y demás fuentes de información.
- B) Que proporciona información sobre el tráfico del sitio web y la eficacia de SMM.

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2ugWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2ugWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 106/107





C) Que utiliza algoritmos para asignar de forma numérica la relevancia de una página web indexada por un navegador.

498. ¿Cuál es una herramienta gratuita de medición de la reputación online?

- A) Google Alerts.
- B) Social Bing.
- C) Edge Monitor.

499. El primer diario de información general que tuvo un perfil social en la red Twitter fue:

- A) *La Razón*.
- B) *El Mundo*.
- C) *El País*.

500. Según los datos del informe Reuters Institute de 2023, ¿cuál es el medio online español escrito con mayor alcance semanal?

- A) El Mundo online.
- B) 20 Minutos online.
- C) El País online.

SEGUNDO.- Hacer público el siguiente glosario de términos abreviado en la base de datos de preguntas:

ROCIT: Reglamento Orgánico del Cabildo Insular de Tenerife.

Contra la presente Resolución, que no pone fin a la vía administrativa, podrá interponerse Recurso de Alzada, en el plazo de UN MES contado desde el día siguiente al de su publicación en el Tablón de Anuncio de la sede electrónica de la Corporación, cuya resolución agotará la vía administrativa.”

Plaza de España, 1
38003 Santa Cruz de Tenerife
Tfno.: 901 501 901
www.tenerife.es

Código Seguro De Verificación	Estado	Fecha y hora
NYdRnxXDix2uqWm+VuKu5g==	Firmado	12/03/2024 22:17:58
Firmado Por	Juan Carlos Pérez Frías - Por Suplencia del Director Insular de Rrhh, Servicio Público y Transformación Digital	
Url De Verificación	https://sede.tenerife.es/verifirma/code/NYdRnxXDix2uqWm%2BVuKu5g%3D%3D	
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).	Página 107/107

