

AULA ABIERTA DE MAYORES UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE
LAS CABEZAS DE SAN JUAN

REDES SOCIALES: EL NUEVO PODER DE LA INFORMACIÓN

REVOLUCIÓN DIGITAL EN LA COMUNICACIÓN

PEDRO PABLO MUÑOZ FERNÁNDEZ
MAYO 2026





PEDRO PABLO MUÑOZ FERNÁNDEZ

EL NIÑO DE LA CARMEN

QUIÉN SOY

PERIODISTA

Grado en Periodismo en la Universidad de Sevilla

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y POLÍTICA

Master en Comunicación Institucional y Política US.

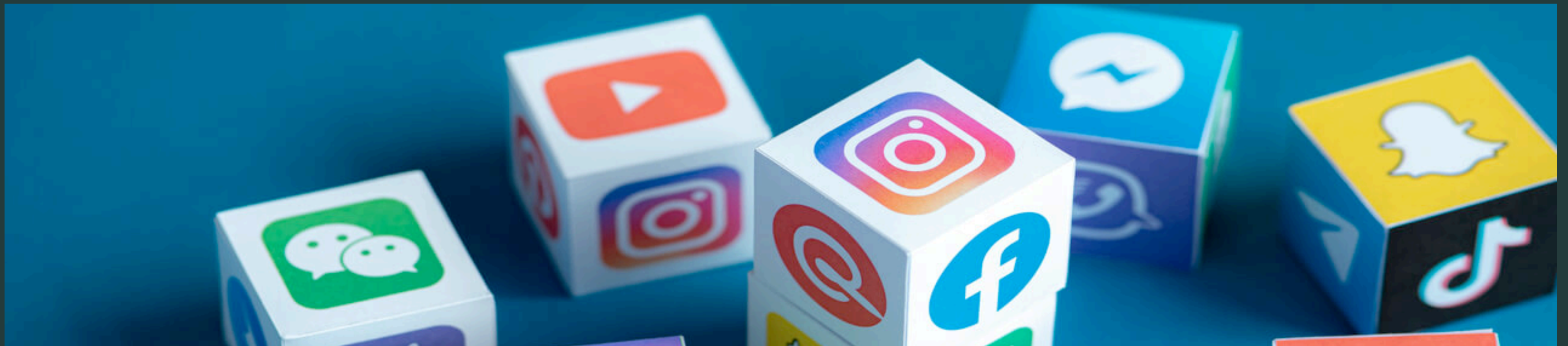
- Experiencia en comunicación e información regional y local en **La Voz de Alcalá, Sevilla Actualidad y Telecable Las Cabezas, entre otros.**
- Especialización en gestión de redes sociales, estrategia digital y creación de contenido para empresas, instituciones públicas, entidades privadas y medios de comunicación.

Historia y Evolución de las redes sociales

Principios del siglo XXI.

Tras la Burbuja del puntocom.

Conectar a personas.



EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE TECNOLÓGICO NASDAQ

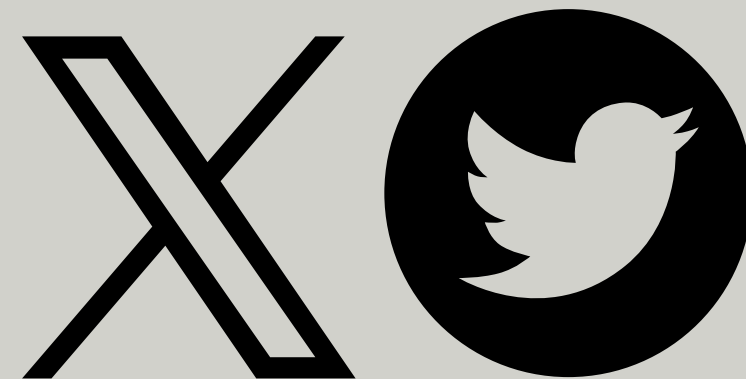
En puntos básicos



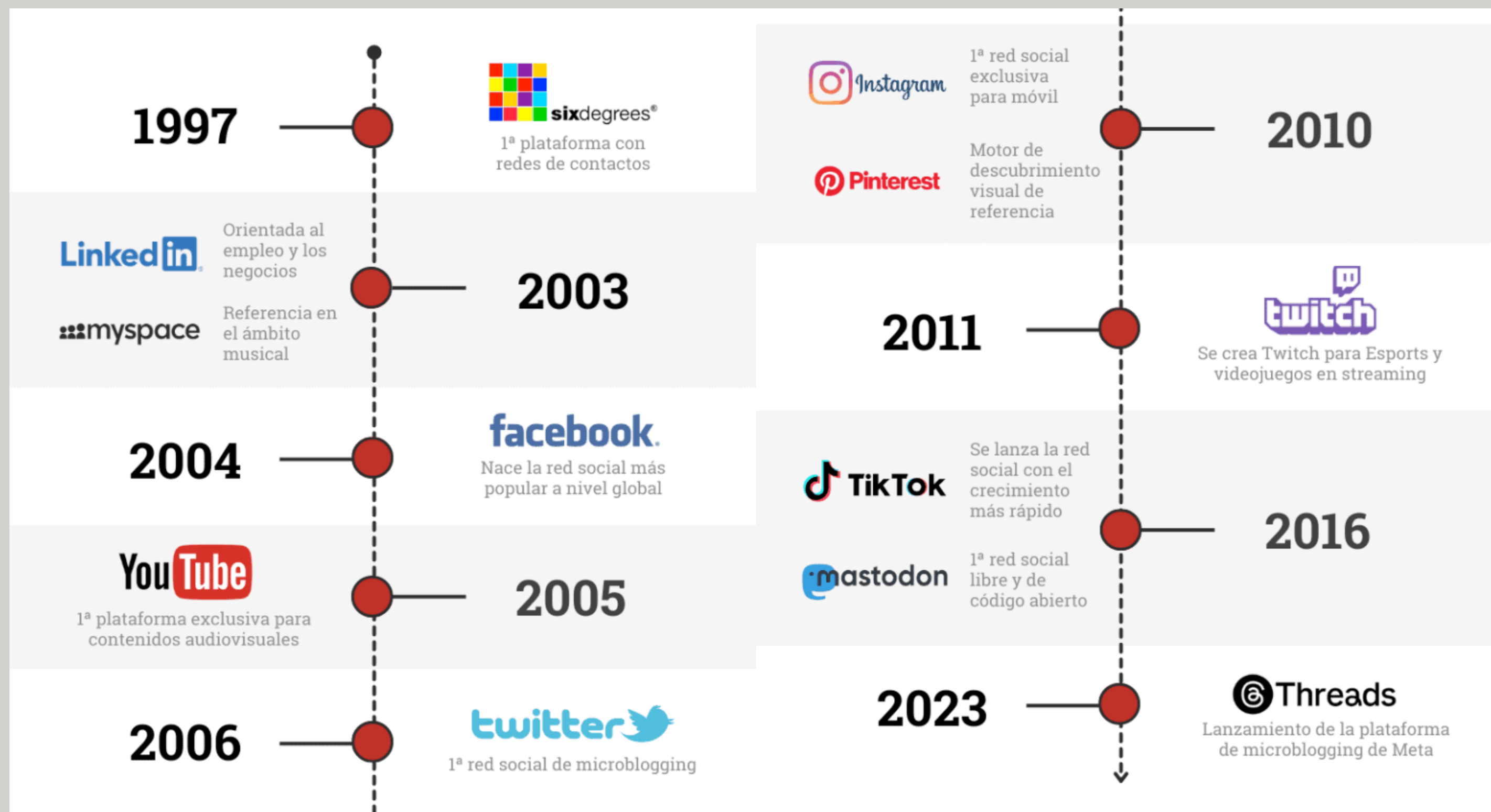
Fuente: Bloomberg.

EL PAÍS

Las Primeras



Cronología



Tipos de RRSS

A) REDES DE MASAS O GENERALISTAS



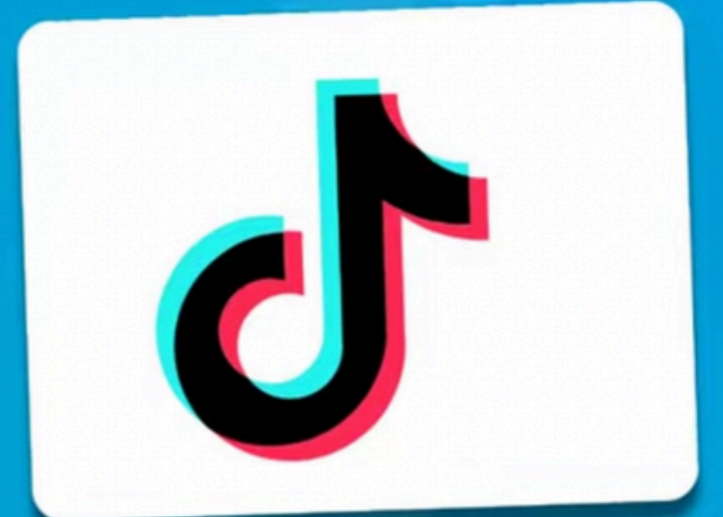
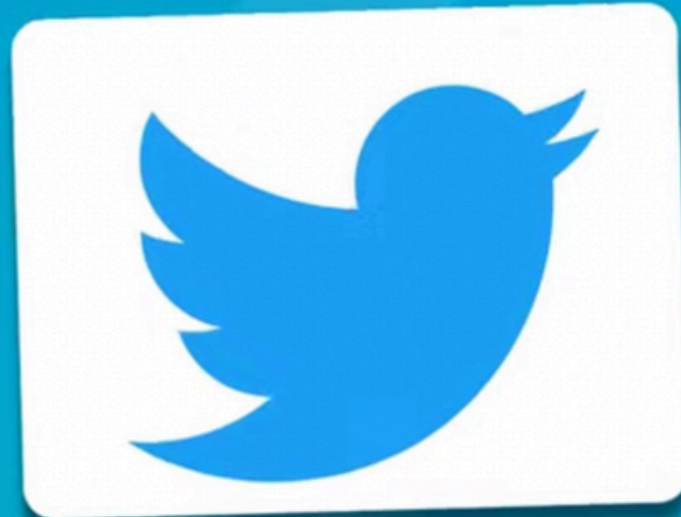
B) REDES PARA COMPARTIR ARCHIVOS



C) REDES TEMÁTICAS O ESPECIALIZADAS



DESAFÍO DE 20 LOGOTIPOS DE REDES SOCIALES



USO ACTUAL DE LAS REDES SOCIALES

5.660 millones de usuarios de redes sociales, lo que supone un **68,7%** de la población mundial



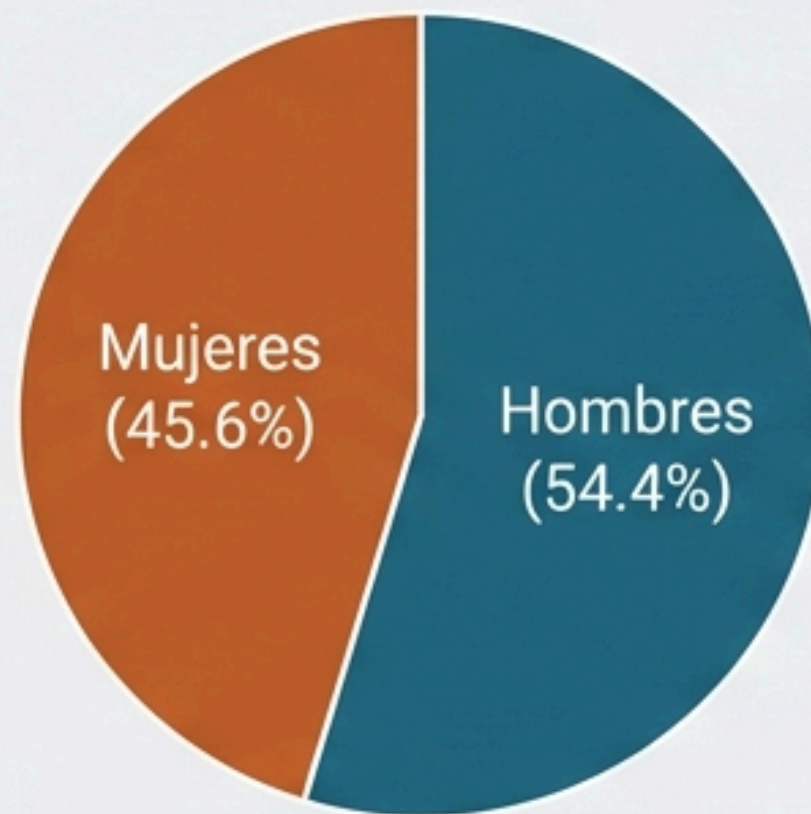
Las Plataformas Líderes



3.070 MILLONES
de usuarios cercacas



Demografía



Mayoría de usuarios
< 30 años

Tiempo y Objetivos



18h 36m

SEMANALES DE MEDIA

TikTok: **1h 37m** AL DÍA

- Contacto social (50.2%)
- Tiempo libre (39.7%)
- Noticias (35.4%)

USO ACTUAL DE LAS REDES SOCIALES



- **De 39 a 40 millones de usuarios un 81,4% de la población.**
- En España cada usuario utiliza de media **6 plataformas diferentes de redes sociales.**
- Más populares: YouTube, Instagram, LinkedIn, TikTok y Facebook.
- Del total de usuarios de redes sociales en España, el 50,4% son mujeres y el 49,6% son hombres.
- **5 horas y 42 minutos diarios de media en Internet, de las cuales 1 hora y 54 minutos están dedicadas a las redes sociales.**
- El tiempo que invertimos en redes sociales tiene como objetivo principal contactar con familiares y amig@s (50,4%), ocupar el tiempo libre (46,9%) o informarnos (43,2%).

De los medios de comunicación tradicionales a las redes sociales

Renovarse o morir.
Nueva forma de relación.
Inmediatez.





Prensa

Las versiones en papel ha decrecido en casi la mitad en los últimos años.

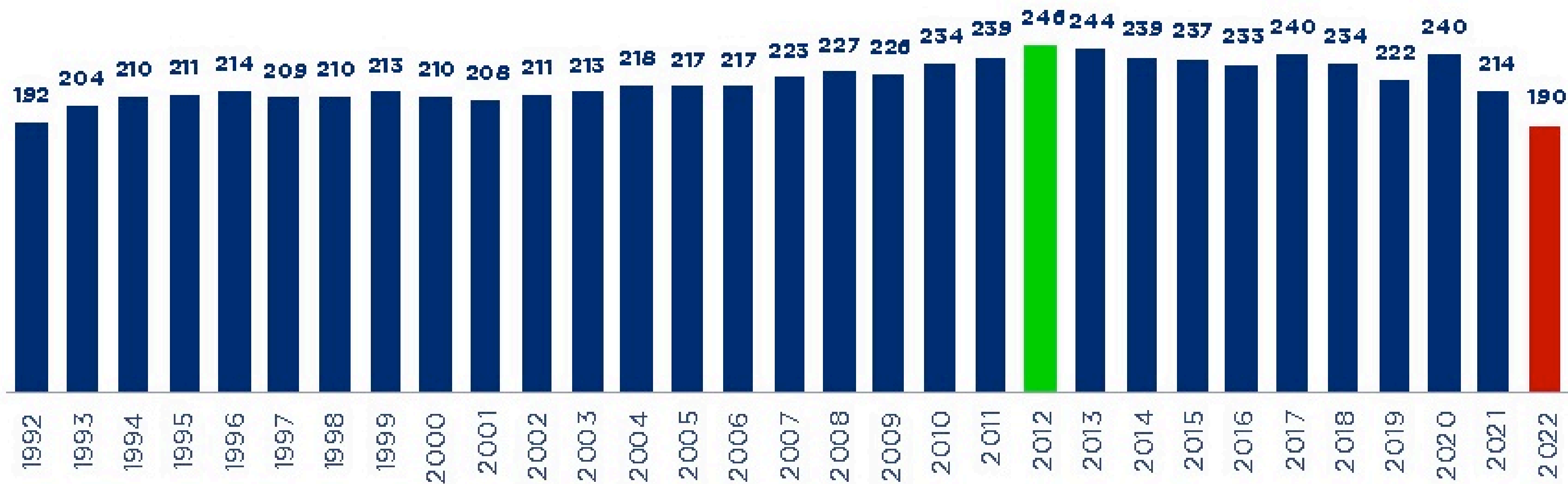
Radio

La radio ha mantenido un consumo más estable. Ha perdido menos consumidores potenciando los podcast y sabiéndose adaptar mejor a los nuevos métodos de consumo.

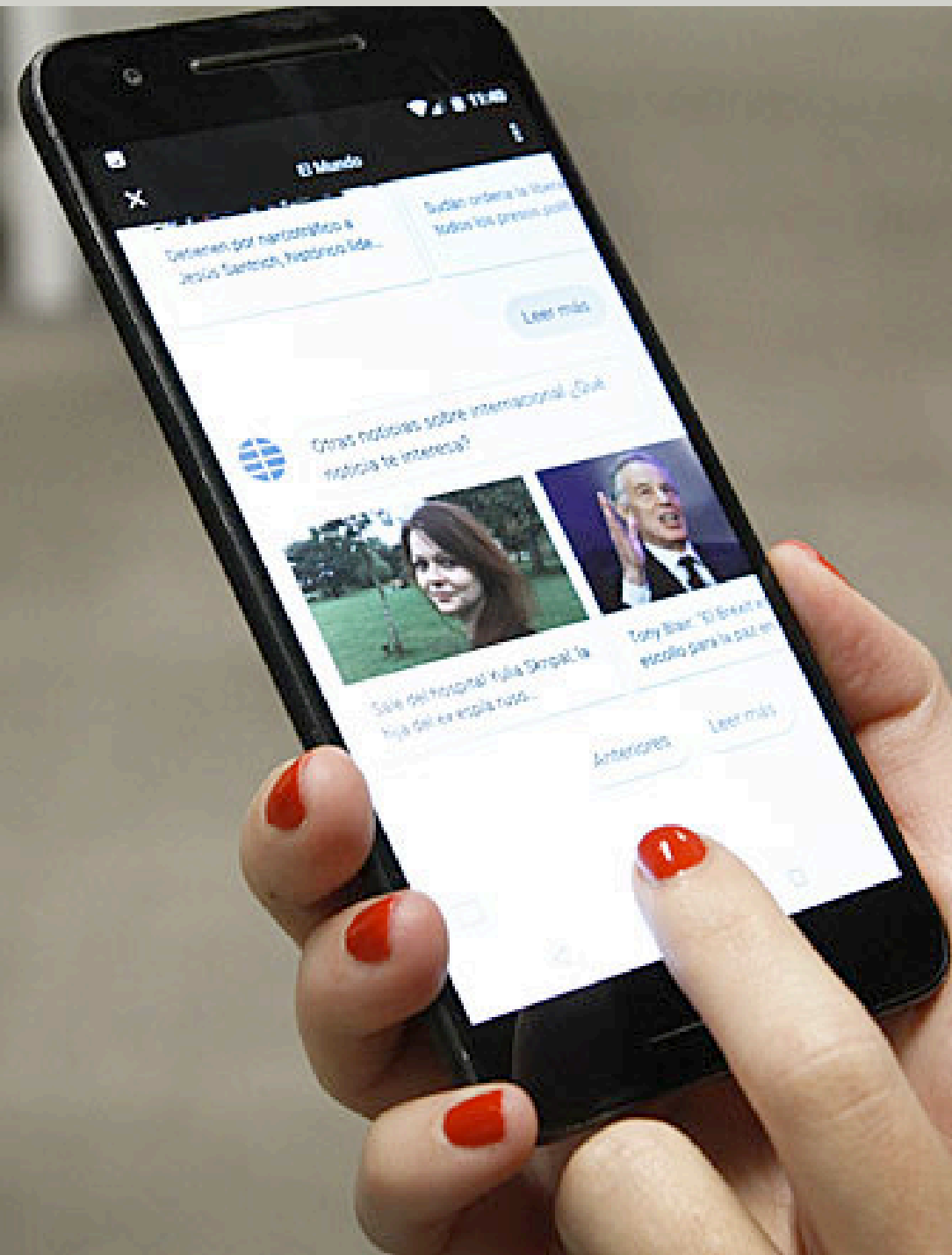
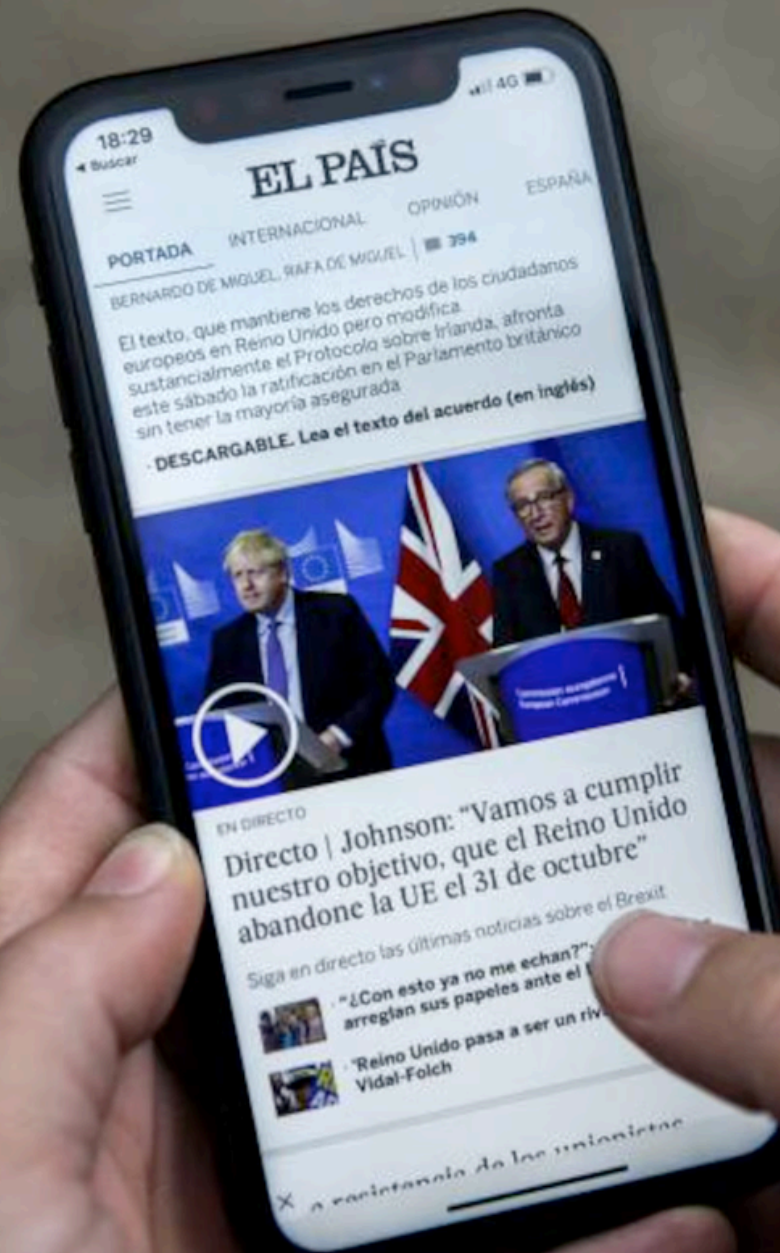
Televisión

El consumo en 2025 marcó un mínimo histórico en el modelo tradicional lineal (154 minutos diarios por persona). Sin embargo, la televisión online creció hasta suponer el 29,6% del tiempo frente al televisor, consolidando el cambio hacia el consumo híbrido.

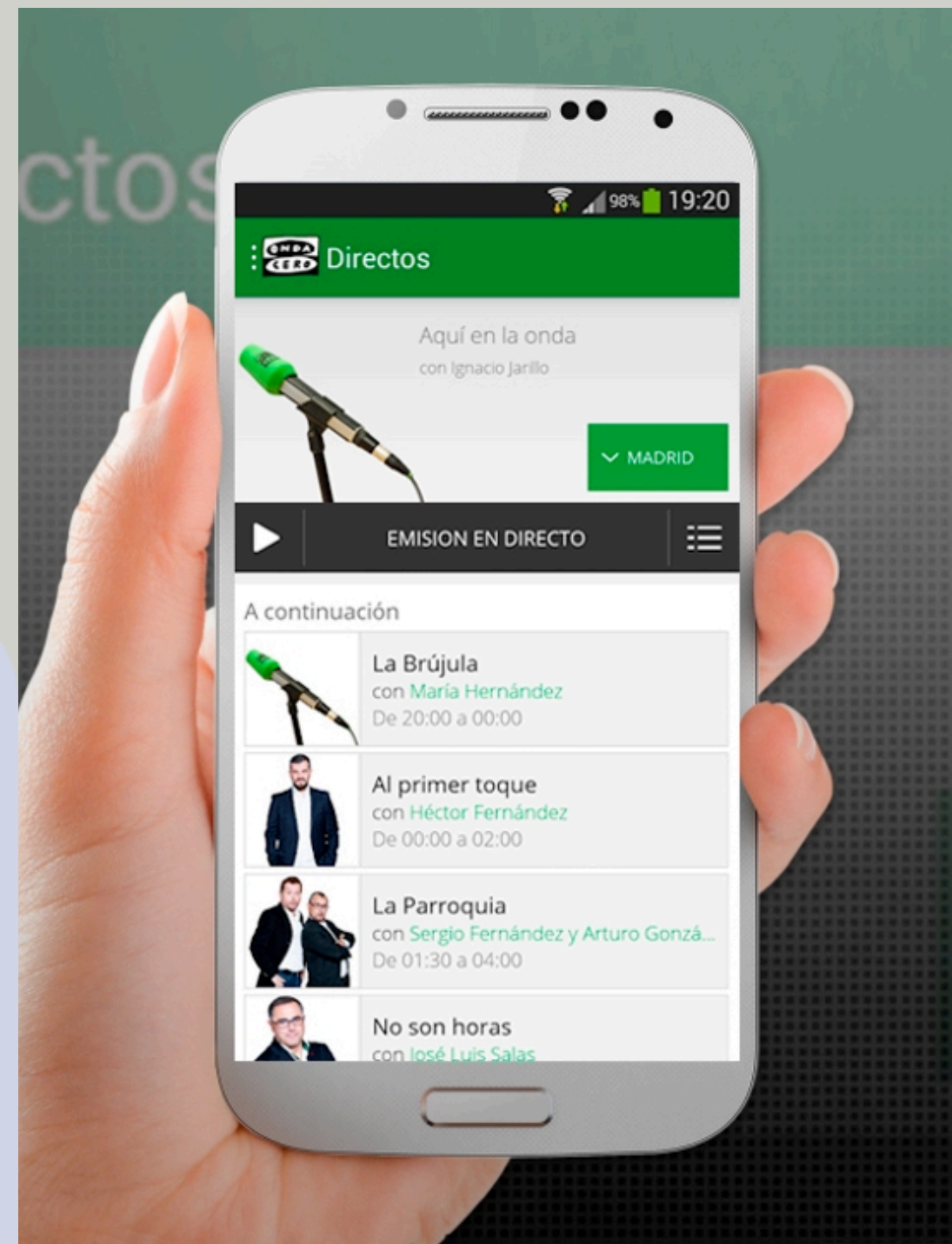
Evolución anual consumo TV (minutos persona/día)



Medios de Comunicación APP



Medios de Comunicación APP



Medios de Comunicación APP

rtve
Noticias



NUEVA APP DISPONIBLE



atresplayer

PLAN
premium



8,49€/mes

En directo

TV Mediaset

Guía TV



12:15 - 15:00

Vamos A Ver

Directo

Reiniciar



14:00 - 16:55

Noticias Cuatro

Directo

Reiniciar



13:40 - 14:40

Tu Casa A Juicio - Vancouver

Directo

Reiniciar

Redes sociales

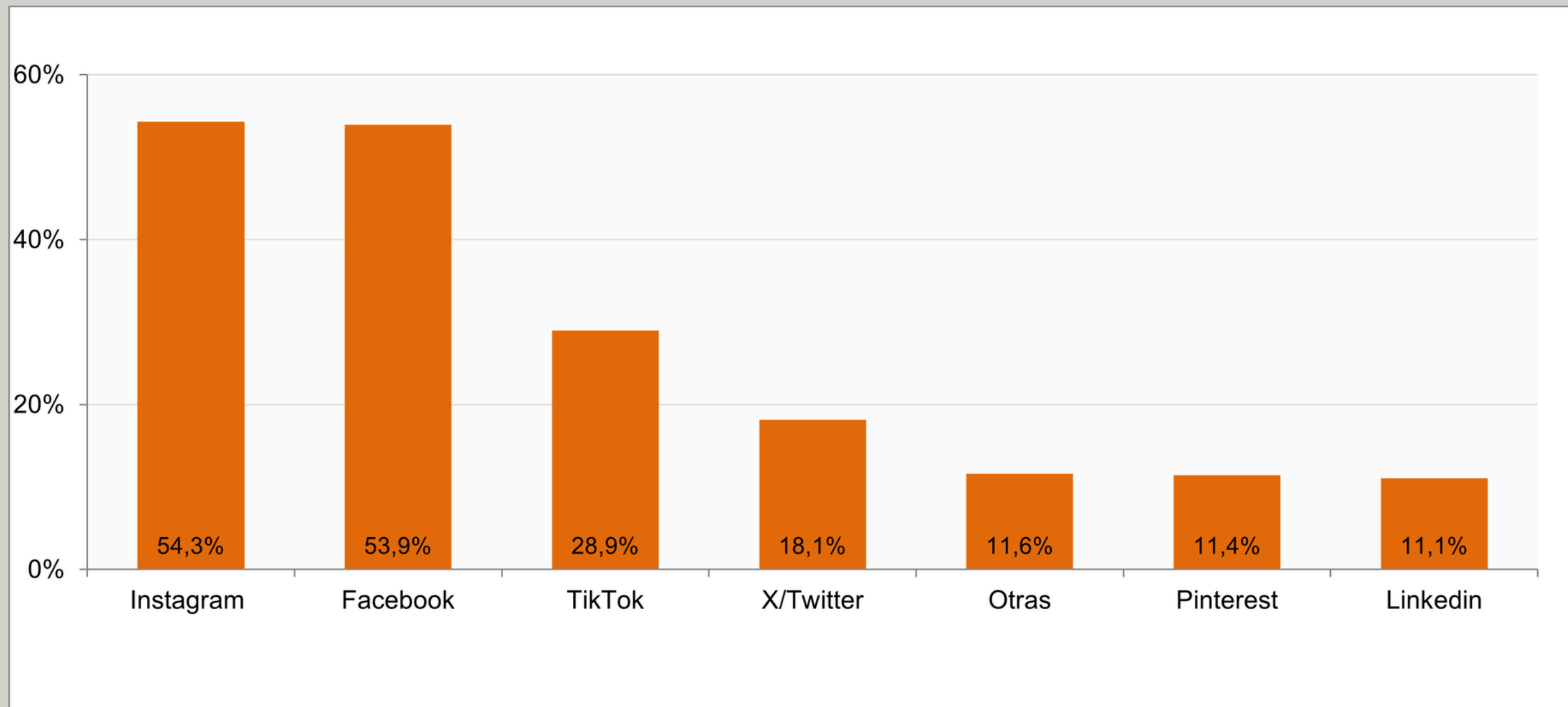
Dos formas de actuar

**Promocionar
app/web**

***Mensaje
para la
red social***

Redes sociales

Dos formas de actuar





Solo 0,19€ a la semana

Sociedad

[DÍA DE LA MUJER](#) · [EDUCACIÓN](#) · [MEDIO AMBIENTE](#) · [IGUALDAD](#) · [SANIDAD](#) · [CONSUMO](#) · [LAICISMO](#) · [COMUNICACIÓN](#) · [LGTBIQ+](#) · [EL TIEMPO](#) · [ÚLTIMAS NOTICIAS](#)

JÓVENES >

El reto de los medios con los jóvenes: “Para mí un periódico está desfasado, uso las redes”

Los menores de 25 años evitan las noticias de política y coronavirus porque afectan negativamente a su estado de ánimo y no consumen medios tradicionales porque les resulta “difícil” entender su lenguaje. El 15% de ellos acude a TikTok para informarse

Los jóvenes ven cada vez más las noticias por Tiktok, Instagram y Youtube

El 39% de los menores de 25 años se informa ya en redes sociales, mientras caen el interés por la actualidad y la confianza en los medios tradicionales



verificat
Tornem als fets

Castellano ▾

Newsletter

Donación

Fact-checking ▾

Formación ▾

Nosotros ▾

Las redes sociales se consolidan como la principal vía de los jóvenes para informarse

Las plataformas y sus contenidos redefinen cómo acceden a las noticias y plantean nuevos retos informativos

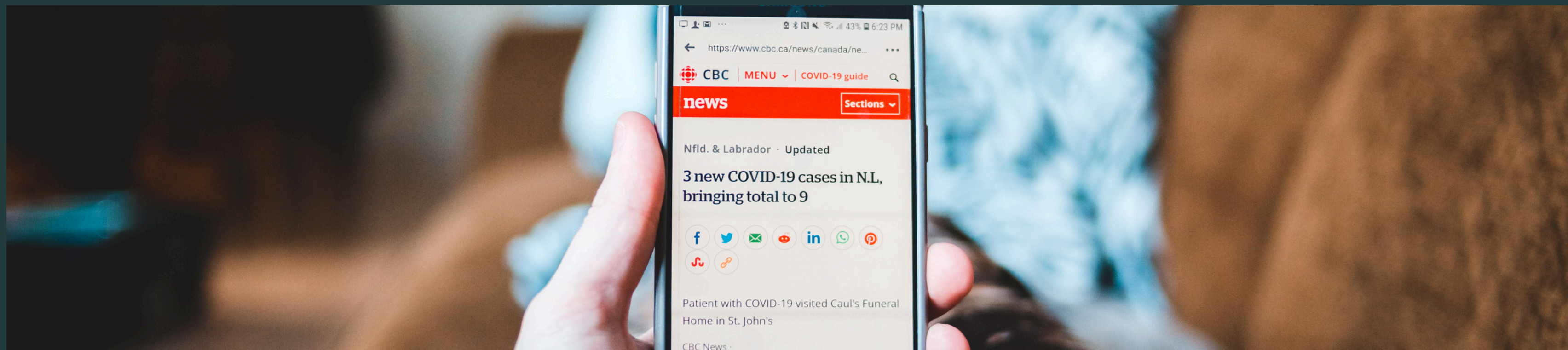
Un estudio asegura que más de la mitad de los adolescentes se informa a través de redes sociales

Además, la Inteligencia Artificial sirve a un 20% de los jóvenes como medio de comunicación

- **Confirmado:** la Ley reconoce tu derecho a exigir la retirada de contenidos que dañen tu honor o reputación en redes sociales
- **Conflicto en redes:** Meta puede usar tus imágenes para vender sus productos

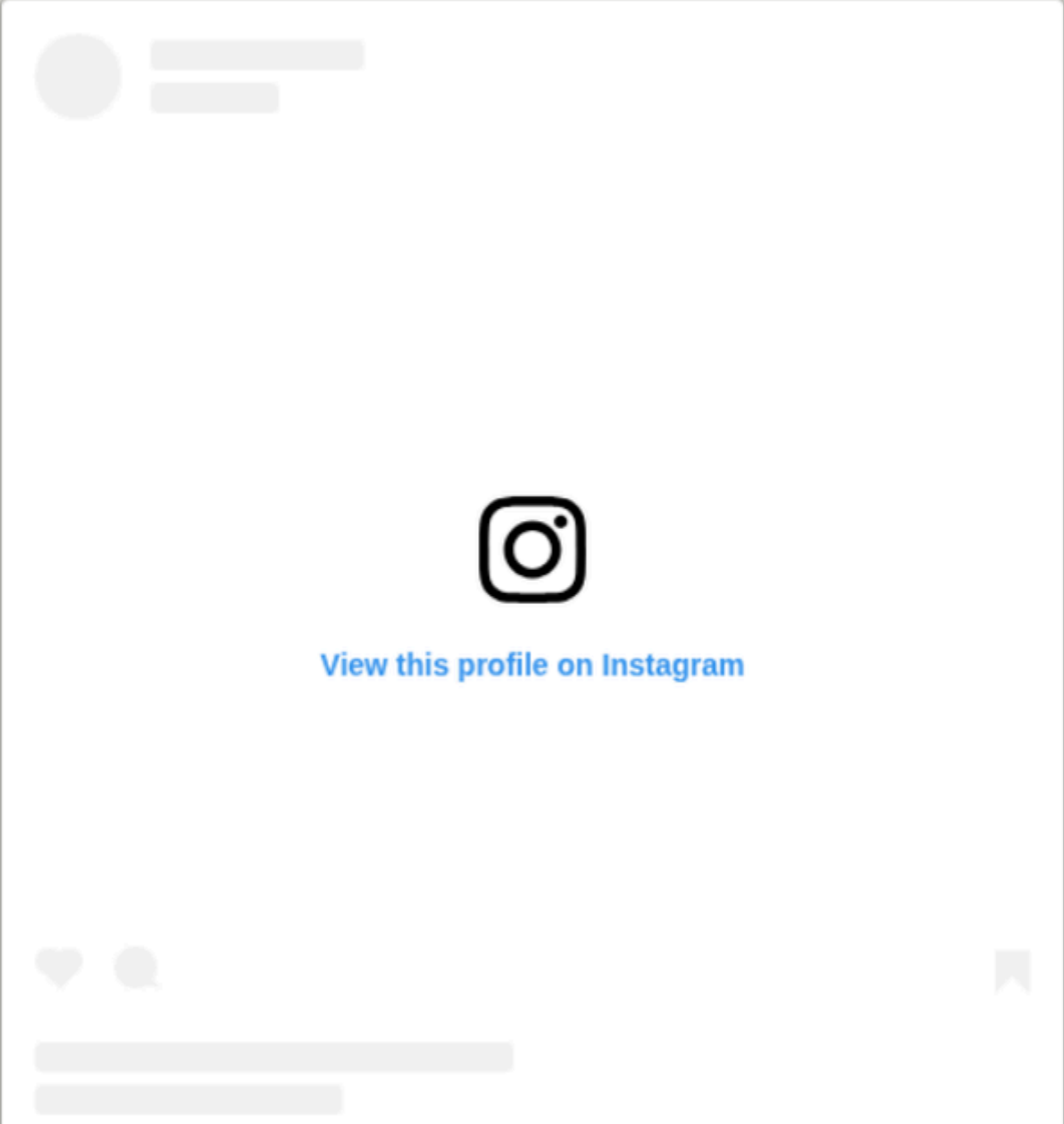
Como informarse
en redes sociales

Comprueba
Comprende
Contrasta



Comprueba

Instagram



Facebook

ABC.es
ABC.es. 1,903,310 likes • 130,595 talking about this. Perfil oficial de ABC.es, periódico fundado en 1903 por Don Torcuato Luca de Tena.
facebookapp

X

Tweets by abc_es

Tiktok

abc.es ✓
59 3.4M 229.7M
Following Followers Likes
ABC, donde te informas en segundos
Noticias, actualidad, última hora...
ABC ESTRENA DISEÑO: más claro, más limpio, más vivo!

Youtube

Diario ABC
Cuenta oficial del diario ABC Noticias, actualidad, última hora... https://www.youtube.com/@ABC_es?sub_confirmation=1
YouTube

Comprueba

Instagram



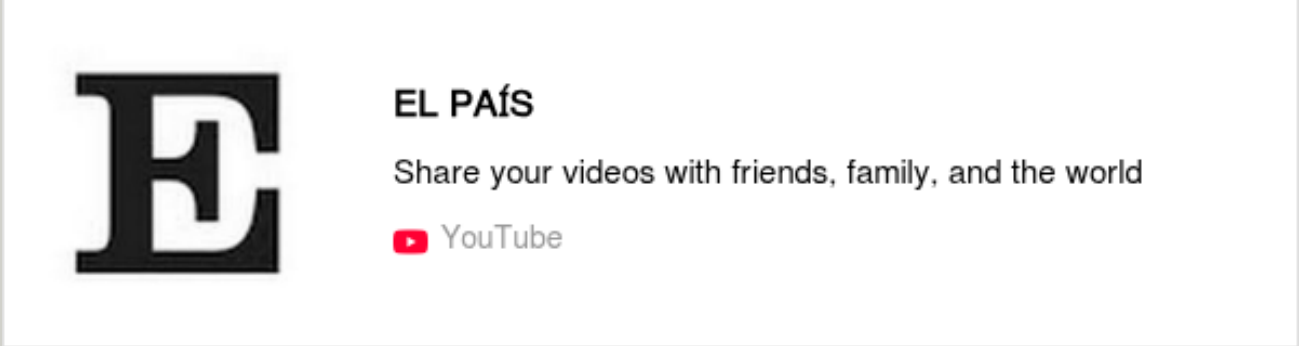
Facebook



X

Tweets by el_pais

Youtube

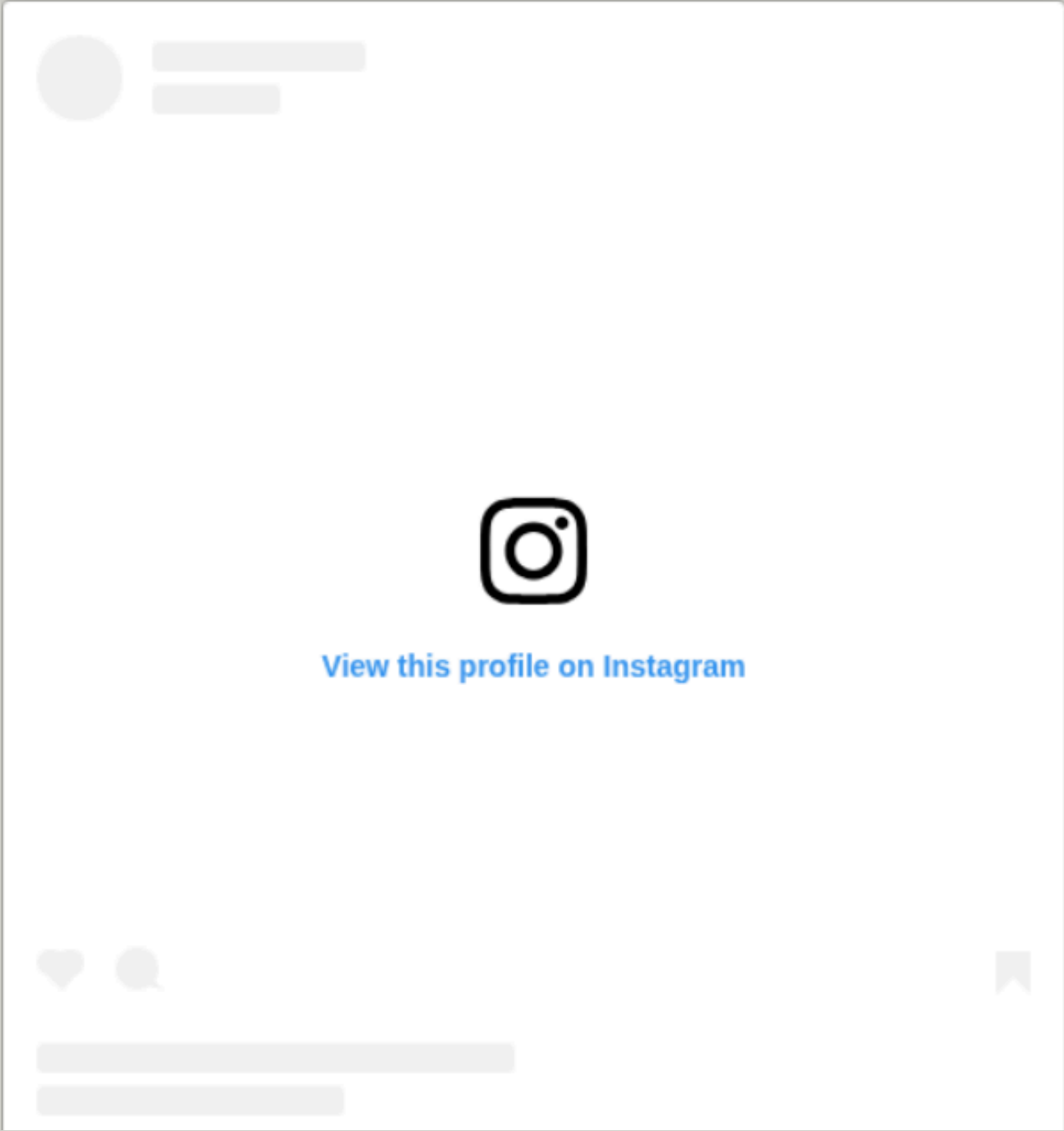


Tiktok



Comprueba

Instagram



Facebook

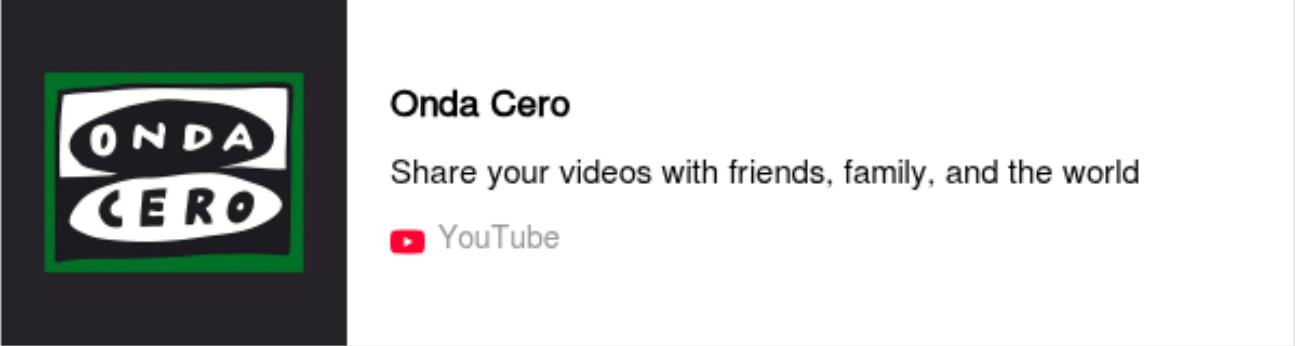


X

Tiktok



Youtube



Comprueba

Instagram



Facebook

A Facebook profile card for "La Moncloa". It features a dark blue header with the La Moncloa logo and name. The main content area is white and contains the text: "La Moncloa. 301,835 likes • 9,378 talking about this. Página oficial del Gobierno de #España. http://www.lamoncloa.gob.es #AcciónDeGobierno" and a "facebookapp" link with the Facebook icon.



Tweets by [desdelamoncloa](#)

Youtube

A YouTube channel card for "La Moncloa". It features a dark blue header with the La Moncloa logo and name. The main content area is white and contains the text: "Bienvenidas y bienvenidos al canal oficial del Gobierno de España. Aquí podrás encontrar toda la actualidad y actividad del Gobierno. Conoce la agenda y la actividad d..." and a "YouTube" link with the YouTube icon.

Tiktok

A TikTok profile card for "desdelamoncloa". It features a dark blue header with the La Moncloa logo and name. The main content area is white and contains the text: "desdelamoncloa" with a verified badge, "49 Following", "40.9K Followers", and "247K Likes". Below this is the bio: "Bienvenidos a la cuenta oficial del Gobierno de España." and a row of three video thumbnails.

Comprende



Comprende

El clickbait es una técnica utilizada en internet para atraer clics mediante titulares llamativos o sensacionalistas. Su objetivo no es necesariamente informar, sino generar tráfico hacia una página web, muchas veces a costa de ofrecer contenido engañoso o de baja calidad.

Si bien puede ser una estrategia efectiva para aumentar el número de visitas, su uso excesivo o deshonesto puede afectar la credibilidad de una marca o medio de comunicación.

Cómo identificar el clickbait

1. Exageración

Los titulares usan términos absolutos para presentar una opinión subjetiva como un hecho. Frases como «No creerás lo que sucedió» o «El mejor truco de la historia» son claros ejemplos.

2. Discrepancia del contenido

El título sugiere un análisis profundo, pero el contenido realmente se enfoca en una oferta comercial o carece de sustancia.

3. Promesas inalcanzables

Se genera una expectativa de aprendizaje o análisis que no se cumple, desviando la atención hacia otro tema irrelevante o publicidad de marca o producto.

Cómo identificar el clickbait

4. Información incompleta

Se omiten detalles clave del contenido, generando incertidumbre y obligando al usuario a hacer clic para obtener una información básica.

5. Omisiones de contexto

Se presentan datos sin dar detalles sobre el trasfondo, lo que puede llevar a una interpretación errónea o tergiversada de la información.

6. Influencia manipuladora

Se utilizan frases que apelan a las emociones para inducir el clic, generando una sensación de urgencia o miedo a perderse algo importante (FOMO).

7. Sensacionalismo

Los titulares exageran la importancia de un hecho para generar impacto, a menudo con datos fuera de contexto.

Comprende

¿Camisetas de rayas perjudican la salud? ¡Cuidado! Un estudio demuestra que estas prendas son nocivas

Un estudio realizado en una universidad de Holanda demostró que las rayas tienen un efecto negativo en la salud.

Por Redacción Ella
6 de Julio de 2018 - 10:24 HS



Buzz · Publicado 21 de jun. de 2021

28 Datos muy aterradores y extraños sobre nuestro planeta

Un cuerpo humano podría quedar en los huesos en menos de cuatro días en aguas profundas altamente oxigenadas.



by [Victoria Vouloumanos](#)
BuzzFeed Staff

🗨️ Sé la primera persona en comentar



¿Eres el tipo de persona a la que le encanta contar datos aterradores al azar que asustan a sus amigos?



Esperando a pagead2.google syndication.com...

Comprende



Sentencia contra el 'clickbait' en España, ¿freno a los titulares engañosos?

 Fundación Gabo / May 31, 2022



FAMILY NEWS



Cibertips: 7 pasos para detectar Fake News

Fundación Cibervoluntarios



CIBERTIPS

By

CIBERTIPS
VOLUNTARIOS.org



7 PASOS PARA DETECTAR UNA FAKE NEWS



Watch on  YouTube



Portada • Maldita.es

Luchamos contra los bulos y hacemos periodismo para que no te la cuelen. Con tu ayuda paramos la desinformación y la mentira.

M maldita.es

AULA ABIERTA DE MAYORES UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE
LAS CABEZAS DE SAN JUAN

REDES SOCIALES: EL NUEVO PODER DE LA INFORMACIÓN

REVOLUCIÓN DIGITAL EN LA COMUNICACIÓN

MUCHAS GRACIAS

PEDRO PABLO MUÑOZ FERNÁNDEZ
MAYO 2026



