



●● **Universidad
para Mayores**


CURSO 2026 - 2027

CURSO MONOGRÁFICO

¿Quién manda ahí?

El papel de la comunicación en la España desinformada

Profesorado:
David Álvarez Rivas
Cristóbal Fernández Muñoz
Alicia Parras Parras



1. JUSTIFICACIÓN

La comunicación y la tecnología forman parte indisoluble de la complejidad de la sociedad actual. La propaganda, la propiedad, la publicidad, los algoritmos son ingredientes de las calculadas estrategias que siguen los medios de comunicación, las redes sociales y las grandes tecnológicas para modelar a la opinión pública.

2. OBJETIVOS

- Reflexionar sobre la libertad de expresión, de prensa y calidad de la democracia.
- Analizar el papel de los medios de comunicación en España en la conformación de la opinión pública.
- Discriminar la polarización política, potencias por redes sociales y pseudomedios.
- Destacar el papel de la desinformación, los bulos, en una sociedad compleja.
- Valorar la revolución tecnológica, las redes sociales y los algoritmos como forma de comunicación dominante.

3. CONTENIDOS

Tema 1. El desarrollo de los medios de comunicación, desde la transición, en España.

Tema 2. Grupos mediáticos y los dueños de la información.

Tema 3. Ética, fotografía y fotoperiodismo.

Tema 4. Acceso universal a la información, inclusión digital y bien público global.

Tema 5. Medios de información alternativos y nativos digitales.

Tema 6. La revolución tecnológica y las grandes empresas de internet. La “tecnocasta”.

Tema 7. Redes sociales y nuevas narrativas. La cámara del eco.

Tema 8. El impacto de la IA en los medios y en la sociedad.

4. METODOLOGÍA

- Método dialógico: Exposición de la temática en la primera hora. Debate y reflexión en grupo en la última media. Discusión en grupo, trabajo en equipo, fomento de la participación y argumentación.
 - Materiales didácticos: Los recursos utilizados para apoyar el aprendizaje, artículos, libros y recursos, facilitados con antelación por el profesorado a través del campus virtual.
 - Actividades: Lecturas, visionados, investigaciones, proyectos y conferencias de profesionales clave en la temática impartida.
-

5. EVALUACIÓN

La evaluación es voluntaria. En el caso de que el estudiantado quiera realizar algún ensayo, proyecto o investigación, con temática negociada con el profesorado, la propuesta de evaluación es la siguiente:

- Elección del tema: El trabajo debe estar vinculado a los conceptos y aspectos tratados en la asignatura, con un enfoque desde su experiencia personal: cómo ha vivido los cambios de los medios, de los aspectos tecnológicos, impactos en la vida personal, profesional, los cambios comunicativos.
 - Extensión: No se exige un número de páginas determinado; de forma orientativa, se recomienda que sea de una extensión aproximada de 10 páginas. Lo fundamental es la calidad del análisis y la reflexión, no tanto la cantidad.
 - Formato: Puede ser ensayo o proyecto de investigación. Tipo de letra (Lynotype, Verdana, Trebuchet), cuerpo 12 del texto y 14 de los títulos. Con interlineado exacto en 15. Se recomienda usar citación en APA 7. Lo más importante es un trabajo bien estructurado, claro y coherente.
 - Envío: Los estudiantes deben entregar el trabajo a través del correo del coordinador.
 - Plazo de entrega: 10 diciembre de 2026.
 - Revisión: Una vez recibido, cada persona tendrá una retroalimentación personalizada y una calificación numérica, aunque lo más importante es el ejercicio de reflexión y argumentación.
-

6. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Rivas, D. y Parras Parras, A. (2022). *La nueva comunicación Creatividad e innovación en la sociedad digital*. Dykinson.
 - Bauman, Zygmunt (2019). Acerca de lo leve y lo líquido, en *Nueva Revista de Política, Cultura y Arte* N° 170. pp. 34-43.
 - Fernández Muñoz C., Rubio Moraga Á. L. y Álvarez Rivas D. (2024). La Generación Z frente a la desinformación: percepciones y prácticas en la era digital. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30(3), 517-529.
 - Fernández-Muñoz, C., Rubio Moraga, A. L. y Álvarez Rivas, D. (2022). *The Multiplier Effect on the Dissemination of False Speeches on Social Networks: Experiment during the Silly Season in Spain*. 1001, Springer Publishing, 02/01/2022. ISBN 978-3-030-90086-1
 - Fundación Telefónica (2023). *Manual para combatir la desinformación. Claves para un pensamiento informado*. Fundación Telefónica.
 - García Galera, M. C. y Fernández Muñoz, C. (2016). *Si lo vives, lo compartes. Cómo se comunican los jóvenes en un mundo digital*. Editorial Ariel.
 - Levi, Simona (2019). *#FakeYou. Fake News y desinformación*. Rayo Verde.
 - Lavilla Rubira, Juan José (2019). La desinformación a juicio. Los retos jurídicos que plantean las noticias falsas, en *Nueva Revista de Política, Cultura y Arte*, N° 169. pp. 18-31.
 - Lijtmaer, Lucía (2019). *Ofendidos. Sobre la criminalización de la protesta*. Cuadernos Anagrama.
-

- Rodríguez, Delia (2013). *Memecracia. Los virales que nos gobiernan*. Gestión 2000
 - Suárez, A. (2012). *Desnudando a Google. La inquietante realidad que no quieren que conozcas*. Ediciones Deusto.
 - Torné, Gonzalo (2022). *La cancelación y sus enemigos*. Cuadernos Anagrama.
 - Žižek, Slavoj (2020). *Pandemia. La Covid-19 estremece al mundo*. Cuadernos Anagrama.
-