



# Televisión, Redes Sociales y Responsabilidad Social Educativa: una necesidad imperiosa

*Television, Social Media and Social Educational Responsibility (SEduR): an urgent need*

Recibido: 25/03/2024 | Revisado: 01/04/2024 | Aceptado: 13/05/2024 |  
Online First: 15/06/2024 | Publicado: 30/06/2024



**M<sup>a</sup> Isabel de la Rubia Rivas**

Universidad Rey Juan Carlos

<https://orcid.org/0000-0002-4574-1094>

**Resumen:** La educación es uno de los aspectos más relevantes de la vida social, como demuestra el interés de entidades públicas y privadas por su control. Precisamente vinculados a esta trascendencia, aparece la idea de los agentes educativos, figura que habitualmente se ha relacionado con el ambiente más próximo al sujeto, la familia, para luego extrapolarlo a entidades suprafamiliares, como la escuela, el estado. La presencia de influencias aún más externas evidentes entre los agentes educativos actuales obliga a poner atención sobre el impacto que estas tienen en la evolución y formación de niños y adolescentes. Desde casi su aparición, los diferentes organismos y entidades vinculados a la comunicación han sido conscientes de que el poder de los medios va más allá del entretenimiento. Sin embargo, el cambio de paradigma de un espacio público o social, propio de los antiguos medios como la radio o la televisión, a uno privado, como es el caso de las redes sociales, nos lleva a preguntarnos si somos conscientes del impacto real que estas herramientas tienen en sus usuarios, especial pero no exclusivamente, en los más jóvenes. En este trabajo buscaremos revisar aspectos tales como la preocupación relativa al control de los medios de comunicación, la necesidad de prestar atención a este nuevo fenómeno desde el resto de los agentes educativos, por su relevancia en el comportamiento y la constitución de una nueva realidad social que a todos nos afecta. Esto se producirá a partir del análisis

**Abstract :** Education is one of the most relevant aspects of social life, as the interest of public and private entities in its control demonstrate. With this, the idea of educational agents appears, a figure that has usually been related to the environment closest to the subject, the family, and then extrapolated to suprafamilial entities, such as school or state. The presence of even more external influences evident among current educational agents, forces us to pay attention to the impact they have on the evolution and training of children and teenagers. Since almost its appearance, different organizations linked with communication have been aware that the power of the media goes beyond entertainment. However, the paradigm shift from a public or social space, typical of radio and television, to a private one, as social networks, leads us to ask ourselves if we are aware of the real impact that these communication tools have on their users, especially but not exclusively in the youngest ones. In this work, we will try to review not only the concern related to the control of the media, but also the need to pay attention to this new phenomenon from the rest of the educational agents, due to its relevance in behavior and the constitution of a new social reality that affects us all. Finally, having highlighted the problems surrounding these new media and their influence on the formation of the new society, the importance of paying attention to



de artículos y trabajos de actualidad que centren su atención en los intereses en torno a los medios y los posibles efectos derivados de la falta de control de estos. Para terminar, al haber puesto de relevancia la problemática en torno a estos nuevos medios y su influencia en la conformación de la nueva sociedad, se resaltarán la importancia de prestar atención a estos fenómenos y la necesidad de proponer nuevas soluciones.

these phenomena and the need to propose new solutions will be highlighted

---

**Palabras clave:** Responsabilidad, televisión, adolescentes, influencia social, educación tecnológica, cambio social

**Key words:** Responsibility, television, teenagers, social influence, technological education, social change.

## Introducción

---

El mundo educativo y formativo en la actualidad es uno de los aspectos que más preocupa en general a la sociedad, no solo a nivel nacional, sino internacional (Cabrera, 2020). Esto es debido a que se relaciona la mayor formación con el aumento de salario y las mejores condiciones de vida, algo que, aunque no siempre es real, casi siempre es así entendido.

En cualquier caso, un concepto que debe ser considerado en materia de educación es el de los agentes educativos. Esto es, aquellos que participan de la formación como generadores de esta; los que se muestran como un elemento activo en el desarrollo y la adquisición de conocimientos, valores o comportamientos de los individuos, niños o adultos.

Según la Declaración de derechos humanos, se reconoce el derecho de los padres o tutores a ser los primeros que determinen el tipo de educación que deben recibir sus hijos (ONU, 1948); sin embargo, no podemos dejar de considerar que no son estos los únicos agentes educativos, sino que se constata la influencia de otros en la educación. Entre estos podríamos destacar (Martínez Domínguez et al. 2023):

- Familiares: hermanos, abuelos y demás parientes.
- Comunidades de referencia: colectivos vinculados al origen, a las características personales determinadas por edad o afinidad o por cualquier otro motivo.
- Sociedades conocidas: aquellos que aportan algún servicio o producto y que se encuentran en determinados espacios, tales como internet, los comercios, las redes sociales, etc
- Individuos influyentes: aquellos que, por el motivo que sea, tienen una especial relevancia para los individuos.

Como se puede apreciar, el ámbito familiar no deja de ser uno más de los contextos donde se genera educación. No solo no es exclusivo, sino que, en muchas ocasiones, como

veremos, pugna por recuperar la importancia que tuvo en otros momentos de la historia, donde la influencia familiar se consideraba mucho mayor.

Conscientes entonces de que la educación no es solo cosa de la familia o la escuela, debemos plantearnos la idea de en manos de quién está y qué niveles de responsabilidad o conciencia se les puede exigir a los agentes anteriormente mencionados. En este contexto, surge la idea de contemplar la Responsabilidad Social Educativa como elemento de referencia que nos permita considerarlos precursores o no, de comportamientos y/o valores que observamos en la sociedad y que no siempre tienen porqué resultar aceptables.

Antes de exponer los objetivos que buscamos esclarecer en este artículo, creemos interesante destacar el hecho de que, frente a la evidente trascendencia que podríamos asumir en cuanto a influencia, en torno a la familia y la escuela como agentes educativos considerados principales, no podemos obviar que este hecho puede cambiar y cambia a lo largo de la vida, condicionado por las relaciones que el individuo va entrelazando y que parten del nivel más próximo comúnmente considerado, el familiar, hasta el ámbito general (Frías-Armenta, López-Escobar, & Díaz-Méndez, 2003).

Dada la particularidad señalada en cuanto al desplazamiento, o cuanto menos, complementariedad, de la influencia de elementos ajenos a la familia, la escuela o incluso las relaciones directas en el caso de las redes sociales y los influyentes en el aspecto educativo, en este artículo buscamos realizar una primera aproximación a la responsabilidad social educativa de algunos de aquellos agentes más externos. Vaya por delante que somos conscientes de la complejidad de este análisis, de ahí que lo que busquemos no sea concretar un trabajo definitivo, sino señalar los siguientes objetivos, que buscan como punto central, poner en evidencia la necesidad de estudios más extensos y que nos aporten una visión mayor de este fenómeno y sus cambios en los últimos años.

En cuanto a nuestros objetivos secundarios debemos destacar:

- Observar el papel de la tv hasta el surgimiento de las RRSS, cómo esta introducía ya en el pasado modelos de comportamiento y cuáles eran.
- Mostrar la trascendencia adquirida por las redes sociales aun en contra de la tv, aunque esta no haya desaparecido.
- Observar si los modelos de comportamiento han ido cambiando por influencia de las RRSS.
- Considerar la importancia de la RSEdu y los temas especialmente sensibles a ella en la actualidad.

Una vez expuestos los objetivos que buscamos plantear, comenzaremos a desgranarlos de forma sucesiva, tratando de reparar en el grado de responsabilidad social educativa que muestran y en cómo este ha ido cambiando o no, a lo largo de los años.

## Metodología

La manera de analizar los resultados que expondremos más adelante ha sido compleja y ha procurado seguir la metodología PRISMA. En primer lugar, nos acercamos a la consulta de materiales publicados en formato libro consultando tanto títulos que llevaran “Responsabilidad Social Educativa”, como los resúmenes y sinopsis, con los que realizaríamos la aproximación relativa a cuestiones más puramente educativas, como el concepto de agentes educativos. Para consultar trabajos en formato artículo, recurrimos a diversas bases de datos, entre las que destacan Dialnet y Web of Science, donde realizamos una primera batida, de nuevo por medio de títulos y resúmenes, a través de la introducción de términos como “Responsabilidad social+ Televisión”, “Responsabilidad Social Educativa + redes Sociales”, “Adolescentes + Redes Sociales”, o “Adolescentes + *Influencers*”. Las bases de datos arrojaron una cantidad nada desdeñable de resultados a los que aplicamos diferentes filtros.

Estos consistieron en la consideración de la fecha de publicación, posterior a 2015, por tratarse de un fenómeno reciente, salvo algunas excepciones concretamente relativas a la televisión, que consideramos referentes y aplicables a los objetivos que perseguíamos, a pesar de ser más antiguas. Ante la gran cantidad de trabajos que nos encontramos, debimos aplicar un segundo filtro eliminando los trabajos duplicados. Aunque, por tratarse de una primera aproximación, nos centramos como se puede apreciar en los términos de búsqueda, por considerar trabajos publicados en lengua castellana, esto no limita el trabajo al ámbito español, sino que engloba también artículos y estudios publicados en revistas o instituciones hispanoamericanas. Por último, consultamos la información institucional de las cadenas de televisión en España a partir de las páginas oficiales, de cara a obtener de primera mano y sin intermediarios la información que estas aportan en materia de protección a los menores.

Con todo ello, buscamos como decimos un primer acercamiento al tema que nos ocupa, que ya deja entrever de forma evidente la gran necesidad del tema en cuestión de ser abordado.

### ***La influencia social de la televisión y las Redes Sociales***

Desde los inicios de la televisión en abierto se ha sido consciente de la gran cantidad de información que podría entrar en todos los hogares y establecimientos a través de los canales de televisión y la programación contenida en ellos. Multitud de trabajos han mostrado la trascendencia de esta (Martín Serrano, 1981; Jiménez Hernández & Torres Barzabal, 2005; García Beaudoux, 2014; Crespo, 2005; Guarinos, Gordillo, Ramírez, Jiménez-Varea, & Hermida, 2010) y la importancia de preservar según qué contenidos de determinados sectores de la población, poco dados a ser críticos o a comprender de forma adecuada aquello que recibían sin filtro o control. En este sentido, se ha visto clara una relación entre los padres o tutores, que debían cumplir con esta función, su ausencia como supervisores y el llamado comportamiento antisocial (Justicia et al., 2006).

Este hecho ya nos da dos elementos en los que reparar. Por un lado, el de que la televisión tiene efectos en los individuos. Por otro, que debe ser reconocida su necesidad de supervisión, dadas las repercusiones que puede tener en el desarrollo de los individuos que la consumen, hecho sobre el que volveremos más adelante.

Precisamente esta necesidad de supervisión no ha sido siempre ignorada, pues las propias cadenas en abierto, en España, conscientes de la problemática que suponía y de su propia influencia, suscribieron un acuerdo en el que todas ellas, así como el entonces Ministerio de Educación y Ciencia, acordaron proteger a los telespectadores de determinados contenidos más sensibles en horarios susceptibles de presentar un público menos crítico. A pesar de ello, este código, refrendado en los años 90, no se consideraba una norma legal real, sino una meramente moral, de tal forma que, aunque suscrito por las cadenas de televisión, estas no se verían legalmente obligadas a secundarlo (Crespo, 2005).

En este sentido, se observa una dicotomía compleja. Por un lado, las propias televisiones serían conscientes del peso que sus contenidos tendrían en los telespectadores; por otro, no se observó un interés real en organizar de forma eficaz la oferta, de cara a amoldarla a las distintas edades susceptibles de consumirlas en uno u otro horario<sup>1</sup>.

A pesar de que este hecho podría considerarse menor, no podemos dejar de hacer notar el efecto que, según algunos estudios, tiene la exposición a ciertas informaciones en la formación y desarrollo de los niños y jóvenes. El acceso a determinados contenidos, especialmente los vinculados con la violencia o la sexualidad, nos lleva a considerar el eco de estos en sus comportamientos (Ruiz Pacheco, 1999). Este hecho se sustenta en las teorías de Bandura sobre el aprendizaje social, en donde se considera que precisamente uno de los grandes influjos a la hora de comprender cómo valerse en el mundo, se adquiere a partir de la observación de modelos socialmente aceptados (Crespo, 2005, p. 194). En este punto cabría plantearnos ¿Qué hay más interiorizado en la sociedad que los modelos televisivos o filmicos que se nos presentan en series y cine?

Respondiendo a esta pregunta y a modo de ejemplo, no podemos ignorar que lo que se muestra en los programas y series de televisión, como en el cine, no es ni más ni menos que una realidad social aceptada en el momento (Justicia et al., 2006 y Guarinos et al., 2010). Podemos encontrar para refrendar este hecho, ejemplos concretos sobre series de televisión en España donde se proponían determinados comportamientos al mundo infantil y adolescente. Es el caso destacado de las series *Física o química* y *el internado*, ambas estrenadas en la primera década de los años 2000, cuando la televisión aún no sentía la gran amenaza que son actualmente las redes sociales, y se consolidaba como un enorme factor de influencia sobre la población (Guarinos et al. 2010):

---

<sup>1</sup>Cadenas de televisión privadas como Atresmedia sí señalan su compromiso desde el punto de vista social con lo que consideran problemático: alimentación saludable, seguridad vial o seguridad en las redes sociales. No obstante, no muestran referencias a una limitación de los contenidos más allá de la edad recomendada de consumo (Atresmedia, 2024).

La ficción audiovisual posee la doble cualidad de representar un modelo y un espejo social al mismo tiempo. Como espejo refleja y recrea la sociedad de la que surge el relato, organizando historias ficcionales con patrones que reproducen esquemas de la realidad. Como modelo sirve para confirmar, perpetuar y consolidar las actitudes que representa. Por ello, el análisis de personajes dentro de las series de ficción permite extrapolar conclusiones en relación con las culturas que consumen esos relatos.

Estos mismos autores (Guarinos et al. 2010) señalan la trascendencia de aquello que observamos en la televisión, especialmente para algunos sectores de la población, entre los que destacan los adolescentes que, no solamente buscan reconocer y reconocerse a ellos mismos en los personajes de ficción, sino que llevan a querer ocupar el lugar de estos en la propia ficción que interpretan como realidad. Esta extrapolación de aquello que vemos en la pantalla debería ser uno de los primeros factores que nos inviten a pensar en la necesidad de considerar la responsabilidad social educativa de los medios de comunicación; dada la trascendencia y el riesgo que de ellos se desprende.

### ***Modelos de comportamiento***

Respecto a las ideas que se transmitían y se continúan incorporando a la sociedad desde los medios de comunicación, debemos poner énfasis en ciertos rasgos importantes y en los efectos que, como veremos, se han desplazado de forma más exagerada a las redes sociales y, por extensión, a la realidad social actual.

El primero de los patrones de comportamiento que debemos mencionar ya ha sido insinuado en las páginas precedentes. Nos referimos naturalmente a los estereotipos de conducta asociados a los personajes con los que niños y adolescentes se identifican. Estos modelos de vida han sido observados por parte de algunos expertos, tanto en el plano nacional, como en el internacional, siendo algo extensible entonces, al menos, a la cultura occidental (Crespo, 2005).

En este sentido, el rasgo social que surge de la televisión, pero que veremos extenderse rápidamente a las redes sociales, es el relativo a la sexualidad y al comportamiento abiertamente explícito de ciertos personajes en según qué series y películas de televisión. Aunque como hemos comentado anteriormente, se trató de extender un código deontológico que protegiera a distintos sectores de la población más sensible a según qué contenidos, ya los estudios señalan que, en los años 90, en la televisión, se observaban los siguientes cambios (Crespo 2005, pp. 193-194):

- a) Un incremento en el número total de referencias/actos sexuales explícitos, incluyendo la prostitución y la homosexualidad<sup>2</sup>.
- b) Incrementos modestos o elevados de las referencias verbales e implícitas en el contexto a actos sexuales completos.

---

<sup>2</sup> En los últimos años, la década de los 2020, se ha extendido este fenómeno al movimiento transexual, con ejemplos como los que se aprecian en la serie "Veneno", biopic de una conocida colaboradora de televisión, transexual y prostituta, emitida a través de la plataforma privada AtresMedia (2020).

c) Presencia consistente de la presentación de sexo prematrimonial y de infidelidad matrimonial, con la mayoría de las actividades sexuales ocurriendo entre personas no casadas entre sí frente a las ocurridas entre marido y mujer.

d) Presentación del sexo generalmente de una manera sugestiva, con un incremento de los comportamientos de coqueteo y de las insinuaciones verbales.

e) Escasez de presentaciones visuales de los comportamientos sexuales más íntimos: menos de 1 de cada 10 incidentes de actos sexuales completos tiene algún componente visual.

f) Los besos y las caricias eróticas son los únicos actos sexuales que se hacen visuales para los espectadores<sup>3</sup>.

g) Hablar de sexo es más frecuente que participar en él. En la mayoría de los casos, la conversación consiste en sueños o fantasías, y negación o rechazo total de la actividad.

h) Las enfermedades de transmisión sexual, los métodos anticonceptivos, el aborto y la homosexualidad raramente o nunca son mencionados.

i) Aunque generalmente el sexo en televisión es tratado dentro de un contexto de humor, se incrementa su presentación en programas de formato dramático.

j) Los estereotipos relativos a los papeles sexuales están presentes. Las mujeres tienden a actuar seductivamente y a recibir las insinuaciones verbales de los hombres. Sin embargo, se han encontrado indicios de una tendencia que presenta a las mujeres como iniciadoras de la actividad sexual tan a menudo como a los hombres.

k) Las edades de los participantes en los actos sexuales están entre los 20 y los 30 años y hay una tendencia a que las mujeres sean incluso más jóvenes.

Lo que se desprende de este tipo de estudios es la imagen completamente desregularizada de la sexualidad. Decimos “desregularizada” y no “liberalizada” porque no se limita a la práctica sexual sin supuestas “ataduras” la que se transmitía ya en este tipo de contenidos; sino la presencia de conductas que de una u otra manera pondrían en riesgo la salud de los personajes, como en el caso de las enfermedades de transmisión sexual, que, como acabamos de explicar en el punto h, raramente son mencionadas como un factor de riesgo.

Aunque pudiera parecer que las referencias que se hacen a este tipo de conductas proceden de hace unas décadas y, en el caso mencionado, del ejemplo de Estados Unidos, no podemos ignorar que este hecho se ha venido extendiendo a lo largo y ancho del área

---

<sup>3</sup> Aunque en general este hecho se puede sostener en el tiempo, se ha dado una ampliación a actos sexuales explícitos, como los presentados en la serie norteamericana “Juego de Tronos”, que llegaron, por su evidencia, a ser denunciados por las propias actrices que de ellos participaban.

de influencia de dicho país, en donde sin duda se encuentra la inmensa mayoría del mundo occidentalizado.

En cualquier caso, esta sería la realidad que se nos planteaba en los años 90 y 2000 a través de las series de televisión y películas, nacionales e internacionales que se consumían en los canales señalados y que no difiere de lo actual. Sin embargo, el de la sexualidad no es el único factor que debemos tener en cuenta. Otro de los papeles sin duda relevantes que jugaría la televisión como principal referente hasta la llegada de las redes sociales es el de la información.

Desde este punto de vista, en los últimos años se ha producido un efecto inverso. Esto es, con la aparición de las redes sociales y la proliferación descontrolada de los dispositivos portátiles personales, las novedades informativas han dejado de estar capitalizadas por la prensa y la televisión, y ahora se encuentran en manos de cualquiera a solo un botón de distancia. Esta novedad, ha supuesto una caída desmesurada del uso de la prensa en papel, que solo engloba ya a un 13,8% de los consumidores de información, frente a internet, que se lleva un 87,6%, por delante de la televisión con un 81,9%, siendo *youtube* la fuente más consultada (EGM, 2023). Evidentemente, este factor tiene otras consecuencias.

La primera de ellas es que se ha producido un viraje hacia otras fuentes de información, lo que a priori puede conllevar una mayor diversidad, pero también un problema de credibilidad, puesto que se desconoce quién posee la autoría de aquello que consumimos. No obstante, se ha observado un cambio significativo en esta materia. Según algunos estudios, este proceso se ha dado por los cambios favorecidos por el acceso a dispositivos como los *smartphones*, pero también por la mayor tendencia a una inmediatez y a priorizar cuestiones como confiabilidad, frente a la honestidad o a la objetividad (García Jiménez et al. 2018). Como se puede observar, nos encontramos aquí con otra de las señales de alarma, pues es la pretensión de tratar las noticias en función, ya no de la fuente que la proporcione o de su objetividad, sino de aspectos relativos a una supuesta credibilidad de su autor, pretendiendo ignorar o haciéndolo por falta de sentido crítico, la intencionalidad de los mismos.

Además, la preeminencia de las redes sociales que podemos observar frente a la televisión tiene otra motivación, más allá de la sencillez de su acceso. Nos referimos a la idea de internet como un ámbito privado en el que el sujeto crece de forma independiente, frente al ámbito público de consumo que supondría el uso del medio televisivo; por otro lado, es relevante señalar que se trataría de un acercamiento a la información más bien esporádico. Es decir, los adolescentes y jóvenes actuales no se sienten necesitados de consultar la información de actualidad, sino que esta aparece y se les facilita a través de las plataformas que ellos mismos consultan (García Jiménez et al. 2018).

Como se puede observar, se ha producido un desplazamiento del consumo de información a otros medios, perdiendo su preeminencia la televisión, por no mencionar de nuevo la caída sin precedentes de la prensa. Sin embargo, la pregunta que seguiría, recuperando lo que antes veíamos como modelos de comportamiento en televisión, es si

dicha influencia sobre las conductas se ha trasladado a las redes sociales, en qué medida o de qué modos.

Pues bien, como es evidente, de la misma manera que se ha movilizad el consumo de información hacia otras fuentes por su accesibilidad y su privacidad, los contenidos consumidos vía internet por parte de adolescentes y jóvenes también han aumentado en el plano de las redes sociales. En este sentido, este factor presenta una gran trascendencia en cuanto a patrones de conducta y comportamiento.

El primer elemento que debemos destacar es muy significativo e implica que, según algunos estudios como el de García Jiménez et al. (2018), los adolescentes son plenamente conscientes de la irrealidad de las series y los modelos de comportamiento que se les transmiten desde las plataformas y los contenidos audiovisuales, en cuanto a que son estereotipos. No obstante, sí consideran que lo que se muestra son relaciones realistas, posibles y, lo más importante, aunque se creen poco influidos por estos modelos en su vida diaria, sí sostienen que afectan o influyen sobre sus iguales (García Jiménez et al. 2018).

Este factor no es el único elemento que nos han traído, o que se ha visto agudizado, por las redes sociales. Actualmente encontramos ya, no solo ejemplos guionizados que, como decimos, reproducen un aparente modelo social más o menos cuestionable, sino que se ha dado una modificación de los perfiles de los personajes que actualmente suponen una influencia en la sociedad. Es en este contexto donde encontramos la figura de los nuevos fenómenos sociales, denominados con el término inglés *influencers* que Ferrer-López (2020), citando al *international bureau of information* define como:

aquellas personas que se considera que tienen el potencial de crear *engagement*, impulsar la conversación y/o influir en la decisión de compra de productos/servicios a un público objetivo. Estos individuos pueden variar desde celebridades hasta perfiles menos conocidos en un ámbito general, pero reconocibles en su propio nicho más especializado.

Como se puede observar, la publicidad en este caso, pero de igual modo en otros sectores de la comunicación, como el cine o la televisión, encuentra en estos personajes, “seguidos” por determinados grupos de la población, una inspiración o un modelo a imitar. Aunque no podamos limitar este fenómeno a los adolescentes y jóvenes, puesto que es extensivo a cualquier usuario de las redes sociales o la publicidad; dada la enorme conexión que ya hemos mencionado entre estos grupos poblacionales e internet, parece más probable que sea en estos grupos en donde se concentra la mayor parte de la “influencia”.

Un ejemplo interesante en este sentido lo representa un nuevo sector de *influencers* que destacan por relacionarse con un modelo estético novedoso. Es el fenómeno de las llamadas “microcelebrities”. Este reciente arquetipo publicitario y personal se ha extendido de forma generalizada especialmente en redes sociales como Instagram o tiktok, las más seguidas por los adolescentes desde la pandemia.

En cualquier caso, este tipo de fenómenos se ven reflejados de muchas maneras, aunque ya no se da tanto el mecanismo publicitario del rostro conocido por algún mérito o éxito (personal o profesional) concreto, sino que son personajes más o menos.

desconocidos que, por uno u otro motivo, se convierten en trascendentales para un sector de la población. Este es el ejemplo de las llamadas “curvys”, mujeres que, por su aspecto físico, nada tienen que ver con el mundo de la moda usual, pero que, a través de plataformas como las antes mencionadas se han convertido en escaparate de una nueva forma de entender la moda, el físico e incluso la salud (Blanes, 2017).

Como podemos observar a la luz de toda la información expuesta, la sociedad actual y particularmente los adolescentes y jóvenes, considerados ya “nativos digitales” y miembros de la llamada “generación Z”, se encuentran ante una realidad informativa y publicitaria que se ha transformado en los últimos años y que los lleva en muchas ocasiones a la engañosa idea de que solo internet basta (Salas Delgado, 2020).

Así, hemos pasado de recibir la información de forma más o menos controlada a través de la televisión y los medios de comunicación tradicionales, para hacerlo por vías tales como internet o las redes sociales. Esto ha supuesto no solamente una mayor posibilidad de elección para los consumidores, sino que desde el punto de vista de los propios productores de información y publicidad se ha requerido de una vuelta de tuerca. Si bien es un hecho que la crítica por la presencia de determinados contenidos más sensibles ya se daba en los años 90 en los programas de televisión, no podemos ignorar que la posibilidad de libre acceso y la individualización de las vías de comunicación, ha favorecido el crecimiento en el consumo de según qué contenidos.

Llegados a este punto y habiendo revisado la influencia o el uso actual que se le da a televisión y redes sociales, creemos oportuno abordar el último de los objetivos planteados en este artículo. Esto es, la situación actual de la Responsabilidad Social Educativa en un mundo hiperconectado y dónde queda el papel del resto de agentes educativos en la misma.

### ***Responsabilidad social educativa en los medios de comunicación y las redes sociales***

La importancia de los medios de comunicación y las redes sociales no se ciñe exclusivamente al contenido que nos aportan, sino que tienen un peso claro en la constitución de opiniones y estereotipos (Crespo, 2005). Como decíamos en páginas precedentes, la televisión propone una serie de modelos socialmente aceptados o, cuanto menos creíbles, de tal manera que los propios usuarios son conscientes, por lo menos en otros sujetos, del efecto que el consumo de ciertos materiales puede tener en la vida de los individuos (García Jiménez et al. 2018).

En cualquier caso, esta influencia no es ni gratuita ni esporádica, puesto que responde a una reproducción del contexto cultural. Es decir, lo que se traslada a las redes sociales y la televisión es lo que está presente en la sociedad que va a consumir esos

contenidos y ello tiene influencia en aquellos que, a partir de ideas más o menos ficticias, pretenden trasladar estos hechos a la realidad que les incluye.

Ello se puede ejemplificar en lo que se refiere a distintos temas:

En primer lugar, si hacemos referencia a cuestiones relativas a la violencia, se ha observado en estudios elaborados por la asociación americana de psicología (APA 1993 en Justicia et al. 2006) que los individuos expuestos a violencia a corta edad, así como aquellos que conviven con ella o que la perciben en la televisión de forma continuada, se vuelven más inmunes a los comportamientos de este tipo y, aún más, perciben el mundo como un lugar agresivo en donde solo podrán avanzar si luchan contra lo que les rodea.

Otro de los aspectos importantes que comenzó de forma masiva con la televisión, si es que podemos concretar un momento de inicio, y se extiende de forma unánime con las redes sociales, es la importancia del atractivo físico (Ruiz Pacheco, 1999). Es cierto que, en este sentido, recientemente y a través de las redes sociales, hemos observado el surgimiento de un fenómeno muy particular propio enteramente del mundo occidental desarrollado, puesto que no tendría sentido contemplarlo en los espacios del mundo donde no están cubiertas las necesidades básicas. Nos referimos al llamado fenómeno “curvy”, que ya hemos mencionado en relación con las redes sociales y las diferentes influencias. Este concepto, que se ha extendido en los últimos años, hace referencia a un tipo de *microcelebrity*, idea que ya reprodujimos más arriba, que busca, en cierta manera, contestar los cánones de belleza tradicionalmente presentes en el mundo occidental. Este tipo de mujeres, porque normalmente se asocia este fenómeno con el sexo femenino, busca en redes sociales mostrar otros patrones de belleza tratando de romper o, cuanto menos, de abrir, las costuras del mundo de la moda (Blanes, 2017).

Esto pudiera parecer una idea a priori aceptada, si no tenemos en cuenta los enormes problemas que los trastornos de la alimentación produjeron en los años 90 y 2000 y aun actualmente (Lacambra Morella et al. 2023). Es además especialmente relevante el hecho de que parece haber una más alta predisposición, entre otros factores, de desarrollar trastornos de la alimentación, cuando existe mayor consumo televisivo, no solo obviamente por lo que de la televisión se percibe, sino por la mayor tendencia al sedentarismo (Veses Alcobendas, 2015).

En cualquier caso, observamos otro factor determinante que se ve influido por el ámbito exterior, el relativo al aspecto o apariencia física.

Además, otro elemento que se ha demostrado influido por las redes sociales y la televisión es el concepto de “verdad”, por las llamadas *fake news* o incluso la conocida como “posverdad”. Estos fenómenos se muestran cada vez más presentes en el mundo que nos rodea, en tanto en cuanto cualquiera, desde cualquier dispositivo o punto del planeta puede hacer trascender una información sin la necesidad de ser cotejada aparentando, puesto que es lo que más valor parece tener, falta de intencionalidad (García Jiménez et al. 2018).

Si bien esta realidad no ha nacido recientemente, hasta hace relativamente poco tiempo, se priorizaba la información obtenida a partir de fuentes fidedignas, tales como periódicos o medios de comunicación oficiales (Turcotte et al. 2015). En este sentido, los últimos años se ha producido un fenómeno muy curioso. Se trata de la idea de que los usuarios encuentran las noticias ya no a través de los medios tradicionales, sino por vía de

las redes sociales, que proporcionan inmediatez, cercanía de la información e incluso poder centrarnos exclusivamente en la temática que nos interesa, sin tener que pasar por contenidos que nos podrían resultar ajenos. Este hecho es especialmente problemático en el contexto adolescente, donde el aparato crítico no está desarrollado (García Jiménez et al. 2018) y por tanto debe ser guiado o formado para poder contrastar los datos que asumen como ciertos, dando veracidad excesiva en ocasiones a la fuente en cuestión.

Finalmente, pero no de menor importancia, se debe destacar la influencia de las redes sociales y los medios de comunicación en el desarrollo de los estereotipos sexuales. Si bien es cierto que cada vez es más frecuente encontrarnos en redes sociales y televisión con personajes que pretenden romper los modelos de comportamiento que se espera de ellos, este hecho suscita ciertas tensiones con los aspectos tradicionalmente aceptados para los niños. Un ejemplo concreto sería precisamente el de las niñas y mujeres, que se ven hipersexualizadas en redes sociales y programas de televisión, lo que genera una autosexualización, pues el modelo que perciben desde pequeñas es precisamente este y ello las lleva a una dinámica de reproducción circular (Moreno Barreneche, 2021).

Ante semejante nivel de influencia, es necesario contemplar la necesidad de un cierto margen de control o supervisión en este plano. Si bien es cierto que, como ya hemos mencionado, hubo algún intento por parte de las autoridades en cuanto a los contenidos televisivos se refiere, también es verdad que este tipo de acuerdos no fueron nunca vinculantes.

Podría por otro lado, plantearse la complejidad de establecer un control sobre los contenidos, miles de millones, que podemos encontrar en las redes sociales. No obstante, el caso del COVID y sus famosas *fake news*, que dificultaron no solo la lucha contra la enfermedad, sino que supusieron en gran medida un riesgo para la salud colectiva y una sensación general de desamparo y ansiedad ante un mal que se desconocía (Cavadas Gormaz & López Talavera, 2022), nos demostraron la necesidad, si no de un control institucionalizado, por lo menos de una responsabilidad exigible.

Es precisamente este ejemplo, libre de todo cuestionamiento, el que nos lleva a plantearnos la necesidad de considerar la responsabilidad social educativa a todos los niveles, pero especialmente en el ámbito de las redes sociales y la televisión.

Como hemos planteado aquí de forma breve, estas están presentes en múltiples dimensiones de la sociedad, pero sobre todo están más vivas en los ámbitos más delicados, puesto que aquellos que se consideran más activos o conectados, por su condición de “nativos digitales” no presentan un desarrollo total del pensamiento crítico.

Es aquí donde debería entrar el fenómeno de la responsabilidad social educativa. Es necesario que parta de todos los ámbitos de la sociedad, pero es evidente que el más cercano, perentorio y sencillo es el que surge del ámbito familiar (Dans Álvarez de Sotomayor, et al. 2019).

Aunque esta es la primera y más prioritaria de las necesidades de responsabilidad educativa, no es la única. Como ya hemos comentado, hubo intentos por parte de los

medios de comunicación de tratar de controlar los contenidos, pero actualmente lo único que queda en aplicación es la recomendación en las edades de consumo que se señala en algunos medios de comunicación (RTVE, 2024).

No obstante, ¿qué es lo que encontramos entre las familias o usuarios primarios y las redes y medios de comunicación social? Podría responderse a esta pregunta que nada, tal es la eficacia de la comunicación y la cercanía entre los interlocutores, sin embargo hay un agente educativo que no se ha considerado. Nos referimos a la figura del centro educativo. Del mismo modo que en materia de educación se han integrado desde hace años la televisión o el cine (VV.AA, 2015), la necesidad de acercar las redes sociales a los centros escolares se hace cada vez más necesaria. Si bien recientemente multitud de comunidades autónomas han impuesto la prohibición de los dispositivos móviles en los centros escolares (Europa Press, 2023), no estaría de más ser conscientes de la dificultad de esta medida.

A pesar de que como decimos, se ha impuesto este veto a los teléfonos móviles por considerarlos perjudiciales para el aprendizaje, hay un factor que no podemos obviar: el hecho de que los menores pasan muchas horas, aunque sea fuera del centro, conectados a este tipo de redes de información. Esto conlleva dos fenómenos: por un lado, los alumnos sienten el dispositivo como algo más interesante y que capta su atención y por tanto aún más deseable y por otro, no invalida la idea de que deben aprender a interactuar con él (Mendoza Bernal, 2014). Si bien con esto no queremos decir que secundemos el uso de los teléfonos en las aulas, el hecho irrefutable de que los adolescentes tienen presencia en las redes sociales debe movilizarlos para reconocer en este ámbito un nuevo espacio de aprendizaje.

A la luz de todo esto, especialmente del escaso interés que parece suscitar este factor de responsabilidad en los medios de comunicación masivos, el mundo educativo no puede quedarse atrás. Prueba de ello es que, en la presente ley de educación (LOMLOE, 2020), se contempla la llamada Competencia Digital aseverando que “implica el uso seguro, saludable, sostenible, crítico y responsable de las tecnologías digitales para el aprendizaje, para el trabajo y para la participación en la sociedad, así como la interacción con estas”. Debemos proceder por tanto a asumir la responsabilidad que tenemos desde el ámbito educativo para tratar de hacer a nuestros alumnos, adolescentes y jóvenes, sujetos críticos y conscientes de la influencia que las redes sociales y demás herramientas mediáticas tienen en nuestra vida.

Como señalan Santiesteban Fernández & Jara (2020, p. 20):

El profesorado de ciencias sociales<sup>4</sup> debe proteger a sus estudiantes de los salvadores y de los tiranos, pero no a través de un discurso ideológico, sino ofreciendo herramientas de reflexión y de interpretación, enseñando a construir una argumentación fundamentada, para debatir y para contrastar con las ideas de los demás. En este sentido, la formación del pensamiento crítico es fundamental en un mundo digital, donde encontramos todo tipo de conocimientos, pero también todo tipo de mentiras y discursos del odio.

Ante la ingente cantidad de retos que podemos observar, desde las *fake news* y la falta de criterio, hasta la hipersexualización y el daño que la imagen corporal irreal puede hacer en los jóvenes y adolescentes; lo que procede es, si no dar un paso adelante en este sentido, por lo menos ser conscientes de los desafíos que se nos presentan.

## Conclusiones

---

Como se puede observar, la influencia de los medios de comunicación, en especial de las redes sociales, alcanza a todos los ámbitos de la existencia de los individuos; desde los más pequeños hasta la vida adulta, de un modo similar pero más intenso en cuanto más personal, a como lo hacía la televisión en sus primeros momentos. Influye desde la apariencia física y sus efectos en la autoestima hasta la forma que tendríamos de considerar al otro, los estereotipos construidos y las noticias que nos suscitan credibilidad. En todos estos casos nos encontramos con un fenómeno común: la falta de control.

Comentábamos al principio de este artículo la trascendencia de comprender qué o quiénes actuarían en nuestra vida como agentes educativos. Como decíamos, englobaban desde los padres y demás miembros de la familia hasta cualquiera de las colectividades de las que nos pudiéramos sentir parte. El asunto a tratar aquí sin embargo, es mucho más complejo. La atomización que se ha producido a través de los llamados *smartphones* o teléfonos inteligentes, generalizada en la actualidad, ha provocado un mayor acceso a la información, de calidad o no, para todos aquellos que gocen de acceso a internet. Este contacto con la realidad no es malo per se, pero debe ser contemplado en su contexto.

Como ya hemos recogido aquí, hay diversos aspectos que influyen en nuestro comportamiento y nuestra forma de ver el mundo, precisamente por la noción de “normalidad” que se nos transmite por diferentes vías. Un ejemplo de ello es la idea de la normalización de la violencia (Justicia et al., 2006), de los estereotipos de sexo femenino o masculino (Ruiz Pacheco, 1999) o de comportamiento sexual (Crespo, 2005).

Estos elementos, que han trascendido de forma evidente en los últimos años, han conllevado también un cambio social. Como hemos visto, no se asume de la misma forma

---

<sup>4</sup>Extender esta responsabilidad a todos los profesionales educativos es una cuestión de criterio, aunque es evidente que en la rama de conocimientos de Ciencias Sociales los contenidos parecen prestarse más al pensamiento crítico y su trabajo.

ni el atractivo físico, como en el ejemplo de las modelos “curvy” ni el principio de sexualización especialmente de las mujeres<sup>5</sup> y las niñas (Moreno Barreneche, 2021).

En cualquier caso, siendo como somos conscientes, a la vista de los distintos trabajos que aquí se han considerado, de esta cantidad de desafíos, llama la atención la principal limitación que nos hemos encontrado al asomarnos a estos factores, y es la falta de conciencia sobre el efecto que ello tiene en nuestra sociedad. Queda por tanto un camino que recorrer, no solo en el plano de las redes sociales, sino desde el punto de vista de los diversos agentes educativos. En una sociedad como decimos, cada vez más individualizada y más atomizada por el uso de los dispositivos personales, ante la impasibilidad de otros agentes, la escuela y la familia especialmente, como primeros responsables de los alumnos y generadores de pensamiento crítico, tienen una importante labor por delante.

## Referencias

- Atresmedia, C. (06 de 02 de 2024). *Compromiso Atresmedia*. Obtenido de <https://compromiso.atresmedia.com/>
- Blanes, M. J. (2017). Las curvy como modelo de ‘celebritización’ y empoderamiento en Instagram en *Cuadernos de información y comunicación*, 203-221. doi:<http://dx.doi.org/10.5209/CIYC.55975>
- Cabrera, L. (2020). ¿Es la educación un problema personal y/o social en España? en *Revista de Educación (388)*, 189-224. doi:10.4438/1988-592X-RE-2020-388-452
- Cavadas Gormaz, M., & López Talavera, M. (2022). Ética periodística, contra la guerra de guerrillas de las ‘fake news’. En A. Castellet, & J. P. Carañana, *Periodismo en red: acción y reflexión*, 175-190. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Crespo, M. (2005). Mensajes y modelos televisivos para los adolescentes. Estudio base para un análisis sistemático del contenido sexual de las series de televisión en *Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 187-214.
- Dans Álvarez de Sotomayor, I., et al. (2019). Familia y Redes Sociales: un binomio controvertido en *Aula abierta*, 48(2), 183-192.
- EGM. (10 de 01 de 2023). Estudio general de Medios. Obtenido de <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/internet>
- Europa Press (13 de diciembre de 2023). CCAA que ya prohíben el uso de teléfonos móviles en las aulas. *Europa Press*. Obtenido de <https://www.europapress.es/sociedad/educacion-00468/noticia-ccaa-ya-prohiben-uso-movil-aulas-20231213202439.htm>

<sup>5</sup> En este punto no nos referimos a la mujer como sexo biológico, algo que no es realmente importante en el contexto de las redes sociales o la televisión actual por la entrada del fenómeno trans, sino a la apariencia física de la mujer como objeto sexual.

- Ferrer-López, M. (2020). Neuromarketing y la medición del efecto de la publicidad de influencers en adolescentes en *Revista Mediterránea de comunicación*, 241-259. doi:10.14198/MEDCOM2020.11.2.11
- Frías-Armenta, M., et al. (2003). Predictores de la conducta antisocial juvenil: un modelo ecológico en *Estudios de psicología*, 1(8), 15-24. doi:https://doi.org/10.1590/S1413-294X2003000100003
- García Beaudoux, V. (2014). Influencia de la televisión en la creación de estereotipos de género y en la percepción social del liderazgo femenino. La importancia de la táctica de reencuadre para el cambio social en *Ciencia Política*, 9(18), 47-66.
- García Jiménez, A., et al. (2018). Consumo mediático de adolescentes y jóvenes. Noticias, contenidos audiovisuales y medición de audiencias en *Icono 14*, 16(1), 22-46. doi:10.7195/ri14.v16i1.1101
- Guarinos, V. et al. (2010). Masculinidades de ficción televisiva y retroalimentación online. Jóvenes y adolescentes en-red-ados fuera y dentro de Física o química y El internado en *Comunicación y desarrollo en la era digital: II Congreso internacional de la AE-IC*, 9-20.
- Jiménez Hernández, A. S., & Torres Barzabal, L. (2005). Influencia de la televisión en la educación familiar en *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 2(25), 1-11.
- Justicia, F. et al. (2006). Aproximación a un nuevo modelo explicativo del comportamiento antisocial en *Electronic journal of Research in Educational Psychology*, 4(2), 131-150.
- Lacambra Morella, R. et al.(2023). Trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes. *Revista Sanitaria de Investigación*.
- LOMLOE. (2020). Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOMLOE). BOE.
- Martín Serrano, M. (1981). La influencia social de la televisión: niveles de influencia en *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 39-56.
- Martínez Domínguez, L. M. et al. (2023). *RSEdu. Responsabilidad Social Educativa*. Almuzara Universidad.
- Mendoza Bernal, M. I. (2014). El teléfono celular como mediador en el proceso de enseñanza-aprendizaje. *Omnia*, 9-22.
- Moreno Barreneche, S. (2021). Autosexualización de niñas y adolescentes en redes sociales digitales: Autosexualización de niñas y adolescentes en redes sociales digitales: una aproximación teórico-conceptual desde la semiótica social en *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, 89-105.

- ONU. (1948). Declaración universal de Derechos Humanos. París: Resolución 217 III (A).
- RTVE. (06 de 02 de 2024). *Código de autoregulación sobre contenidos televisivos e infancia*. Obtenido de <https://www.rtve.es/codigo-autorregulacion/>
- Ruiz Pacheco, C. (1999). *Evaluación del atractivo físico de modelos audiovisuales: procesos de identificación en niños y adolescentes*. Universidad de La Laguna.
- Salas Delgado, M. V. (2020). Convergencia entre Nativos Digitales e Inmigrantes Digitales en *Sinergias Educativas*, 224-240. doi:<https://doi.org/10.37954/se.v5i1>
- Santiesteban Fernández, A., & Jara, M. Á. (2020). Las lecciones de la pandemia y la responsabilidad del profesorado de Ciencias Sociales en *Revista Escuela de Historia*, 2(19), 1-21.
- Turcotte, J. et al. (2015). News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking en *Journal of Computer-Mediated Communication*, 520-535.
- Veses Alcobendas, A. M. (2015). *Factores implicados en el desarrollo de los trastornos del comportamiento alimentario en adolescentes españoles*. Memoria para optar al título de Doctor. Universidad Complutense de Madrid.
- VV.AA. (2015). Cine, sistema educativo, responsabilidad social e influencia en el entorno ciudadano en *Aularia.org*, (2), 9-18.

