



La hipersexualización en las niñas a partir del contenido de los medios

Saray Reyes Avilés

sareavi@hotmail.com

Instituto San Lucas, Morelia

Resumen

El culto a la estética corporal fundamentada en el deseo sexual ha reformado los cánones de belleza, de ahí que el concepto hipersexualización sea común actualmente, la hipersexualización da pauta a un esquema que proporciona valor social a una persona que posee atractivo sexual. Los medios de comunicación se saturan de imágenes de cuerpos poco naturales que se convierten muchas veces en modelos a seguir de quienes consumen los contenidos. No conseguir estos objetivos puede provocar frustración al intentar ser atractivos por aceptación y admiración social.

Palabras clave: hipersexualización, niñas, contenidos mediáticos.



La hipersexualización en las niñas a partir del contenido de los medios

Saray Reyes Avilés

sareavi@hotmail.com

Introducción

En la actualidad los parámetros de la estética femenina están dictaminados por el deseo sexual que la mujer provoca, con cánones muy específicos respecto a los prototipos de cómo debe ser una mujer para ser deseable y por ende exitosa; es así como la extrema delgadez y la exuberancia se convierten en metas que las mujeres que desean ser valoradas socialmente están obligadas a cumplir.

Estos modelos sociales de aceptación a través de la hipersexualización llegan a las niñas por conducto de los medios masivos de comunicación, y es así como la publicidad, la música, los dibujos animados, el cine, la televisión y hasta los juguetes se convierten en el vehículo informativo de lo que la sociedad espera de ellas, ejerciendo una poderosa influencia en la construcción de su personalidad.

Con el objetivo de crear consciencia de que la hipersexualización está vigente en los contenidos mediáticos que consumen las niñas y que esto puede conducir a trastornos emocionales como la frustración, presentamos la siguiente investigación, ya que estamos conscientes de que los contenidos mediáticos hipersexualizados han revolucionado a la infancia, exponiendo a las niñas a los supuestos “beneficios” que el erotismo puede otorgarles.

Aproximación teórica

Según el sitio web www.abc.es el concepto de **hipersexualización infantil fue definido como tal en el 2001 dentro del informe Bailey** como: “La sexualización de las





expresiones, posturas o códigos de la vestimenta considerados como demasiado precoces.” Dicho informe fue solicitado por el Ministro de Educación del Gobierno británico de **David Cameron**, quien encargó un estudio sobre la **sexualización y comercialización de la infancia** a Greg Bailey primer director ejecutivo varón de la **Mother’s Union**.¹

De acuerdo al informe Bailey los niños, pero en especial las niñas están siendo utilizadas y sexualizadas de un modo excesivamente precoz, innatural e insano para su desarrollo, como medio para vender a los adultos y a ellas mismas ir las preparando para lo que la sociedad espera de ellas, a través de la comercialización de diversos productos, que van desde muñecas hasta comida, sin olvidar los accesorios como ropa, zapatos, perfumes y joyas.²

El estereotipo del valor sexual en las mujeres se transmite masivamente a través de los medios y se replica constantemente en los referentes sociales y hasta familiares, esto debido a que no existe una gran variedad de patrones a seguir (como en el caso de los caballeros), predisponiendo así a las niñas a continuar con el patrón preestablecido debido a la ausencia de alternativas.

Ante este panorama es usual que las niñas **opten por este rol como el ideal**, ya que aún no poseen sentido crítico, siendo así que aprenden a temprana edad que si se visten y actúan de determinada manera serán valoradas socialmente; cimentan su autoestima e

¹ <http://www.abc.es/agencias/noticia.asp.noticia=8394> recuperada el 20 de marzo de 2015

² <https://www.gov.uk/government/collections/bailey> recuperada el 20 de marzo de 2015



identidad basadas en su imagen. Se valoran sí mismas en función del atractivo físico y el interés sexual que inciten.

Se desarrollan mujeres **vulnerables en constante batalla por conseguir el patrón estético predispuesto y** como consecuencia inherente están inclinadas a ser **personas en constante frustración** sino pueden alcanzar la meta de la estética social, tema que está estrechamente vinculado al papel de la mujer como objeto sexual.

Se torna significativo el tema de la hipersexualización sobreexpuesto en los contenidos mediáticos a los que tienen acceso las niñas, ya que muchas veces estos contenidos son su primera fuente de información en torno a la educación sexual, misma que no debe ser reducida solo a la genitalidad “porque es un elemento básico de la personalidad, un modo propio de ser, de manifestarse, de comunicarse con los otros, de sentir, expresar... exige por tanto la integración de los elementos biológicos, psico-afectivos, sociales y espirituales que conlleva la sexualidad humana” (Bonnin, 2001, pag. 243)³

Con el paso del tiempo los contenidos de los medios, en específico los dibujos animados dirigidos a niñas han evolucionado su estética, dando paso a una marcada hipersexualización de sus personajes, si hacemos un análisis comparativo entre la “Rosita Fresita” de la década de los 80’s con la “Rosita Fresita” de la década del 2010, es muy notorio el cambio, encontraremos ahora una delgada niña que ha perdido totalmente los rasgos propios de la infancia, y lo mismo pasa con las Princesas de Disney, podemos observar que “Campanita” ya no es el hada infantil que aparecía originalmente junto a Peter Pan; ahora con las nuevas herramientas para el diseño de

³ Bonnin, Eduardo “Ética Matrimonial, Familiar y Sexual” Ediciones Paulinas, México 2001, página 243





dibujos animados las protagonistas se han hipersexualizado. ¿Y qué decir de los contenidos de dibujos animados que nacieron en esta década como las Monster High?.

Metodología

Grupo Focal

Nuestra investigación se encuentra trabajando en una primera fase con esta herramienta social en aras de obtener información cualitativa. El grupo focal está conformado por 15 niñas de la Escuela Primaria Urbana Federal “Luis González” del turno matutino, clave 16DPR0954T de la localidad de San Isidro Itzicuaró del municipio de Morelia Michoacán, las niñas son alumnas de segundo, tercero y cuarto año de primaria cuyas edades oscilan entre los 7 y 9 años de edad.

Los temas a desarrollar con ellas son:

- Monster High, (dibujos animados y juguetes)
- Barbie (dibujos animados y juguetes)
- Princesas Disney (dibujos animados y juguetes)
- Bratz (dibujos animados y juguetes)⁴

Resultados

De acuerdo a la primera fase (Monster High) de nuestra investigación, que es la que hemos concluido con el grupo focal (puesto que pretendemos seguir avanzando en la investigación) el resultado presenta la siguiente información:

⁴ Consultar anexo 1



- Las Monster High son poderosamente atractivas para las niñas, admiran su ingenio y lo bonitas que son, a pesar de ser hijas de Monstruos. Les gusta que sean delgadas.
- Gustan de su vestuario, maquillaje y peinados.
- Les gusta que son amigas y siempre se divierten.

Consideramos que las opiniones vertidas por el grupo focal arrojan que:

- Obtienen en el contenido una fuente de inspiración y modelo a seguir.
- Son susceptibles de sufrir trastornos de alimentación puesto que admiran la extrema delgadez de las protagonistas.
- Tácitamente asumen el modelo predispuesto de ser estéticas para ser aceptadas y gozar de éxito social y hasta emocional en su vida adolescente y adulta.
- Reafirmar la importancia de la imagen, dejando de la lado los otros aspectos que conforman la personalidad.

Conclusiones

Esta es una investigación que se encuentra en desarrollo y que dista de concluir aún, sin embargo es claramente visible que la hipersexualización llega desde el exterior a través de diversos estímulos, pero la exposición a contenidos mediáticos incita directamente el deseo de figurar socialmente ya que les dice cómo tienen que vestir, cómo tienen que peinarse y cómo tienen que ser para ser aceptadas. Sin embargo existen alternativas viables para crear conciencia acerca de la hipersexualización como la dosificación de los contenidos y la supervisión adulta que guíe y oriente lo que muestran los medios.



Bibliografía

Páginas web

- www.abc.es
- www.gov.uk/government/collections/bailey
- www.monsterhigh.com/es
- www.mattel.com

Fuentes Bibliográficas

Bonnin, Eduardo “Ética Matrimonial, Familiar y Sexual” Ediciones Paulinas, México 2001

Forcano, Benjamín “Nueva Ética Sexual” Ediciones Paulinas, Madrid 1981

González Gerardo, Duarte Patricia “La violencia de género en México, un obstáculo para la democracia y el desarrollo” Editorial Universidad Autónoma Metropolitana, México 1996



Anexo 1

Monster High

Es una franquicia de productos de juguetería y audiovisuales que nació en julio del 2010, con el lanzamiento de muñecas por Mattel. Los personajes son de aspecto humano, pero están inspirados en películas de monstruos y ficciones de terror, distinguiéndolos de los muñecos más de moda. Fueron creados por Garret Sander, con ilustraciones de Kellee Riley; Barbie y Monster High están hechos por Mattel pero, a pesar de ello, compiten en el mercado.⁵

Trabajo con Grupo Focal (16 marzo 2015)

Fase 1 Monster High

1. Exhibición de dibujos animados
2. Aplicación de cuestionario para niñas de 7 a 9 años
 - Cuestionario:
 1. ¿Te gusta Monster High, por qué?
 2. ¿Cuál es tu personaje favorito, por qué?
 3. ¿Qué es lo que más te gusta de las aventuras de Monster High?

⁵ <http://www.monsterhigh.com/es>