



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.  
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada, Toluca, Estado de México. 7223898475*

RFC: ATI120618V12

**Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.**

<http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/>

**Año: XI      Número: 2      Artículo no.:30      Período: 1 de enero al 30 de abril del 2024**

**TÍTULO:** Análisis de la hipersexualización de menores derivada del tipo de contenidos presentes en los medios de comunicación a gran escala.

**AUTORES:**

1. Dr. Oscar Roberto Espinoza Lastra.
2. Lic. Evelyn Elizabeth Suárez Espinosa.
3. Psic. Fanny Monserrath Alarcón López.

**RESUMEN:** La inquietud contemporánea sobre la hipersexualización de niños y niñas se intensifica dado el creciente acceso de los menores a información estereotipada a través de los medios de comunicación masiva. Este estudio, arraigado en marcos teóricos pertinentes, orientó un análisis de campo para evaluar la percepción y aceptación de padres frente a manifestaciones de hipersexualización en menores. Se desarrollaron instrumentos de recolección de datos y se aplicaron encuestas a padres con hijos entre 7 y 12 años en la ciudad del Puyo. Los resultados sugieren un aumento gradual de la hipersexualización en niños y niñas, impulsado por la constante influencia de los medios de comunicación masiva.

**PALABRAS CLAVES:** estereotipos, menores, hipersexualización, padres, medios masivos,

**TITLE:** Analysis of the hypersexualization of minors derived from the type of contents present in the mass media.

**AUTHORS:**

1. PhD. Oscar Roberto Espinoza Lastra.
2. Bach. Evelyn Elizabeth Suárez Espinosa.

3. Psych. Fanny Monserrath Alarcón López.

**ABSTRACT:** Contemporary concerns about the hypersexualization of boys and girls are intensifying given the increasing access of minors to stereotyped information through mass media. This study, rooted in relevant theoretical frameworks, oriented a field analysis to evaluate parents' perception and acceptance of hypersexualization manifestations in children. Data collection instruments were developed and surveys were applied to parents with children between 7 and 12 years old in the city of Puyo. The results suggest a gradual increase of hypersexualization in boys and girls, driven by the constant influence of mass media.

**KEY WORDS:** stereotypes, minors, hypersexualization, parents, mass media.

## **INTRODUCCIÓN.**

Los niños y niñas actualmente se encuentran expuestos a una exposición caótica de contenidos de todo tipo, donde los mass media (medios masivos) juegan un rol trascendental en la formación de autoconceptos, y la cimentación de principios y valores, de la mano de las TICs y la globalización.

La familia conservadora prioriza ante cualquier situación vigente, un entorno socioafectivo y educacional lo más favorable para los menores; no obstante, la sociedad y cultura de masas ganan espacio a través de implantación de modas promovidas por el mercantilismo y el consumismo, provocando una constante modificación de la cultura, de las formas de percibir lo correcto e incorrecto que moldea la moralidad y la práctica de valores hacia nuevos paradigmas.

En el presente estudio se analiza la fijación e interacción de niños y niñas en determinados contenidos disponibles en medios de masas, y principalmente en los medios digitales, incluyendo también las redes sociales. Toda información transmitida públicamente por los medios de masas, ya sea en formato de video, texto, audio u otros, tienen una capacidad de viralización, cuya exposición continua incide en la mentalidad de las personas, especialmente en aquellas que se encuentran en etapa de construcción y afirmación de su personalidad, como son los niños, niñas y adolescentes.

La problemática planteada es, desde muchos años atrás, abordada por muchos países con la prioridad que exige precautelar la salud emocional y el proceso de desarrollo evolutivo de niños y adolescentes. En España, por ejemplo, ante la preocupación del incremento de la sexualización de la infancia, impulsaron aprobar una ley sobre promoción de medidas para combatir este problema, cuya norma pretende que las empresas publicitarias y de comunicación produzcan contenidos publicitarios respetuosos y consistentes con la igualdad de género, evitando la publicidad sexista, lo cual implica también, sensibilizar y advertir a los próximos profesionales de la comunicación publicitaria y comercial sobre los riesgos de la sexualización infantil, para que eviten la creación y difusión de contenidos publicitarios que propaguen la adopción de estereotipos sexualizados (Bustamante-Ventisca et al., 2020).

La sociedad, de manera directa o indirecta se ve expuesta a adoptar conductas propias de la hipersexualización al estar permanentemente impactada por contenidos cargados de estereotipos que se transmiten o se acceden de forma constante por medios masivos, sin restricciones de edad ni franjas horarias, impulsando estilos de vida y comportamientos asociados a lo estético, la lujuria, la sensualidad y la sexualidad (Espinosa, 2021). En redes sociales, por ejemplo, se muestran representaciones idealizadas e hipersexualizadas del cuerpo, lo que da paso a la auto cosificación, a la fascinación física y a la cosificación del ser humano, especialmente de la mujer. Aplicaciones como Instagram se caracteriza por ser una red social donde la fotografía es su principal contenido, el cual, sumado a las habituales prácticas de edición de imágenes permite difundir gran cantidad de rostros y cuerpos estéticamente deseables para una cantidad importante de personas (Martín & Chaves, 2022). Para Borthiry & Ramos (2020) “se entiende a la hipersexualización como las referencias constantes que tiene el niño sobre el cuerpo, parte sexuales, relaciones sexuales, diferencias entre los sexos biológicos” (P. 492).

Para tener un conocimiento más concreto de lo que es y sus consecuencias en el comportamiento de los niños, la académica Gabriela Orozco, de la Facultad de Psicología de la UNAM, menciona que el fenómeno social conocido como hipersexualización resalta la sexualidad de los menores, y los muestra actitudinalmente como adultos, cuyo proceso antinatural no es saludable para ellos ya que podría afectar su salud mental y psicológica, provocando ansiedad, depresión, insatisfacción y trastornos alimentarios como anorexia y a una edad más temprana (Fuentes & Rodríguez, 2021).

En los últimos años se ha visto una creciente en las conductas hipersexualizadas de niñas y niños, debido a la cantidad de contenido sexualizado que se obtiene de los mass media, y que son consumidos sin restricción ni orientación en el entorno familiar, educativo y social. En este sentido, se observan modificaciones en la imagen que proyectan los juguetes infantiles respecto a las de épocas anteriores, las historias o la temática que relatan los dibujos animados en televisión y las enseñanzas que dejan, las prendas de vestir, maquillajes, peinados, posturas, actitudes, en fin, una serie de comportamientos que se vuelven cada vez más comunes y se imponen como normales en la sociedad actual, y consecuentemente se induce a los menores a apropiarse de esas ideas e imágenes, representando un peligro para el desarrollo sano e integral de niños y niñas (Alonso et al., 2022)

La hipersexualización en niños surge del deseo de posicionar y mantener modas, cuya idea de que la sociedad vive en un mundo valorado más por sus atributos físicos se ve constantemente en las redes sociales, programas de televisión, campañas de moda, temas musicales, muchos actores, deportistas e influencers quienes fanatizan con una irrealidad que se vuelve agradable y aspirada por las masas. Contribuye a la erotización de los menores de edad, en particular las niñas, quienes crecen prematuramente, haciendo que dejen de disfrutar de su infancia y de sus propios juegos. (Fernández, 2022)

Desde que el internet irrumpió el funcionamiento de la comunicación los tiempos cambiaron, la infancia cambió, las largas jornadas de juegos en la calle y con amigos se reemplazaron por dispositivos electrónicos y el televisor. Las tecnologías avanzaron en las áreas como videojuegos, informática y

comunicaciones, han evolucionado, posibilitando realizar múltiples tareas, desde trabajo hasta el ocio en las redes sociales. Niños y niñas acceden libremente a redes sociales como una forma de distracción permanente.

La hipersexualización es una problemática que consiste en poner en primer plano los atributos sexuales de una persona por encima de otras cualidades. Este fenómeno se ha presentado en la sociedad desde hace tiempo, pero recientemente ha sido objeto de debate y análisis, especialmente en lo que respecta en el desarrollo de los niños y niñas.

Según la información disponible, la hipersexualización infantil es una de las formas más preocupantes de este problema. En este sentido, se ha demostrado que la exaltación de la belleza física y los atributos sexuales en los niños puede tener efectos negativos, particularmente en una baja autoestima, depresión, estrés y ansiedad, entre otros problemas. (Llovet et al., 2022)

Es importante señalar que la hipersexualización no afecta solo a niñas, niños y adolescentes, sino también a adultos, especialmente mujeres. Los anuncios publicitarios siguen contribuyendo a la construcción de estereotipos sociales, como por ejemplo, el rostro y el cuerpo ideal, constituyendo todo ese cúmulo de anuncios en un referente para buscar asemejarse. Los valores relacionados con el cuerpo femenino se asocian con la belleza, la juventud, la esbeltez y la voluptuosidad, criterios que se implantan en el consciente e inconsciente de las personas en gran medida por la publicidad y la moda, que son referentes de belleza, atractivo y éxito (Muñoz López, 2014, citado en Grande-López, 2019).

Las redes sociales se han convertido en la mejor plataforma de exhibición comercial, y los cuerpos de mujeres cada vez más jóvenes se muestran como imágenes promocionales para complacer y obtener beneficios económicos. Algo que puede ser aceptado y premiado porque es sinónimo de tendencia, popularidad, éxito, aprobación social, privilegio, fama, victoria, etc. Una vía es haciendo que los niños aceleren su desarrollo hasta convertirse en adultos, las niñas, sin saberlo, pierden su infancia y nunca la recuperan.

Reconocer y valorar a los niños y niñas únicamente por su atractivo físico, ignorando todas otras cualidades que los hacen humanos, es sexualizar o erotizar las actitudes, sus expresiones, sus acciones y conlleva al empleo de una vestimenta precoz, que generalmente pasa a formar parte del prototipo de belleza, transformando al individuo en objeto sexual para los demás.

Así también, es importante analizar cómo el cuerpo de la mujer ha sido objetivado en el ámbito publicitario y en los mass media, condicionando su rol a ser un objeto de intercambio y de deseo siendo apenas una parte pasiva. En este contexto de ideas, para Walter (2010. citado en Urueña & Eslava, 2022) cuando las mujeres suelen emplear la belleza y la deseabilidad como fuente de poder, tal situación termina haciéndolas dependientes de una mirada masculina, y generalmente acaba como una trampa en sí misma.

En países cuyas economías son débiles y existen elevados índices de desempleo, la necesidad por generar ingresos predispone a la sociedad a la aceptación de actividades en los cuáles la imagen física juega un factor determinante, formándose un efecto sensorial de que las oportunidades van de la mano de lo estético, tornándose en una forma de subsistencia en donde estos estereotipos basados en la sensualidad y el erotismo se los adoptan como una norma imperativa en el mundo laboral, social, sentimental o personal, y ese pensamiento se transmite en el hogar y es parte de la formación de los hijos.

Teniendo en cuenta lo anterior, los niños, para que se adapten a lo que la sociedad espera buscan pareceres mayores. Los concursos de belleza, las niñas maquilladas o los niños que bailan canciones en posiciones sexualizadas parecen divertidos para algunos adultos; sin embargo, representan una forma de violencia que puede tener consecuencias negativas.

Según De Pedro (2019), esto conlleva a que todos aquellos niños y niñas, hipersexualizados sean hiperconsumistas, poco tolerantes a la frustración, se identifican con ídolos mayores a ellos, esto los lleva a publicar contenido basado de alguna manera, en el parecido a la imagen de sus ídolos, muchas

veces hipersexualizada, consiguiendo captar la atención de adultos con intenciones maliciosas o exponiéndose a ser posibles víctimas de otros riesgos de internet.

Es necesario que, para prevenir las cifras de hipersexualización, se proporcione una orientación adecuada, tanto hacia padres como a hijos, sobre lo que implica quererse y aceptarse cada quien como lo que es, valorar y respetar su cuerpo y promulgar la práctica de valores y de respeto. Las instituciones educativas deben crear espacios de reflexión respecto a la orientación emocional y actitudinal de los niños y niñas, combatir el bullying para contrarrestar las depresiones y los rechazos por temas de apariencia física.

El estudio efectuado tuvo como objetivo valorar la influencia de los contenidos de los mass media en la hipersexualización de un grupo de niños y niñas en la ciudad de Puyo, cantón y provincia de Pastaza en Ecuador.

## **DESARROLLO.**

### **Materiales y métodos.**

La presente investigación se enfocó en la hipersexualización de los niños y niñas en los medios digitales, en la parroquia Puyo, provincia de Pastaza. Se recurrió a un diseño no experimental que se aplicó de manera transversal, una vez considerado que el tema investigado tuvo el sustento teórico necesario, se realizó una investigación de tipo descriptivo para conocer a detalle el fenómeno de estudio.

Se trabajó con un planteamiento metodológico de enfoque cualitativo, puesto que este es el que mejor se adaptó a las características y necesidades de la investigación, a través de dos grupos focales de diez niños y niñas por sesión, en donde se analizaron algunos comportamientos y actitudes respecto a su inclinación por distintos objetos (juguetes infantiles) y su preferencia y fijación por contenidos animados en distintas categorías de ilustración de tal manera que se evaluó su predilección en cada elección. A través de encuestas se buscó conocer qué tan conscientes se encuentran los padres o tutores

de los niños y niñas acerca de prácticas de crianza que induzcan al menor hacia la hipersexualización infantil.

El estudio empleó también métodos de carácter teórico para describir y analizar el comportamiento de los niños durante las sesiones de grupo. De forma similar, el estudio individualizado de padres de familia implicó un proceso inductivo-deductivo, y en general en otras etapas de la investigación.

La población de estudio estuvo integrada por niños y niñas de 7 a 12 años y sus padres que viven en la ciudad de Puyo. La encuesta estuvo dirigida a 265 padres de familia con la finalidad de obtener su conocimiento acerca del tema de estudio, y la entrevista a profundidad se direccionó a recabar el criterio de un profesional en psicología con experiencia en casos de hipersexualización, complementados con los grupos focales anteriormente mencionados.

La técnica para el procesamiento de datos que se utilizó en el estudio fue el programa SPSS con la técnica de tablas cruzadas. Permitió el análisis de la percepción de las personas que participaron en el estudio sobre la influencia de los mass media en la hipersexualización de los niños y niñas de la ciudad de Puyo.

### **Resultados.**

El estudio realizado sobre la percepción de los padres ante la hipersexualización en los menores, y el poder que influye los mass media, en el desarrollo del comportamiento, se expresa en los siguientes resultados.

El acceso a dispositivos inteligentes de los niños y niñas se da en un 40,69 % de la muestra. El uso de Smartphone ha permitido a los menores tener acceso a aplicaciones de moda, tales como el tiktok, que ha incitado a niños a realizar bailes, lip sync, o los denominados challenge.

En esas aplicaciones, los contenidos que exponen en las redes sociales no siempre son seguros para los hijos e hijas. Se detectaron las siguientes opiniones, teniendo un 24,50% de los padres de familia que no tienen restricciones frente al contenido de las redes sociales, mientras que un 75,50% mencionan

que sí hay restricciones ante los diferentes contenidos que los sus hijos visualizan en las diversas plataformas digitales.

Así, por ejemplo, las políticas de seguridad de diferentes plataformas digitales no son conocidas por muchos padres de familia, ya que pocos revisan y conocen sobre ello, simplemente confían, o no le dan la importancia porque de todos modos requieren acceso a la aplicación.

Por ende, las plataformas digitales en la actualidad tienen una gran influencia en niños y niñas, provocando en ellos diversas reacciones ante la restricción del límite de tiempo impuesto por sus padres, frente a una pantalla. Si bien, la mayoría de los menores acatan estas restricciones, existe un 29% de niños que adoptan una conducta de rebeldía y de depresión.

Por otra parte, el estudio identificó que los menores utilizan diariamente las aplicaciones, con un 91% de padres que permiten a sus hijos e hijas utilizar los diferentes dispositivos. La figura 1 muestra el número de horas en promedio que los padres autorizan a los menores el uso de ellos.

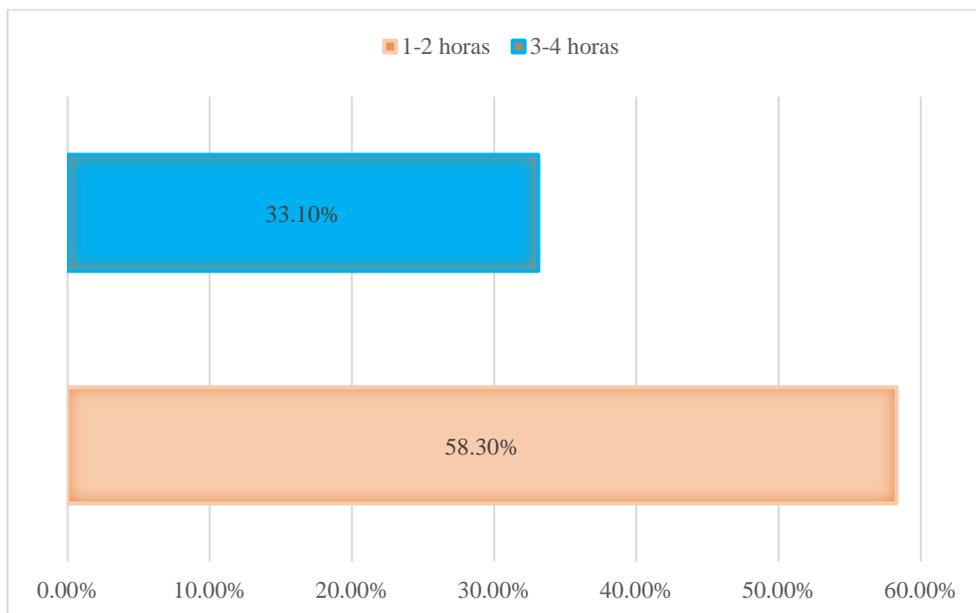


Figura 1. Tiempo de uso de dispositivos electrónicos.

Según lo expuesto en los incisos anteriores, se debe tener en cuenta la influencia de los contenidos digitales en la formación de los hijos e hijas. Del estudio se desprende que, el 56% de los padres de familia consideran que la exposición frecuente a videos, imágenes, juegos, y otros contenidos está

influyendo negativamente en la formación de su conducta, mientras que un 19% de padres manifiestan que no han observado cambios en el comportamiento de sus menores.

### **Situaciones recurrentes de hipersexualización.**

Mediante el proceso de observación a niños y niñas en la ciudad de Puyo, se identificó que durante su interacción diaria entre compañeros o amigos, los niños y niñas conversan e imitan las tendencias que visualizan en diversas plataformas digitales o en la televisión, las cuales se reflejan en la forma de vestir, la ropa y accesorios que usan, imitando estilos y modas de gente de la farándula como, por ejemplo: cantantes de estilos reguetón, pop, rock, trap, entre otros, dando estilos de ropa ajustada o escotada, tacones altos, maquillaje, perforaciones. Asimismo, se divisó que los padres otorgan a sus hijos e hijas un Smart Phone, los cuales interactúan en diversas plataformas digitales donde publican estos contenidos sobre la moda, formas de expresión, el habla, entre otras cosas, con el fin de volverse iguales a sus ídolos los llamados influencers, y adoptan las nuevas tendencias que estos inician y las recrean en su entorno influenciando a sus semejantes a estos comportamientos.

### **Criterio de los especialistas sobre sobre la hipersexualización en niños y niñas.**

De acuerdo con el primer especialista consultado, la hipersexualización en los niños se reproduce, en cierta medida, porque los padres tienen poca comunicación con sus hijos, están ausentes y no prestan atención ni brindan orientaciones a sus hijos a esas edades. El lenguaje no es apropiado a su edad, así como la vestimenta, el maquillaje y los juegos. Las mayores afectaciones radican en ser víctimas de acoso o ser sexualmente precoces. El problema también se acentúa cuando se le atribuye al niño o niña tener enamorado(a) o novio(a) cuando a esa edad es muy prematuro para el menor comprender lo que implica amor de pareja, asociándolo a expresiones de afecto corporal y sexual.

El segundo experto entrevistado menciona que la hipersexualización ha afectado a la sociedad y con el paso de los años se han multiplicado sus efectos. El pensamiento moderno ha provocado que la importancia del cuerpo tenga prevalencia sobre los valores, la educación y los buenos modales. Desde

una edad temprana, en niños, niñas y adolescentes, a falta de criterio, valores y respeto, se crean pensamientos errados de la mano con los cánones de belleza que se muestran en todas las redes sociales y medios de comunicación.

La hipersexualización se refleja además, en la comunicación entre padres e hijos, en el empleo de un lenguaje que no es apropiado a su edad tan corta; estas manifestaciones son generadas en mayor medida, por un pensamiento considerado moderno, que desvalora las cualidades en lo niños y crean en ellos un pensamiento ilimitado y errado.

Los niños y niñas actualmente se encuentran expuestos a una sociedad caótica, donde los mass media se priorizan ante cualquier otro aspecto o situación vigente dentro del ámbito educativo, familiar y social. Lo que ha causado que los niños y niñas de la ciudad del Puyo sean partícipes en el uso de medios digitales, tomando relevancia las redes sociales. De esta manera, toda información, captación de videos, la observación de publicaciones y la percepción de música, durante la etapa de desarrollo de los niños y niñas es determinante para su autoestima en futuro. La hipersexualización es un tema que afecta a la sociedad, ya sea directamente o de manera indirecta debido a que esta es comparable con una infección que se propaga en la sociedad por diversos medios, y está relacionada a los estereotipos sociales, producto del mercantilismo y consumismo social y la exposición constante de los menores frente a los mass media.

En las redes sociales se muestran representaciones idealizadas e hipersexualizadas del cuerpo, lo que incide en que su uso se vincule a la auto cosificación, a lo corporal y a la sexualización de sus usuarios. Respecto al conocimiento que tienen los padres sobre el problema de hipersexualización se demuestra que sí existe un considerable nivel de conciencia en padres de familia respecto a la medida en que los contenidos digitales pueden influir en la formación de sus hijos e hijas; sin embargo, existe cierta incertidumbre o desconocimiento en cuanto a la magnitud de esta influencia.

Como dato vinculante, los padres de familia observan influencia de los temas musicales y bailes eróticos de géneros urbanos como reguetón, perreo, trap, difundidos masivamente en casi todas las

plataformas digitales, además de una considerable cantidad de contenido inapropiado y sexualmente explícito en los medios digitales, lo cual expone a los niños y niñas a una serie de trastornos y alteración de su conducta desde temprana edad.

En cuanto a las acciones para proteger a sus hijos de la exposición a contenido inapropiado, así como para establecer límites de tiempo y restricciones en el uso de dispositivos electrónicos, se evidencia a un número significativo de padres de familia (58%) que señalaron estar tomando medidas de prevención; sin embargo, no deja de generar interés la cantidad de padres que no toman medidas sobre estos asuntos.

Se observó también, que la mayoría de los hijos e hijas aceptan las restricciones que sus padres les imponen. Se destaca que la mayoría de los padres de familia restringen en tiempo y ponen límites para el uso de redes sociales y dispositivos electrónicos, lo cual indica que los padres están tratando de mantener control sobre diversos medios de libre exposición a contenidos.

En resumen, los datos presentados indican que en los hogares, la hipersexualización en niños y niñas es un problema que sí preocupa a los padres de familia, y por ende, toman medidas para proteger a sus hijos de la exposición a contenido inapropiado, así como el control del tiempo que pasan frente a las pantallas. Sin embargo, no se tienen espacios de diálogos para la orientación de padres a hijos acerca de la distorsión social que representan los estereotipos y modas impuestas por el mercado y difundidas a través de los mass media.

En las dos sesiones de grupo realizadas con niñas entre 7 y 10 años, en primera instancia, se les pidió que realizaran un proceso de selección de una muñeca cada una de un conjunto de muñecas con distinta vestimenta, contextura y características étnicas, unas con vestidos y ropa de dormir clásica, otras con traje ejecutivo, vestidos ceñidos, shorts y blusas, y con trajes de baño. Se reforzó el criterio de selección al solicitarle a cada participante que describiera qué le gustó de la muñeca elegida. La mayoría se refirió al aspecto físico (figura, maquillaje, vestimenta, etc.), evidenciándose inclinación por el estereotipo de la mujer perfecta.

A los niños con edades entre 8 a 12 años, se les ubicó en un ordenador portátil y se procedió a registrar el tipo de contenido y tiempos de permanencia en internet, u otro tipo de usos como juegos, instalados, música y videos descargados, entre otros. Los niños dedicaron mayor cantidad de tiempo a buscar juegos en línea, y a la observación de videos, específicamente, videos conducidos por niños y adolescentes youtubers y varios reels de artistas juveniles y bromas. En lo que respecta a los niños, hay una escasa fijación respecto a contenidos sexualizados, aunque indirectamente están aquellos influencers youtubers quienes transmiten a su público infantil y adolescente una imagen y mensajes concretos respecto a moda, pensamientos y comportamiento.

La vestimenta de los niños fue analizada también, ya que a través de ella se evidencia la contribución de los padres respecto a la imagen personal de sus hijos, a la consecuente adopción de modas y estilos estereotipados o sexualizados. La vestimenta del 37% de las niñas mostraban estilos ceñidos así como el uso de prendas cortas, en tanto que los niños no tenían extravagancias en sus trajes, no así, algunos cortes de cabello con rayas y uso de gel de peinar, lo cual atribuye al sexo femenino la mayor vulnerabilidad a la hipersexualización.

### **Discusión.**

La incidencia de los medios de comunicación en la consolidación de estereotipos, se muestra en que un 69% de adolescentes y preadolescentes reconoce que las fotografías que impulsan algún tipo de moda tienen influencia en el concepto personal respecto a quién parecerse, o qué estilo adoptar, sobre las consideraciones en cuanto a cuál es la figura corporal ideal, y un 47% se identificó con tendencia a la pérdida de peso por la influencia de aquellas imágenes vistas en las plataformas digitales, atribuyendo a la semiología de lo estético la esencia de la felicidad y del éxito.

Los resultados de este estudio se aproximan a los hallazgos de Grande-López (2019), quien en su investigación concluye que la etapa infantil y juvenil se caracteriza por ser ingenua, y mucho más vulnerable en cuanto es un público que dedica muchas horas a las redes sociales, razón por la cual las

marcas se interesan cada vez más por ese grupo poblacional adaptando la comunicación a su mismo lenguaje. A partir de sus resultados advierte que, a medida que las niñas transicionan hacia la adolescencia se incrementa en ellas la preocupación por su imagen, y para la cuarta parte de las niñas encuestadas, los medios no solo influyen, sino que además provocan una sensación de presión social provocada a partir de los contenidos que se emiten por los mass media.

El cine como medio de comunicación masivo mantiene una gran capacidad hipersexualizadora. Un sinnúmero de películas, series y cortometrajes siguen promoviendo aquella ideología que perpetúa la opresión hacia la mujer mediante la cosificación y simbología sexual (Pérez & Larrondo, 2019), así por ejemplo tenemos históricamente las distintas versiones cinematográficas de Wonder Woman, o la película de Barbie estrenada en 2023.

Las observaciones de los padres de familia encuestados coinciden con los criterios de González (2019), quien menciona como los abundantes esfuerzos de la industria cultural han colocado en primer plano el cuerpo sexuado, adultizado y erotizado de las niñas en temas publicitarios, shows de televisión, canciones, juguetes, y muchos otros espacios.

Finalmente, se menciona también el aporte de Méndiz (2018), quien observa que, a consecuencia de algunas imágenes erotizadas donde se incluye la mujer en una gran cantidad de anuncios dentro del mundo audiovisual (películas, series, videojuegos, videoclips), la representación de las niñas se ve duramente amenazada por una rápida y creciente sexualización que adopta una de estas cuatro características:

- a) El valor de las menores queda reducido a su atractivo sexual.
- b) Ser sexy es la aspiración de su atractivo físico.
- c) La niña se percibe a sí misma como un objeto sexual para disfrute de los demás.
- d) Adopta una sexualidad que no corresponde a su edad.

## **CONCLUSIONES.**

Es de destacar que los papás son menos permisivos con sus hijos en el acceso a dispositivos inteligentes en comparación con las madres de los menores, siendo estas últimas, la tercera parte de la población femenina, cifra que está en crecimiento debido a que el uso de los dispositivos electrónicos es un recurso cada vez más utilizados en el ámbito escolar, y el uso con fines de ocio tiene poco control.

Existe influencia en los niños por la observación directa de contenidos digitales sexualizados en diferentes plataformas y redes sociales, y preocupaciones sobre la seguridad en línea, ya que solo el 31% de los padres es consciente de que las políticas de seguridad y privacidad de las plataformas digitales se reservan la propiedad del contenido que el usuario comparta; por lo tanto, es necesario educar mucho más a la sociedad sobre seguridad en línea para garantizar la integridad y privacidad de los usuarios.

La modificación de la conducta en los niños se refleja en estados de ansiedad y depresión. Pese a estas preocupaciones, la mayoría de los padres aprueban, consienten y no limitan a fines específicos el uso de dispositivos digitales por parte de sus hijos.

De la totalidad de los padres de familia consultados, la mitad cree que los contenidos digitales influyen en la formación de sus hijos, lo que sugiere que existe una comprensión de que las plataformas digitales pueden tener un impacto en el desarrollo educativo, evolutivo y psicosocial de los niños.

En general, los resultados demuestran la necesidad de otorgar mayor énfasis en la educación sobre seguridad en línea y en la comprensión de cómo los contenidos de los mass media pueden afectar en el desarrollo y comportamiento de los niños.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.**

1. Alonso, L., Rodríguez, B., Fernández, R., & Bosch, B. (2022). Propuesta de acciones para la prevención sociocultural de la hipersexualización infantil. Alternativas cubanas en Psicología,

10(29), 30-45. <https://acupsi.org/wp-content/uploads/2022/06/03-Hipersexualizacion-LAlonso-y-otros.pdf>

2. Borthiry, D., & Ramos, L. (2020). Periodo de latencia: sobreexcitación pulsional, erotización ambiental... niños hipersexualizados. *Anuario de Investigaciones*, 27, 487-495. <https://www.redalyc.org/journal/3691/369166429062/369166429062.pdf>
3. Bustamante-Ventisca, M., Llovet-Rodríguez, C., & Narros-González, M. (2020). Sexualización percibida en los estilismos de moda de niñas: Un análisis transcultural en España-China. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (65), 78-87. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7555371.pdf>
4. De Pedro, S. (2019). Riesgos de la hipersexualización en Internet y redes sociales. (sitio web Gaptain). Obtenido de: <https://gaptain.com/blog/riesgos-de-la-hipersexualizacion-de-los-ninos-en-internet/>
5. Espinosa, E. (2021). ¿ Para qué me sirve mi cuerpo?. *La ventana. Revista de estudios de género*, 6(53), 485-490. <https://www.scielo.org.mx/pdf/laven/v6n53/1405-9436-laven-6-53-485.pdf>
6. Fernández, M. (2022). Hipersexualización Infantil. (sitio web AWEN Centro de Psicología y Salud Emocional). Obtenido de: <https://awenpsicologia.com/hipersexualizacion-infantil/>
7. Fuentes, L., & Rodríguez, R. (2021). Infancia amenazada: guerra cultural y erotización temprana. *Revista Sexología y Sociedad*, 27(2), 236-254. <https://revsexologiaysociedad.sld.cu/index.php/sexologiaysociedad/article/download/714/758>
8. González, P. (2019). Erotización infantil y gramáticas afectivas: discursos sobre la infancia en la era 2.0 en Argentina. *Sexualidad, Salud y Sociedad - Revista Latinoamericana* (31), 101-118. <https://www.scielo.br/j/sess/a/HQ9KyLtMHJ7sLNZzG3f4svd/?format=pdf&lang=es>
9. Grande-López, V. (2019). La hipersexualización femenina en los medios de comunicación como escaparate de belleza y éxito. *Communication Papers –Media Literacy & Gender Studies*, 18(16), 21-32.

<https://rodin.uca.es/bitstream/handle/10498/21599/La%20hipersexualizaci%c3%b3n%20femenina%20%282019%29%20-%20V%c3%adctor%20Grande-L%c3%b3pez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

10. Llovet, C., Narros, M., Bustamante Ventisca, M. D., & Ruiz San Román, J. A. (2022). Sobreexposición e hipersexualización para vender más: percepciones y actitudes sociales sobre las preadolescentes en comunicaciones comerciales. *Revista Latina de Comunicación Social*, (80), 24. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8508043.pdf>
11. Martín, T., & Chaves, B. (2022). La influencia de Instagram en la creación y reproducción del ideal de belleza femenino. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social" Disertaciones"*. <https://www.redalyc.org/journal/5115/511569019011/511569019011.pdf>
12. Méndiz, A. (2018). La representación del menor en la publicidad infantil. De la inocencia a la sexualización. *methaodos. revista de ciencias sociales*, 6(1), 125-137. <https://www.redalyc.org/journal/4415/441556240008/441556240008.pdf>
13. Pérez, A., & Larrondo, A. (2019). Wonder Woman: la romantización Y sexualización de Un Ícono feminista a través del audiovisual. *Hachetetepé. Revista científica de educación y comunicación*, (18), 13-23. <https://www.redalyc.org/pdf/6837/683772576006.pdf>
14. Urueña, K., & Eslava, J. (2022). La hipersexualización de la mujer en los 14 cañonazos bailables. *Revista Boletín Redipe*, 11(1), 498-508. <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/1657/1567>

## DATOS DE LOS AUTORES.

**1. Oscar Roberto Espinoza Lastra.** Doctor en Desarrollo Local e Innovación Territorial. Docente de la Universidad Regional Autónoma de los Andes, Sede Puyo; Coordinador del Grupo Multidisciplinario de Investigación para el Emprendimiento, Igualdad de Género y el Desarrollo Rural Sostenible – EMIGEDERS de UNIANDES. Ecuador. E-mail:

[up.oscarespinoza@uniandes.edu.ec](mailto:up.oscarespinoza@uniandes.edu.ec)

2. **Evelyn Elizabeth Suárez Espinosa.** Licenciada en Ciencias de la Educación Mención Educación Infantil. Asesora en Educación de la Primera Infancia - Centro de Capacitación Consulting-Asesoría, Santo Domingo, Ecuador. E-mail: [eli zu@yahoo.com](mailto:eli_zu@yahoo.com)
3. **Fanny Monserrath Alarcón López:** Psicóloga Clínica. Responsable del Departamento de Psicología de la Universidad Regional Autónoma de los Andes, Sede Puyo, Ecuador. E-mail: [up.psicologia@uniandes.edu.ec](mailto:up.psicologia@uniandes.edu.ec)

**RECIBIDO:** 5 de septiembre del 2023.

**APROBADO:** 13 de octubre del 2023.