



Pontificia Universidad  
Católica Argentina “*Santa  
María de los Buenos Aires*”  
Facultad de Psicología y  
Psicopedagogía Licenciatura  
en Psicología

**Trabajo de Integración  
Final**

Relación entre el contenido promovido en los medios de  
comunicación y la hipersexualización en la segunda infancia.

**Alumno:** Felicitas Llambí Padilla

**Número de registro:** 122001534

**Director:** Prof. Lic. Micaela Victoria Potes

**Tutor:** Prof. Lic. Celina M. Mongelo

Buenos Aires, 2024

## RESUMEN

En una cultura industrializada, atravesada por las tecnologías y el consumismo, surge el fenómeno de hipersexualización. Se observa una tendencia social, mediática y cultural a la erotización de la niñez. La estimulación de conductas adolescentes en los niños, y la aceleración de esta etapa conlleva implicancias en el bienestar de los niños. Por ello, la presente investigación tiene como objetivo examinar la evidencia científica acerca de la relación entre el contenido promovido en los medios de comunicación, y las manifestaciones de hipersexualización en la segunda infancia, desde un enfoque psicodinámico. Para ello, se llevó a cabo una revisión bibliográfica siguiendo las pautas de lineamientos PRISMA. Se concluye que el entorno mediático al que están expuestos los niños, el cual prioriza el atractivo físico y sexual, provoca alteraciones en la percepción de sí mismos y de sus relaciones interpersonales, consolidando estereotipos y patrones de conducta que no son apropiados para su edad. Así, aceleran la transición hacia la adolescencia, difuminando los límites naturales entre dichas etapas.

**Palabras clave:** *Hipersexualización infantil, medios de comunicación, infancia, desarrollo psicosexual, cosificación corporal.*

## ABSTRACT

In an industrialized culture shaped by technology and consumerism, the phenomenon of hypersexualization emerges. A social, media, and cultural tendency to eroticize childhood is observed. The encouragement of adolescent behaviors in children and the acceleration of this developmental stage have implications for their well-being. Therefore, this research aims to examine the scientific evidence on the relationship between the content promoted by the media and manifestations of hypersexualization in middle childhood, from a psychodynamic perspective. To this end, a literature review was conducted following PRISMA guidelines. The findings suggest that the media environment to which children are exposed—one that prioritizes physical and sexual attractiveness—alters their self-perception and interpersonal relationships, reinforcing stereotypes and behavioral patterns inappropriate for their age. This accelerates the transition into adolescence, blurring the natural boundaries between these developmental stages.

**Keywords:** *Childhood hypersexualization, media, childhood, psychosexual development, body objectification.*

## ÍNDICE

<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>I.1. Delimitación del objeto de estudio</b>	<b>1</b>
<b>I.2. Definición del problema</b>	<b>3</b>
<b>I.3. Objetivos</b>	<b>3</b>
<b>I.4. Fundamentación</b>	<b>3</b>
<b>II. METODOLOGÍA</b>	<b>4</b>
<b>II.1. Diseño</b>	<b>4</b>
<b>II.2. Criterios de inclusión y exclusión</b>	<b>4</b>
<b>II.3. Estrategias y fuentes de búsqueda</b>	<b>5</b>
<b>II.4. Selección de estudios y análisis de datos</b>	<b>5</b>
<b>II.5. Resultados obtenidos</b>	<b>5</b>
<b>III. DESARROLLO CONCEPTUAL</b>	<b>6</b>
<b>III.1. Contenido promovido en los medios de comunicación y su impacto en la niñez</b>	<b>6</b>
<b>III.2. Manifestaciones de la hipersexualización en la segunda infancia</b>	<b>11</b>
<b>III.3. Contenido promovido en los medios de comunicación y manifestaciones de hipersexualización en la segunda infancia</b>	<b>16</b>
<b>IV. SÍNTESIS Y CONCLUSIONES</b>	<b>21</b>
<b>IV.1. Síntesis</b>	<b>21</b>
<b>IV.2. Conclusiones</b>	<b>23</b>
<b>IV.3. Limitaciones y aplicaciones para la práctica</b>	<b>24</b>
<b>V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>25</b>
<b>VI. APÉNDICE</b>	<b>33</b>

## I. INTRODUCCIÓN

### *1.1. Delimitación del objeto de estudio*

Se realizó un trabajo teórico de revisión bibliográfica con el propósito de analizar la posible relación entre el contenido promovido en los medios de comunicación y la hipersexualización en la segunda infancia, desde un marco teórico psicodinámico. Para ello, se caracterizó el contenido promovido en los medios de comunicación, se describieron las manifestaciones de la hipersexualización en la segunda infancia, y se relacionaron ambas variables.

El desarrollo de la sociedad y el auge del consumismo han llevado a la evolución y glorificación de las tecnologías. En la actualidad nos encontramos frente a una lógica cultural industrializada; las identidades se han vuelto fluidas y multifacéticas, construyendo y reconstruyéndose en respuesta al flujo constante de cambio, desafío y consumo. El boom de los medios de comunicación y el consumo masivo han transformado los modos de vincularse, se ha reemplazado el sentido de pertenencia por lo efímero, y se ha reconfigurado la comunicación premiando la inmediatez, la difusión instantánea y la multiplicidad de voces en el discurso. Lo privado deja de existir, y lo invisible se convierte en público, reforzando prejuicios y estereotipos. La sociedad privilegia el éxito inmediato por encima de los procesos personales, corriendo el riesgo de una sobreestimulación que afecte negativamente el desarrollo de los niños (Cerutti, 2015., Herrera Flores et al., 2021; Marín Marín, 2023; Canaza-Choque, 2018)

La segunda infancia, o infancia media, es un período muy sensible, donde los niños se encuentran condicionados e influenciados por el ambiente, tanto de forma positiva como negativa (Borthiry y Ramos, 2020; Illán Gómez, 2017). En esta etapa, según Piaget, el niño desarrolla operaciones concretas y amplía su círculo social, pero estas competencias pueden verse alteradas por el entorno digital y las presiones socioculturales (Lang, 2023; Papalia y Martorelli, 2017).

El gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2024) ha realizado un informe acerca del uso de dispositivos electrónicos en niños, niñas y jóvenes, a través de encuestas a mil novecientas once familias y dos mil seiscientos cinco docentes. El 44% de las familias afirmaron que su hijo/a estudiante de nivel primario utiliza dispositivos electrónicos entre 2 y 5 horas por día, mientras que el 23,4% que lo utiliza más de 5 horas por día. Además, el 31,5% de las familias mencionan que su hijo/a tiene celular

propio, y el 10,4% tiene celular pero compartido con otro miembro de la familia. En todas las edades se registra y reconoce como problema principal el creciente uso de los dispositivos electrónicos, preocupando a las familias y a los educadores: siete de cada diez familias, y casi ocho de cada diez docentes sostienen que el uso de dispositivos electrónicos, especialmente celulares, tiene consecuencias negativas en el bienestar integral de los niños, niñas y adolescentes. Daza Samaniego et al., (2024) obtuvieron datos en su investigación realizada, que demostraron que todas las participantes de once años, cuentan en su casa con al menos un dispositivo electrónico sin supervisión de un adulto responsable, lo cual lleva a una libre navegación y oportunidad para evadir las políticas hacia menores de edad modificando su edad.

La exposición no regulada a contenidos digitales y videojuegos violentos fomenta conductas inadecuadas para su etapa evolutiva, como la naturalización de la violencia y el machismo (Chacón y Morales, 2014; Fernández de Arroyabe Olaortua et al., 2018; Tejada-Garitano et al., 2023). El mercado y los medios de comunicación han convertido a los niños en “mini influencers”, priorizando la imagen y el consumo sobre un desarrollo saludable. Esta transformación fomenta una aceleración de la maduración y refuerza estereotipos de género desde edades tempranas (Grande-López, 2019; Purvis, 2016). La tecnología y las redes sociales amplifican esta problemática, dificultando el proceso de desertización y sublimación propio de la segunda infancia (Borthiry y Ramos, 2020).

La cultura y los medios, al asociar la belleza y juventud con el éxito, contribuyen a la pérdida de habilidades cognitivas y oportunidades en los niños y niñas. Según Díaz Bustamante Ventisca y Llovet Rodríguez (2017), la difusión de imágenes sexualizadas genera percepciones negativas en los adultos acerca de la infancia, empobreciendo su valoración social. Además, los medios debilitan las fronteras entre la niñez y la adultez, transformando a los niños en objetos de consumo (Chacon y Morales, 2014).

La exposición constante a contenidos sexualizados no solo afecta la percepción que los niños tienen de sí mismos, sino que también influye en sus relaciones con los demás, promoviendo vínculos basados en la apariencia y no en valores como la empatía o la comprensión. Los videojuegos y las modas refuerzan dicha tendencia, llevando a la infancia hacia una imagen sexista y consumista, incompatible con un desarrollo pleno (Purvis, 2016; Chacón y Morales, 2014).

## ***1.2. Definición del problema***

La segunda infancia, definida por Freud como período de latencia, es una etapa muy importante del desarrollo infantil, caracterizada por la exploración, la creatividad y el aprendizaje, el desarrollo emocional y la sublimación de impulsos. La ampliación del mundo social por el ingreso a la escuela, la maduración emocional progresiva que permite la postergación de la satisfacción, la dominación de la motricidad fina, la competencia y cooperación con los pares permiten la realización de diversas actividades e intereses nuevos. Sin embargo, se observa desde hace unos años una tendencia social, mediática y cultural que podría guardar relación con la estimulación de conductas adolescentes en los niños, concluyendo en el fenómeno de la hipersexualización infantil; los estímulos mediáticos y culturales obstaculizan los procesos propios de la segunda infancia, generando una erotización temprana. La aceleración del tiempo de infancia hacia una adolescencia prematura podría tener implicaciones en el bienestar de los niños. De ahí la siguiente pregunta:

¿Existe relación entre el contenido promovido en los medios de comunicación y las manifestaciones de hipersexualización en la segunda infancia?

## ***1.3. Objetivos***

### *Objetivo general*

Analizar la posible relación entre el contenido promovido en los medios de comunicación y las manifestaciones de hipersexualización en la segunda infancia.

### *Objetivos específicos*

Caracterizar el contenido promovido en los medios de comunicación

Describir las manifestaciones de la hipersexualización en la segunda infancia.

Relacionar el contenido promovido en los medios de comunicación con las manifestaciones de hipersexualización en la segunda infancia.

## ***1.4. Fundamentación***

Los medios masivos de comunicación tienen llegada a una enorme cantidad de sujetos, con un control mínimo sobre el contenido promovido, incluso con material de dudoso control y calidad. A su vez, muchas de las estrategias de mercado adoptan el estatus de los niños y niñas como sujetos adultos, y se dirigen a estos como consumidores (Gómez Mendoza et al., 2014). Estos no poseen madurez física ni

emocional para asumir un rol que no les corresponde (Fuentes Moreno y Rodríguez Barbán, 2021). Asimismo, la sobreexposición a la que estos se enfrentan constituye una nueva realidad que transforma el modo en que se transita la niñez (Chacón y Morales 2014). Este masivo y fugaz avance de la tecnología repercute en distintas áreas del desarrollo, en un amplio abanico que incluye desde trastornos físicos, fisiológicos y de conducta hasta diagnósticos de trastornos de déficit de atención e hiperactividad, dificultades en el aprendizaje, trastornos del sueño, retraimiento social, entre otras consecuencias (Sacoto-Álvarez et al., 2018).

Espinoza Lastra et al., (2024) han realizado una investigación con el objetivo de valorar la influencia de los contenidos de los mass media en la hipersexualización, y obtuvieron como resultado que el 91% de los padres de familia participantes de la muestra permiten a sus hijos e hijas utilizar diferentes dispositivos electrónicos, 58,3% autorizan entre una y dos horas de uso, y el 33.1% tres y cuatro horas. Además, el 56% considera que la exposición frecuente de sus hijos a la tecnología, imágenes y videos a través de las redes sociales, juegos y contenido audiovisual está influyendo negativamente en la formación de su conducta.

En este contexto, resulta relevante analizar la relación y repercusión que el contenido promovido en dichos medios de comunicación tiene sobre las manifestaciones de hipersexualización en la segunda infancia, período comprendido entre los 6 y 12 años. Este trabajo aporta información relevante acerca de cómo factores sociales y culturales a través de la tecnología y los medios de comunicación impactan en el desarrollo integral de la niñez, relevando información valiosa para generar consciencia acerca de este fenómeno cada vez más común.

## **II. METODOLOGÍA**

### ***II.1. Diseño***

Se realizó un trabajo de diseño teórico de revisión bibliográfica para examinar la evidencia científica acerca de la relación entre el contenido promovido en los medios de comunicación y las manifestaciones de hipersexualización en la segunda infancia, desde un enfoque psicodinámico.

### ***II.2. Criterios de inclusión y exclusión***

En la búsqueda de artículos, se incluyen aquellos que se encuentren publicados entre 2013 y 2024, excluyendo aquellos que se encuentran fuera del recorte temporal.

Se incluyen documentos centrados en niños de seis a doce años, excluyendo aquellos centrados en otras etapas del ciclo vital. Se excluyen los artículos cuyo objeto de interés tiene una mirada biológica o médica en cuanto a la adolescencia temprana y/o pubertad precoz, y se incluyen artículos científicos, teóricos y empíricos, que respalden con resultados el propósito de la investigación.

### ***II.3. Estrategias y fuentes de búsqueda***

Las bases de datos que se han utilizado han sido Redalyc, Scielo, y Dialnet, acompañadas del uso del buscador Google Académico. Se han utilizado los operadores booleanos OR y AND, junto con NOT para descartar. Las palabras claves utilizadas fueron las siguientes: niñez, segunda infancia, desarrollo psicosexual, latencia, estimulación del entorno, estimulación familiar, industria vs inferioridad Erikson, sexualización, hipersexualización, infancia, erotización precoz, redes sociales, moda, tecnología de la información, modernidad líquida, medios de comunicación, consumo mediático infantil, NOT pubertad precoz, NOT adultez.

### ***II.4. Selección de estudios y análisis de datos***

El procedimiento para la búsqueda se basó en los lineamientos PRISMA: identificación de la publicación como revisión sistemática, resumen estructurado, justificación y objetivos, protocolo y registro, criterios de elegibilidad, fuentes de información, búsquedas, y selección de estudios. Se bajaron artículos de las bases de datos Redalyc, Scielo y Dialnet, de los cuales se seleccionaron según los criterios de inclusión y exclusión nombrados anteriormente, teniendo en cuenta las palabras clave mencionadas. Los artículos e investigaciones seleccionadas fueron organizadas y clasificadas en un cuadro a modo de resumen, presente en el apartado “apéndice” del trabajo de investigación. Se hizo uso del gestor Zotero.

### ***II.5. Resultados obtenidos***

La búsqueda se llevó a cabo desde el 13 de abril al 6 de mayo del presente año 2024, utilizando las bases de datos y el buscador planteados. Mediante esta estrategia de búsqueda, se obtuvieron 32 artículos de Redalyc, 25 de Dialnet, 10 de Scielo y 74 utilizando el buscador Google Académico. De todos estos artículos, se eliminaron aquellos que se encontraban duplicados, y luego, mediante la lectura del título, aquellos que no eran pertenecientes a la temática. Posteriormente, se detectaron y eliminaron artículos, en base a la lectura del resumen, que se enfocaban en una etapa del desarrollo

diferente a la seleccionada, específicamente la adolescencia y adultez. Finalmente, de todos los artículos leídos y analizados a texto completo, se utilizaron un total de 52 documentos.

### **III. DESARROLLO CONCEPTUAL**

#### ***III.1. Contenido promovido en los medios de comunicación y su impacto en la niñez***

En la actualidad, el auge de la tecnología fomenta la comunicación masiva y efímera, convirtiéndose en un motor de socialización, influyendo en el individuo como consumidor y en la sociedad, mostrando las normas, educando, y generando un sistema de prioridades y necesidades. Se les asigna el rol de constructor de la realidad, ofreciendo productos que satisfagan las necesidades sociales, aumentando la demanda y condicionando los comportamientos. Los sujetos se convierten en buscadores activos de nuevas necesidades, con diversas motivaciones, teniendo un mayor control en cuanto a lo que los medios ofrecen (Golovina, 2014), brindándoles una sensación de exclusividad, adecuando su consumo y producción a sus propias necesidades y hábitos de consumo (Bolognesi, 2023).

El avance desacelerado de la tecnología y la expansión de Internet, medio más accesible y rápido, han creado nuevas oportunidades de distribuir la información, caracterizadas por su rapidez en torno a la velocidad de la información en sus diversos formatos (Apugllon Jácome, 2024). Es a través de los medios de comunicación, como la televisión, las revistas, la radio, las redes sociales e inclusive la moda, que se desarrolla el fenómeno de la difusión sistemática de mensajes que influyen cada día más en las apreciaciones, opiniones y conductas de los sujetos (Golovina, 2014). El acceso a las redes y nuevas tecnologías de la información y comunicación ha proporcionado una nueva manera de relacionarse y comunicarse, que no distingue edad, género ni cultura, y ha provocado que la sociedad se encuentre hiperconectada, a través de un consumo abusivo de las redes sociales (Canaza-Choque, 2018). Apugllón Jácome (2023) ha identificado, a través de una investigación acerca de los hábitos de consumo en los medios públicos durante la pandemia por COVID-19 en el año 2020, un aumento de consumo y protagonismo que han tenido las redes sociales en este tiempo, siendo el 63% más utilizado entre los otros medios de comunicación. El comportamiento de las personas debido al avance de la tecnología se ha visto modificado al momento de consumir información de los medios; el 79% de las personas miran televisión con un

teléfono inteligente en la mano, que les permite al mismo tiempo revisar las redes sociales y realizar otras actividades.

La hiperconexión se ha convertido en una forma natural de habitar el mundo, junto a formas innovadoras de vincularse afectivamente, de compromiso, y de identidad, que permiten una comunicación desinhibida, donde se pierden los perfiles pero se puede ganar la popularidad. Las redes sociales suponen un cambio de paradigma en la sexualización de la infancia, siendo los niños y niñas los nuevos creadores de contenido en plataformas como Tik Tok principalmente. Así, suplen la falta de un vínculo social directo proporcionando una integración social, y facilitando la recepción de afecto y reconocimiento (Flamit Úbeda, 2021., Cáceres Zapatero et al., 2017). Propician espacios donde la información fluye y se expande de manera descentralizada y velozmente, por lo que la sociedad se ha vuelto más efímera y fluida, dejando la identidad del sujeto sometida a constantes redefiniciones. Las relaciones establecidas a través de las tecnologías promueven la superficialidad y transitoriedad, y aunque facilitan la conexión, la autenticidad ha desaparecido (Marín Marín, 2023). La privacidad se ha visto perjudicada y ha perdido su esencia, pues se ha llegado a un límite de lo reservado, donde la vigilancia digital es omnipresente (Canaza-Choque, 2018).

A su vez, las redes sociales no solo mantienen los estereotipos femeninos perpetuados a través de las publicidades y los medios de comunicación, que atraviesan la preocupación por lo corporal y la forma de mostrarse, sino que también influyen en los patrones de conducta de aquellos que consumen dicho contenido. Los usuarios de plataformas de internet como Instagram o Tik Tok tienden a establecer comparaciones con los influencers que siguen, generando un impacto negativo en su autoimagen (Díaz Altozano et al., 2020); gran parte del contenido popularizado o tendencial se relaciona con la exposición del físico o la apariencia, creando una dinámica que induce a los niños y niñas a normalizar, imitar y reproducir conductas socializantes. La necesidad de aceptación e integración social, la incapacidad de descodificar imágenes, y la necesidad de reafirmación personal lleva a una sexualización precoz; la atracción física y sexual se convierte en señal de éxito, poniendo en riesgo la intimidad y dignidad del infante en las redes sociales, afectando la percepción social que se tiene del menor, sujeto sexualizado (Flamit Úbeda, 2021).

El ritmo vertiginoso que asume el cambio a partir de la modernidad también ha afectado a la moda, fenómeno social, moderno y occidental, requerido por una sociedad

que exige la transformación y el cambio de las necesidades constantemente para su satisfacción. Como lenguaje, la moda adopta un poder tiránico del cual no son conscientes aquellos que se mueven dentro de este sistema: aquel que está “a la moda” asume una función y un rol asignado dentro del esquema social, privándolo de su libertad de elección. Las formas de vestir están condicionadas por elementos sociales y culturales que funcionan como marco referencial, de manera que los modos de cubrir o mostrar el cuerpo se encuentran ligados a condiciones socioculturales específicas, las cuales conforman el universo simbólico desde el cual las prácticas sociales son significadas y resignificadas (Maioli, 2017).

Lo que se proyecta ya no es neutral, por lo cual es importante saber leer de forma comprensiva y capacidad interpretativas los códigos y su significado, para poder adquirir una mayor conciencia y sentido crítico de aquello que se ve y se oye. Las imágenes proyectadas por los medios, cada vez más lejos del alcance de la sociedad, consiguen que, si se obsesionan con la comparación con ellos, se reforzarán conductas competitivas y sistemas de evaluación que llevarán a la frustración (Grande - López, 2019). Redes sociales y plataformas de internet muestran representaciones idealizadas y cargadas de sexualización de los cuerpos, dando pie a una fascinación física y objetivación del cuerpo ajeno y propio. Los cuerpos de las mujeres, cada vez más jóvenes, se exhiben en las redes sociales como imágenes promocionales, siendo la tendencia, la fama, y la popularidad, el signo de aprobación (Espinoza Lastra et al., 2024).

Hoy en día, debido a la transformación de la estructura y los fenómenos socioculturales, el intercambio de información que permite la moda como lenguaje se ha visto modificado; no siempre la ropa que lleva puesta el sujeto coincide adecuadamente con la información que antes se podía deducir, como su edad, sexo, clase social, etc. Se ha producido un desajuste en la interpretación tradicional de los signos que configuran la indumentaria, y se puede ver reflejado en las infancias; los niños y niñas se convierten socialmente en varones y mujeres, adoptando e interiorizando los roles de género. Nos encontramos frente a un cuerpo y una imagen construida socialmente, determinada por el discurso de la hegemonía, afirmando la identidad de cuerpo a través de la mirada del otro; la moda actúa allí como mediación entre el yo del sujeto y su deseo. El juego con la indumentaria se convierte en una puesta en escena para el mundo y para el infante, encontrando detrás de ella a una niña en desarrollo, jugando a ser una mujer adulta. El deseo entonces se proyecta desde el cuerpo de una niña vestido y

maquillado con disfraces que revelan lo erótico que promete la desnudez (Maioli, 2017).

Los medios de comunicación masivos y los mensajes de las publicidades tienen un gran impacto sobre la percepción del cuerpo que elaboran las niñas y niños (Maioli, 2017); a través de influencers, instagramers populares y mujeres que reflejan en las redes sociales un contenido que demuestra la preocupación por la perfección física mediante el uso de maquillaje, filtros y retoques, el efecto sobre la imagen corporal de quienes consumen y reciben este contenido es evidente (Martín et al., 2021). Este modo de percepción impacta en la manera de vincularse y relacionarse que tienen con los demás; una interacción social que se sustenta sobre la percepción erotizada del cuerpo implica desde el otro una comprensión simbólica diferente a lo que se muestra y sostiene físicamente. Existe entonces un desajuste entre la imagen y el cuerpo, provocando distorsiones en los procesos de relación e interacción (Maioli, 2017).

Los niños y niñas en la actualidad, sumergidos en esta sociedad donde prima la tecnología, han estado rodeados desde su nacimiento de diversos estímulos mayormente relacionados con la tecnología, considerándolos entonces como nativos digitales. Se caracterizan por integrar el mundo de las nuevas tecnologías a través del uso de las mismas, las redes sociales, los dispositivos tecnológicos y la constante conexión online. Debido a la velocidad en que se mueve el flujo de información a través de internet, estos niños y jóvenes absorben con igual rapidez la información generada y proyectada, por lo cual esperan y obtienen respuestas inmediatas (Romero López et al., 2022); los medios se han convertido en una principal fuente de referencia para aquellos niños y jóvenes, quienes adoptan ideales dañinos (Narros González et al., 2019).

Frente al fácil acceso a información no correspondiente y la celeridad de transmisión, los niños se vuelven esclavos de la tecnología, adictos al internet, hasta posiblemente dejar el contacto con sus pares y las actividades que enriquezcan su crecimiento personal (Sacoto Álvarez et al., 2018). La exposición temprana a los medios de comunicación e información con contenidos inapropiados, la televisión, las redes sociales, los concursos de belleza, las formas de vestir y comportarse de los ídolos de los niños, la pornografía infantil para y hacia los menores, entre otros factores, presentan a los niños y niñas como objetos sexuales de manera habitual, y pueden generar conductas inadecuadas para su desarrollo, así como grandes repercusiones a corto, mediano y largo plazo. Los niños pierden la inocencia propia de su edad, dejando de lado la neutralidad y espontaneidad de sus acciones y su desarrollo (Llovet

Rodríguez et al., 2019; Alzate Farfán et al., 2022). El 56% de los padres de familia en la investigación realizada por Espinoza Lastra et al., (2024) consideran que la exposición frecuente de sus hijos a videos, imágenes, juegos y tecnología está influyendo negativamente en la formación de su conducta, mientras que un 19% manifiesta que no han observado cambios en el comportamiento de los menores. Es importante tener en cuenta las conductas de rebeldía y de depresión que los niños tienen como reacción frente a la limitación del tiempo y uso de las pantallas.

Si bien el uso de la tecnología puede convertirse en una herramienta positiva para el aprendizaje, como recurso que mejora la comunicación y genera motivación y novedad, no es favorable ni recomendable su uso ilimitado y sin control parental. Es necesario un control interno y externo tanto de los docentes en la escuela como de los padres, para lograr un camino efectivo de trascendencia (Sacoto Álvarez et al., 2018., Guzmán Huayamave et al., 2020). La exposición a la tecnología incide en la forma de comprensión del mundo, asentando creencias, representaciones mentales y actitudes. Los infantes se convierten en una audiencia vulnerable, que aprende y aprehende lo que les viene impuesto, consumiendo productos audiovisuales en un momento de formación donde es importante ver qué ven en Internet y en la televisión, y cómo lo interpretan. Es fundamental que los personajes protagonistas de los programas televisivos infantiles, los *dibujitos* animados, representen valores educativos para los niños y niñas que lo consumen, siendo la televisión un entretenimiento que ocupa cada vez más tiempo de sus vidas y rutinas (Fabbro y Sánchez Labella Martín, 2016). Los autores mencionados llevan a cabo una investigación para comprobar, en el año 2016, el compromiso de la televisión pública en España y Argentina por producir contenidos adecuados para los infantes. Los resultados han demostrado que, hasta el año mencionado, los programas televisivos como “Clan TVE” y “Paka Paka” muestran su compromiso con las infancias, emitiendo contenidos animados que se basan en valores que repercute positivamente en su desarrollo. Los medios de comunicación han continuado con su evolución y su masiva difusión de nuevos contenidos, efímeros y descartables, por lo que es necesario controlar el contenido de los programas infantiles, para que estos continúen considerándose un medio de aprendizaje positivo.

Ortiz et al., (2016) también investigan acerca de la relación entre la televisión y la infancia en España, tomando como protagonista al mismo canal televisivo público: TVE. Dicho canal estatal, debido a la creciente preocupación por un contenido de calidad para las infancias, ha tenido más iniciativas en torno a la creciente interés en la

investigación y construcción de discursos televisivos que beneficien el desarrollo infantil. Es necesario que se implique en una educación mediática para un consumo televisivo responsable, recuperando la segmentación de contenidos según la edad, y es este canal el que ha demostrado mayor disposición para la mejora del contenido e imagen. El gran crecimiento de los medios de comunicación y distribución de imágenes hace más difícil la supervisión de qué ven los niños, por lo que se necesita un mayor compromiso de las cadenas televisivas y tecnológicas en cuanto a los contenidos de laicidad y la alfabetización mediática de los infantes. Es esencial recurrir a la responsabilidad social de los medios de comunicación para evitar la difusión de imágenes que sexualicen la infancia, y a la responsabilidad de los publicistas para evadir la creación de estas imágenes que perjudican a los niños y niñas promoviendo estereotipos de género nocivos (Díaz Bustamante Ventisca et al. 2020).

Al presente, el mercado se ha transformado en aquel agente que traza el guión de la vida infantil, definiendo lo que compone el ser de un niño, sus deseos, sus necesidades, los juegos, etc. Es así como la práctica de consumo efímero se ha hecho presente también en las infancias, con la creación constante de objetos y juguetes que se adquieren por un instante y luego se desechan, eliminando la estabilidad, poniendo en juego la paciencia y los tiempos de espera necesarios para el desarrollo del infante. El mercado, las tecnologías, los medios de comunicación y las modas producen nuevos bienes de consumo, que generan como consecuencia nuevas necesidades en los niños, quienes entonces solicitan a los adultos nuevos objetos que satisfagan sus necesidades; el círculo vicioso del consumo se transmite de generación en generación, como característica de la sociedad actual (Cerutti, 2015).

### ***III.2. Manifestaciones de la hipersexualización en la segunda infancia***

La hipersexualización es un fenómeno social que incide sobre el bienestar de las personas, y se define como un uso desmedido de estrategias de seducción centradas en el cuerpo, y manifestadas entre características que incluyen el uso de ropa e resalte el cuerpo, accesorios que cubran los atributos imperfectos y resalten otros, y poses que indiquen disposición sexual de manera exagerada. La impresión de este carácter erótico y/o sexual sobre los infantes es considerada como una variante de la violencia sexual infantil, presentando a los niños y niñas como objetos de consumo (Fernández, 2023). Se sitúan entonces en un modelo de dependencia tradicional, donde son evaluados a través de la mirada del otro (Grande-López, 2019), y se impone una sexualización

adulta a los niños y niñas a través de los medios de comunicación. Se entiende la sexualización como la reducción del atractivo físico al atractivo sexual, resaltando que el individuo sea sexy, convirtiéndose en objeto sexual más allá de su persona (Díaz Bustamante Ventisca et al., 2020).

Alonso et al., (2022) se refieren a la hipersexualización desde la definición de Bailey (2001), comprendiendo la misma como “la sexualización de las expresiones, posturas, o códigos de la vestimenta considerándolas como demasiado precoces”. Debido a la gradualmente mayor difusión de información sexualizada en el entorno de los niños y niñas en la actualidad, tanto familiar como social, se observa un cambio en la imagen que los mismos proyectan sobre su vida, tanto en sus juegos y las historias, como en su desarrollo. La sexualización a edad temprana e inadecuada se convierte en un obstáculo para el desarrollo del sentido de sí mismo como ser sexual, produciendo así consecuencias tanto a nivel social como psicológico (Moreno Barreneche, 2021); tiene efectos en su funcionamiento cognitivo, su salud física y mental, y juega un importante papel en la percepción e identificación de sí mismas y de su valor (Sidani, 2023).

La segunda infancia comprende desde los seis hasta los doce años, y es el estadio definido por Sigmund Freud (1905) como período de latencia. En esta etapa, es esperable que el desarrollo sexual del niño se interrumpa, y se amplíe la influencia cultural a través de la educación; se establecen nuevas limitaciones costumbres y vínculos, y las mociones sexuales predominantes de la primera infancia son desviadas y sublimadas, para así canalizar el impulso y obtener placer. La educación y la cultura tienen una gran influencia en esta etapa, aplicando la energía pulsional y la libido a fines socialmente aceptados. El infante encuentra, a través del pensamiento y conocimiento, una nueva forma de placer, renunciando a los deseos incestuosos que derivan en el complejo de Edipo. El fracaso de la sublimación de la moción sexual tiene consecuencias evidentes, que nos permiten hablar de los pseudo adolescentes, niños cuasi adaptados que desarrollan un aprendizaje mecánico y no creativo, sin placer. Por otro lado, cuando el monto de la libido es intolerable y genera displacer, y el niño no puede simbolizar ni descargar el exceso a través de la sublimación, se da lugar a la hipersexualización (Borthiry y Ramos, 2020; Illán Gómez, 2017).

La exposición inadecuada a contenido mediático inapropiado dificulta la interrupción esperable en el desarrollo sexual del niño, el cual se encontraría cargado de estímulos inadecuados frente a los cuales no tienen capacidad de elaboración (Illán

Gómez, 2017). La erotización temprana de la infancia vulnera el tránsito natural de la construcción de su sexualidad; los niños y niñas no poseen la madurez física ni emocional para asumir un rol que no les corresponde de manera precipitada, pero aún así asumen el papel de hombres y mujeres protagonistas de los medios de comunicación (Fuentes Moreno, 2022).

Socialmente se ha impuesto el deseo de posicionar y mantener modas, siendo el valor aquello que se mide según los atributos físicos expuestos en redes sociales, publicidades de moda, televisión, etc. Así, se han puesto en primer plano los atributos sexuales, anhelando el cumplimiento de estereotipos sociales construidos y actualizados de forma constante, y erotizando actitudes, expresiones y acciones; se crean desde los inicios del desarrollo pensamientos errados asociados a los cánones de belleza que se presentan en los medios de comunicación (Espinoza Lastra et al., 2024).

Las niñas debido a la hipersexualización infantil integran el ideal de prototipo femenino como objeto sexual pasivo, adoptando así comportamientos estereotipados y no congruentes con su edad cronológica. Los infantes se encuentran inmersos en ambientes cargados de información no adecuada para la edad y el desarrollo natural de su sexualidad; los medios de comunicación, las redes sociales, la música y la televisión, la moda y el nuevo lenguaje de vestimenta son elementos que proporcionan esta carga de estímulos inapropiados. A través de la sexualización, buscan que los infantes se ajusten a lo que la sociedad espera de los adultos, creando ideas equivocadas sobre sí mismos y convirtiendo al atractivo en una preocupación para la infancia, excluyendo el amor y la amistad como núcleo de las relaciones, dejando de lado valores como la empatía o la comprensión y brindando culto a la belleza física como valor supremo (Alzate Farfán et al., 2022).

Flamit Úbeda (2021) recupera una clasificación elaborada por Sylvie Richard -Bassette, feminista y especialista en sexualidad, para identificar la sexualización en la infancia: prendas de ropa que ponen de manifiesto las partes del cuerpo, como escotes, jeans ajustados, entre otros, accesorios y productos que acentúan ciertas características y esconden supuestos defectos, por ejemplo maquillajes o sujetadores con relleno. Incluye también transformaciones del cuerpo realizadas con el objetivo de resaltar características o señales sexuales, como la depilación del cuerpo y de los órganos genitales, las posturas exageradas que emiten mensajes de disponibilidad sexual, y comportamientos orientados al placer del otro. La percepción de la sexualización se basa también en atributos como el estilismo de la imagen o el uso de accesorios que

tradicionalmente son de adultos, pero utilizados cada día más por niños y niñas (Narros González et al., 2019).

En la actualidad, el sexo se ha vuelto cada vez más visible, cambiando los lazos establecidos entre lo público y lo privado, y la expansión masiva de las tecnologías y su instauramiento en la vida cotidiana ha acompañado esta mutación entre los límites de exposición de lo íntimo, junto con la mercantilización de la industria cultural y la cosificación de la infancia para el consumo y entretenimiento adulto (González, 2019). La cosificación sexual del cuerpo de la mujer y de las niñas se encuentra influenciada por factores sociales exhibidos a través de los medios de comunicación, como modelos en las revistas y publicidades, con el objetivo de elevar el consumo; como consecuencia trae una situación de vulnerabilidad y fragilidad del autoestima, y una tendencia al consumo compulsivo. La mirada del otro y la costumbre social de enseñar a las niñas que su forma de ser mujer en público implica la exhibición de su cuerpo es justamente lo que las sexualiza (Llovet Rodríguez et al., 2019).

Debido al crecimiento del contenido sexualizado que ofrecen los medios de comunicación, se ha modificado la imagen que proyecta la infancia; se transmiten a edades cada vez más tempranas una imagen del cuerpo perfecto como seductor, favoreciendo el consumismo a través de la moda infantil, proyectando imágenes de niños - adultos, irreales (Espinoza Lastra et al., 2024; Llovet Rodríguez et al., 2022). El mundo de la moda busca mujeres cada vez más jóvenes, y las niñas se ha convertido en este objetivo, pero la infancia no es compatible con la pasarela y el desfile, donde se pierde la actitud infantil; incentiva una necesidad de imitación como forma de encajar en el estereotipo de la sociedad y estar “a la moda”, así como los excesos de estereotipos y prejuicios y la aceptación de conductas y costumbres poco favorables. Los niños y niñas no cuentan con la madurez necesaria para enfrentar estos estereotipos de belleza ni la conducta impuesta socialmente, por lo que afecta el desarrollo natural de las etapas de su vida, realizando actividades que no corresponden a su edad cronológica ni mental. Las niñas modifican el comportamiento natural o esperable para su edad, y se centran en la valoración propia en función del atractivo corporal e interés sexual; se inculca en ellas la necesidad de ser aceptadas y reconocidas socialmente, y construyen su autoestima sobre esta base de imágenes estereotipada que le presenta la sociedad, con el riesgo de convertirse en mujeres inseguras que luchan con la búsqueda constante y frustrante de seguir un patrón estético único e inalcanzable (Alzate Farfán et al., 2022). El estereotipo que se genera sitúa a estas niñas en una posición de inferioridad, en

competencias intelectuales y relaciones sociales, además de llevar a altos niveles de insatisfacción corporal, gran auto-sexualización, y una gran tolerancia a la violencia sexual (Llovet Rodríguez et al., 2019).

La sexualización y cosificación de las mujeres invade las infancias, siendo las causas y consecuencias más nocivas y permanentes, teniendo en cuenta que los niños y niñas se encuentran en una fase muy temprana de desarrollo emocional; no son capaces de elaborar toda la información sexual y fuera de tono que reciben del entorno y los medios de comunicación. Además, tienen una gran necesidad de aceptación e integración social, reafirmación personal y social que aumenta debido a las redes sociales, y una dificultad de descodificar las imágenes y mensajes a los que están expuestas (Llovet Rodríguez et al., 2019). El cuerpo se convierte en una mercancía, y la base de la construcción de la identidad de las mujeres es la sexualidad (Díaz Altozano et al., 2020); se enseña a la mujer que tiene el deber de seducir y preocuparse por su imagen como aquello que define su valor. Así, la construcción de la identidad de las niñas se ve afectada por este único modelo de feminidad que las rodea (Flamit Úbeda, 2021), disminuyendo sus habilidades y aumentando gradualmente la posibilidad de perder oportunidades; la percepción de la sexualidad y de la virginidad se ve alterada de forma negativa, así como su percepción acerca del sexo opuesto y sus relaciones interpersonales (Díaz Bustamante Ventisca et al., 2017).

Los padres y/o familiares también fomentan la hipersexualización, la gran mayoría de las veces sin esa intención, sino como eco de un movimiento cultural particular. Mediante la atribución de una pareja a un niño o niña con preguntas como “¿quién te gusta? ¿Tenés novio?”, ponen énfasis en las expresiones de afecto corporal y sexual, siendo el amor de pareja algo todavía difícil de comprender para los niños. A su vez, al vestir a las niñas como “muñequitas” o pequeñas modelo, o a los niños como “caballeritos”, con accesorios que no corresponden a su edad, también fomentan la hipersexualización, y la perpetuación de la idea de que deben verse sexys, exponerse a dietas para conseguir una figura perfecta, y cumplir con los cánones de belleza impuestos por la industria de la moda y los medios de comunicación (Espinoza Lastra et al., 2024., Fuentes Moreno y Rodríguez Barbán, 2021).

La adopción de conductas que no les corresponden a su edad, como el interés desmedido por el aspecto físico para parecer más grandes, puede traer consecuencias tanto físicas como psicológicas para los niños y niñas (Díaz Bustamante Ventisca et al., 2017), afectando principalmente la percepción que tienen de sí mismos, midiendo la

valoración propia en una escala de atractivos, obviando sus emociones y su personalidad (Alzate Farfán et al., 2022). Grande - López, V. (2019) evalúa diversos estudios realizados acerca de la influencia de los medios sobre la imagen corporal de la mujer, evidenciando que un 50% de niñas entre 7 y 10 años consideran la apariencia física como lo más importante, y a un 39% no le gusta su cuerpo; un 25% se sienten presionadas por deber tener un cuerpo “perfecto”. A medida que las niñas se van haciendo adolescentes, la preocupación por la imagen aumenta de un 39% a un 78%, demostrando que los medios de comunicación no solo influyen en el desarrollo, sino que también generan presión.

Los infantes se encuentran posicionados frente a la sociedad, frente al mundo y frente a sí mismos, en un lugar donde la aprobación y aceptación del resto es lo que mide su valor. Así, su autonomía y autoestima no se fortalecen, sino que al contrario, se debilitan, mientras aumenta su inseguridad y dependencia externa (Alzate Farfán et al., 2022). Crecer bajo una falsa creencia de que el éxito, tanto personal como social, se encuentra únicamente vinculado a la imagen y la mirada de otras personas afecta negativamente el desarrollo personal, disminuyendo la autonomía y desdibujando las fronteras entre las etapas vitales; niños y niñas son expuestos a situaciones inadecuadas para su madurez emocional, presentados como mini adultos, exaltando la sexualidad (Fuentes Moreno y Rodríguez Barbán, 2021).

A largo plazo, la hipersexualización puede derivar en mujeres jóvenes y adultas que evalúan sus capacidades a partir de su cuerpo, de su aspecto físico y sexual, subordinado a ello los proyectos de su vida. Los embarazos a edades cada vez más tempranas, los niños y niñas como víctimas de acoso y/o abuso sexual en la infancia, la obsesión por la delgadez y la posibilidad de desarrollar un Trastorno de la Conducta Alimentaria o una depresión, son solo algunas de las consecuencias de la erotización temprana en la infancia (Fuentes Moreno y Rodríguez Barbán, 2021).

### ***III.3. Contenido promovido en los medios de comunicación y manifestaciones de hipersexualización en la segunda infancia***

La publicidad tiene un poderoso impacto en la construcción de la cultura (Bermejo Siller, 2023), y es la cultura hipersexual la que define el éxito femenino a partir del atractivo sexual como componente del sexismo bajo la retórica de una libertad individual. La cultura popular juega con lo prohibido, sugerido como libre o autónomo, con la doble moral de la sexualidad que coloniza a la mujer. Es visible en las redes

sociales de chicas jóvenes, incluso niñas pequeñas, como las poses de las fotos están ritualizadas a partir de imágenes pornográficas, sin que ellas lo sepan. La sexualidad se amplía y la intimidad retrocede en una industria cuyo interés reside en la explotación (Menéndez Menéndez, 2021).

Junto con los medios de comunicación y la moda, contribuyen a la representación social de un cuerpo ideal, proporcionando un referente de comparación y asociando al cuerpo femenino junto a la belleza, juventud y delgadez. En las redes sociales se visualizan cuerpos femeninos de cada vez menor edad, expuestos como imagen para agrandar y obtener beneficios económicos, lo cual lleva a un aceleramiento en el tiempo del desarrollo infantil y una pérdida de la infancia. Se sigue actuando, aprovechando y consintiendo mecanismos estructurales de desigualdad que llevan a la discriminación del cuerpo de la mujer, acostumbrando al género masculino a una idealización proyectada de una belleza extrema y hasta inexistente (Grande - López, 2019).

No solo es evidente la sexualización de la imagen femenina a través de la publicidad, la moda, y las redes sociales, sino también a través de la música y los videojuegos. El reggaeton es un género musical muy popular hoy en día, caracterizado por poseer un gran contenido sexista. Niños y niñas se encuentran expuestos al contenido que se transmite en las letras cuando no buscan imitar los pasos de baile, los cuales muchas veces tienen algún tipo de connotación sexual. La conducta sexista y la cosificación de la mujer que se promueve a través de este género, altera la conducta de quienes lo consumen, adquiriendo patrones de comportamiento basados en este discurso (Cruz Díaz y Guerrero Moreno., 2018).

Morales-Cardoso et al., (2022) realizaron una investigación con el fin de analizar la evolución visual a nivel físico de Chun Li, personaje del videojuego de lucha "Street Fighter" 1991 - 2021. Como conclusión, los autores han observado que los creadores del videojuego han presentado edición tras edición, la imagen de una luchadora altamente sexualizada, materializada en dimensiones alejadas de un modelo corporal armónico con el canon de belleza morfológico, un cuerpo que no corresponde con una figura femenina real y representativa. Esto nos demuestra cómo la reproducción de figuras femeninas no representativas refuerzan los estereotipos de género y la discriminación por razón de sexo, afectando negativamente a los niños y niñas que asumen dicho rol de personaje estético de apoyo como el rol habitual de la mujer. Genshin Impact, un videojuego de anime creado en 2020, también es un claro ejemplo

de la hipersexualización de la imagen femenina, así como la gran mayoría de los Anime en el marco de una industria audiovisual donde predomina la inclusión de personajes femeninos con cuerpos proporcionalmente exagerados e irreales. Esta reiteración fomenta estereotipos machistas acerca del cuerpo de la mujer, proyectando lo que la mayoría de los hombres cree que desean, dándoles así una posición activa y dominante; se vincula esta tendencia con un discurso sexualizado que incide en la construcción de representaciones sobre los imaginarios de la mujer, generando estigmas sociales y reproduciendo a la mujer como un objeto a admirar, como elemento central del placer visual del otro como espectador. Hombres y niños que consumen este tipo de material en general terminan siendo víctimas del machismo de la industria, lo que posiblemente los lleva a tener comportamientos violentos frente a la mujer (De Lima - Vélez et al., 2023).

La influencia de las imágenes sexuadas determina la apreciación de aquello con lo que los niños y niñas sueñan ser o parecer (Fuentes Moreno, 2022). Ya no se sugiere “jugar a ser madres”, adoptando en el juego el rol del adulto y usando juguetes como muñecas, sino que se promueve ser esa mujer adulta, posar, maquillarse y vestirse como una mujer en un mundo feminizado, que no les es propio y para el cual no están listas, pero que cada día habitan con mayor naturalidad. Los juguetes se han convertido en objetos de producción, circulación y consumo, cargados de ideologías, valores y estereotipos sexistas (Zemaitis, 2021).

A medida que se expande y normaliza el uso en la vida diaria de redes sociales y plataformas digitales como Instagram y Tiktok, los sujetos encuentran nuevos espacios para proyectar, gestionar y validar sus identidades personales. En el intento de autorrepresentación, los usuarios moldean aquello propio que representan según códigos estéticos y éticos; uno de dichos códigos es el asociado a la sensualidad, derivado de una cultura sexualizada que alimenta la valoración social desde la sexualización. En las plataformas digitales no solo nos encontramos con fotos con gestos y miradas insinuadoras y poses que involucran al cuerpo como objeto sugestivo, promoviendo una corporeidad sexuada, sino también con representaciones en textos y emojis que contienen connotaciones de sensualidad y sexualización; el uso de letras de canciones referentes a lo sexual, o emojis con significado sexual por similitud, promueven la sexualización de la infancia de manera inconsciente. Mujeres, niñas y adolescentes, tienden a ser objetificadas, cosificadas y sexualizadas en medios de comunicación, publicidad y productos de mercado destinados a niños. Esto fomenta la

autosexualización como una práctica normalizada, bajo el faro de que lo sensual es parte de la constitución del “ser mujer”; refiere al manejo de niñas y adolescentes sobre sí mismas como objetos sexuales, resultado de la internalización de los estándares de belleza y el reconocimiento del valor social aceptado. A través de prácticas estilizadas con un componente sexual, del cual no son plenamente conscientes, buscan imitar aquello que los medios le ofrecen (Moreno Barreneche, 2021).

La cosificación de las mujeres, derivada de los medios de comunicación, ha llevado a que aumente la cantidad de niñas que aprenden a apreciar lo “sexy” en vez de lo “dulce”, exponiendo una imagen que no es acorde a su edad. Las jóvenes buscan adaptarse a lo expuesto a través de los medios, para encontrar validación, encajar en los estándares de belleza, y ser aceptadas por la sociedad (Cordero Vargas, 2023); en la búsqueda del reconocimiento del otro para validar su propia identidad, intentan ser lo más atractivas posibles en su autorrepresentación online (Moreno Barreneche, S. 2021).

Las tendencias sociales y los estereotipos de belleza promovidos condicionan el desarrollo de la identidad personal de los niños y niñas en la segunda infancia, llevando a una apreciación y valoración propia en base al atractivo físico, reflejada en la elección de vestimenta propia enfatizando en la femineidad estereotipada, además de la exposición constante a tendencias en redes sociales y su respuesta a través de la imitación. La autoestima de estos niños y niñas se desarrolla entonces en base a ideas e imágenes superficiales e irrealizables, sobre un universo estereotipado y segregado que contribuye a la perpetuación de la injusticia de género (Rovira Salvador, 2018; Narros González et al., 2018; Daza Samaniego et al., 2024). Al estar expuestos a representaciones poco realistas de la infancia, pueden volverse más inseguros e incluso sentir disgusto por su propio cuerpo. La constante sexualización fomenta estereotipos de género que llevan a enfrentar problemas como una baja autoestima, aumento de la ansiedad, depresión e incluso pensamientos suicidas. Como las niñas no saben cómo interpretar ni abordar de manera externa esta hipersexualización, liberan todo el estrés y las consecuencias hacia sí mismas, hacia su interior, adoptando entonces dichas perspectivas, cosificando y objetificando su propio cuerpo, y priorizando su atractivo y belleza por encima de la inteligencia y el bienestar (Sidani, 2023). Comienzan entonces a compararse, devaluarse y adaptarse a los demás a medida que construyen su identidad, manifestando los efectos de la hipersexualización no solo en el uso de vestimenta inapropiada, sino que adquiere una condición simbólica junto a los bailes, el maquillaje, y la adopción de posturas seductoras (Fuentes Moreno, 2022). Los esfuerzos

inmensurables por encajar con el estereotipo de belleza y la imagen esperada y aceptada socialmente, llevan a altos niveles de frustración que podrían desencadenar alteraciones psicológicas tales como trastornos de alimentación y/o trastornos dismórficos corporales (Rovira Salvador, 2018). La conformación de la propia identidad de forma conflictiva debido a la incomodidad frente a las atribuciones impuestas ante la estatización de la mujer, es considerado un acto de violencia (Fuentes Moreno, 2022).

La hipersexualización y cosificación del cuerpo no solo afecta a las niñas y mujeres, sino también la imagen que tienen los adultos acerca de la mujer; la representación de la imagen de la mujer cosificada afecta las actitudes, creencias y comportamientos de quienes lo consumen respecto a las mujeres. La sexualización infantil, la difusión de fotografías de niñas sexualizadas en redes sociales, hace que los adultos tengan percepciones negativas acerca de las capacidades intelectuales, sociales y morales de las niñas, empobreciendo la imagen que la sociedad puede tener de la infancia. Se asocia la sexualización a percepciones negativas intelectuales, cognitivas y sociales, percibiendo así a las niñas sexualizadas a través de los medios como menos competentes e intelectuales, y más populares y atractivas (Díaz Bustamante Ventisca et al. 2017; Narros González et al., 2018).

La erotización y sexualización de las niñas engloba desde la exposición a las presiones sociales, hasta la perpetuación de la violencia sexualizada (Sidani, 2023). La estimulación psicosexual temprana e inapropiada convierte a niños y niñas en personas vulnerables a agresiones sexuales, violencia de género y abuso sexual infantil (Fuentes Moreno, 2022). La simbolización de las mujeres, adolescentes y niñas como objeto sexual crea patrones de comportamiento no deseados, y en general, agresiones sexuales; la adaptación de los infantes a conductas hipersexualizadas permite que otros se aprovechen de ellos. Además, la exhibición constante de imágenes altamente sexuales promueve la explotación sexual infantil con fines comerciales y para generar consumo y ganancia (Cordero Vargas, 2023). Los infantes se convierten no solo en consumidores precoces de contenido sexual, sino también en objetos de deseo para los adultos que normalizan la erotización temprana. Las redes sociales capitalizan a los jóvenes y ven a los niños como un producto para vender, reproduciendo de esta manera imágenes que fomentan la hipersexualización infantil, y que pueden llevar a situaciones como la pedofilia o el grooming. El aprendizaje de las niñas de conductas esperadas de la feminidad socialmente aceptada, el enfrentamiento a roles de género poco saludables, la adopción de actitudes moldeadas por los medios que lleva a una asimetría entre géneros,

y la auto objetualización pueden fomentar situaciones de violencia de género, o una generación de adultos con poca autoestima y manipulables (Hernández Suárez, et al., 2022).

## IV. SÍNTESIS Y CONCLUSIONES

### IV.1. Síntesis

El presente trabajo de Investigación Final, de diseño teórico de revisión bibliográfica, tuvo como propósito revisar la literatura existente sobre el contenido promovido por los medios de comunicación y la hipersexualización en la segunda infancia, para explorar la relación entre ambas variables. Dicho análisis ha surgido a partir de la preocupación por el impacto que las representaciones mediáticas tienen en la formación y el desarrollo infantil, y las consecuencias sociales asociadas. La investigación se estructuró en tres objetivos principales: caracterizar el contenido promovido en los medios de comunicación, describir las manifestaciones de hipersexualización en la infancia, y analizar la relación entre ambos.

En primer lugar, la revisión de artículos sobre el contenido promovido en los medios de comunicación han revelado un auge masivo de expansión tecnológica, y un contenido inapropiado consumido por niños y niñas a edades cada vez más tempranas. Se evidenció cómo este consumo se encuentra marcado por la hiperconexión y la superficialidad en las relaciones, reforzando así estereotipos de género y promoviendo un consumo basado en la imagen y el atractivo físico y sexual como valores centrales. Redes sociales como Instagram y Tik Tok actúan como motor de esta problemática, al permitir la creación y difusión de contenido que cosifica los cuerpos de los niños y niñas; esta objetivación corporal influye negativamente en la percepción y autoimagen de los infantes, naturalizando patrones de conducta basados en las apariencias (Canaza - Choque, 2018; Flamit Úbeda, 2021; Díaz Altozano et al., 2020; Maioli, 2017).

Asimismo, se observó cómo la publicidad y la moda infantil contribuyen a este fenómeno, al asociar el éxito y la pertenencia social con la apariencia y los atributos sexuales. Este proceso es impulsado de igual manera por los videojuegos y la música, que con frecuencia reproducen estereotipos sexistas y modelos corporales irreales (Grande-López, 2019). La publicidad dirigida a menores, junto a las redes sociales, promueven mensajes que naturalizan comportamientos adultos en la infancia, fomentando una dependencia social de la apariencia como factor de aceptación y reconocimiento (Espinoza Lastra et al., 2024).

En segundo lugar, se describieron las manifestaciones de la hipersexualización en la segunda infancia. Este fenómeno implica la adopción de comportamientos, vestimentas y atributos sexuales inapropiados para la edad. Obstaculiza así el desarrollo propio del período de latencia, tal como lo define Freud (1905), período en el que debería primar la sublimación de los impulsos y las mociones sexuales hacia actividades socialmente aceptadas. Se ha comprobado que la exposición constante a contenido hipersexualizado afecta negativamente la consolidación de una autoestima fuerte y equilibrada, llevando a una valoración personal basada en la apariencia física. Esto perpetúa desigualdades sociales y estereotipos de género que limitan las oportunidades de desarrollo pleno de los menores (Llovet Rodríguez et al., 2019; Alzate Farfán et al., 2022; Borthiry y Ramos, 2020).

En particular, las niñas suelen ser el grupo más afectado por la hipersexualización debido a la presión para cumplir con estereotipos de feminidad que incluyen vestimentas provocativas y conductas adultas inapropiadas. Este fenómeno no solo afecta la percepción que tienen de sí mismas, sino también su interacción con sus pares y adultos, quienes las perciben desde una perspectiva basada en una sexualización, limitante del desarrollo integral. Estas dinámicas fomentan problemas emocionales como la inseguridad, trastornos alimenticios y dismorfia corporal, reforzando un círculo de autovaloración basada en parámetros irreales y estereotipos inalcanzables (Llovet Rodríguez et al., 2019).

En tercer lugar, se analizó la relación entre el contenido promovido en los medios de comunicación y las manifestaciones de hipersexualización infantil. La industria de la moda y la música, han contribuido significativamente en la asociación del éxito y la aceptación social con una imagen sexualizada, normalizando la erotización en edades cada vez más temprana, y afectando tanto las interacciones sociales como las representaciones personales; se fomentan visiones reductivas y cosificadoras de los menores como objetos de consumo y deseo, no solo afectando a los infantes, sino que genera a su vez un impacto en la percepción que los adultos tienen de la infancia. Ciertos videojuegos, especialmente aquellos basados en el anime, y los géneros musicales como el reggaetón, refuerzan la hipersexualización y normalizan conductas sexistas que son adoptadas por los niños en sus propias interacciones sociales (Narros González et al., 2018; Grande - López, 2019; Espinoza Lastra et al., 2024). Se subraya entonces la necesidad de regular el contenido que los

niños y niñas consumen en la actualidad, y de promover una reflexión profunda sobre las prácticas culturales que refuerzan los estereotipos de género y cosifican la infancia.

De igual manera, se observó que la hipersexualización afecta el desarrollo de las habilidades sociales y la percepción que los niños tienen de sí mismos. Niños y niñas expuestos a estos contenidos inapropiados desarrollan una autoestima frágil basada en estereotipos irreales e inalcanzables, incrementando el riesgo de trastornos emocionales, alimenticios y dismórficos. Se ha evidenciado también que la percepción social de la infancia se encuentra influenciada por la sobreexposición de los medios de comunicación; las niñas sexualizadas tienden a ser vistas como menos competentes y las superficiales, lo que afecta su interacción social y limita sus posibilidades de crecimiento personal y profesional a largo plazo (Díaz Bustamante Ventisca et al., 2020).

El trabajo realizado pone de manifiesto un problema en aumento con importantes implicaciones y repercusiones en el desarrollo integral de los niños y niñas. Además, contribuye al campo del conocimiento al proporcionar evidencia teórica acerca de las consecuencias psicológicas y sociales de la hipersexualización infantil. Se sugiere de manera urgente diseñar intervenciones educativas que promuevan una alfabetización mediática responsable y regulaciones que protejan a los menores de contenidos inapropiados. Se evidencia una importante necesidad de educar tanto a los niños como a sus cuidadores sobre los riesgos de la hipersexualización para contrarrestar este fenómeno, y generar conciencia social acerca de la gravedad del mismo y sus implicancias en el desarrollo infantil.

#### ***IV.2. Conclusiones***

En conclusión, este trabajo de revisión bibliográfica ha demostrado la existencia de una relación entre el contenido promovido por los medios de comunicación y las manifestaciones de hipersexualización en la segunda infancia. Los niños y niñas se encuentran expuestos a un entorno mediático que prioriza el atractivo y la imagen corporal y sexual, lo que interfiere con el desarrollo psicosexual esperable para la etapa evolutiva mencionada. La influencia de los medios provoca alteraciones en la percepción que tienen de sí mismos y de sus relaciones interpersonales, consolidando patrones de conducta que no son apropiados para su edad. A su vez, se ha evidenciado cómo los medios de comunicación y la industria cultural actúan como agentes que

aceleran la transición hacia una adultez prematura, desdibujando los límites naturales entre la infancia y la adolescencia.

Resulta importante fomentar una regulación adecuada del contenido mediático dirigido y consumido en la infancia, promoviendo una mayor conciencia social sobre las consecuencias de la hipersexualización. Es necesario trabajar desde un enfoque interdisciplinario para garantizar un desarrollo saludable y respetar los derechos fundamentales de los niños y niñas.

### ***IV.3. Limitaciones y aplicaciones para la práctica***

En cuanto a las limitaciones que presenta esta investigación, se destaca en primer lugar la carencia de datos empíricos originales que refuercen las conclusiones, lo que limita la posibilidad de realizar una evaluación directa de cómo los medios afectan a los niños y niñas en su entorno cotidiano. La temática relacionada a la infancia y la hipersexualización implica el trabajo con una población muy sensible; además, la hipersexualización es un fenómeno difícil de observar y medir de manera directa. El trabajo realizado contribuye entonces en la consolidación de una base teórica que pudiera servir como marco para futuras investigaciones empíricas.

Por otro lado, la investigación tiene un enfoque en la cultura occidental. Los artículos seleccionados, exceptuando aquellos realizados en Europa, están mayoritariamente centrados en países de América Latina, donde el contexto sociocultural, las dinámicas de consumo mediático, las políticas educativas y los valores culturales son propios de esta región. En consecuencia, las perspectivas de los documentos utilizados no reflejan necesariamente las experiencias de niños en culturas con valores y prácticas diferentes. Además, las principales fuentes utilizadas en este trabajo fueron escritas en español, lo que limita el alcance de análisis al excluir investigaciones realizadas en otros idiomas y basadas en contextos culturales diversos.

Los hallazgos de esta investigación enfatizan en la necesidad de diseñar programas educativos que incluyan herramientas para aprender a interpretar de manera crítica y objetiva los mensajes sexualizados que se promueven en los medios de comunicación, y a identificar el contenido inapropiado. Además, podría servir como base teórica a integrar para el trabajo con niños y familias a la hora de abordar los efectos psicológicos de la hipersexualización, como la baja autoestima y los trastornos emocionales.

En cuanto a futuras líneas de investigación, sería pertinente realizar estudios que exploren estrategias de prevención y regulación del contenido dirigido y consumido en la infancia. Además, resultaría relevante llevar a cabo investigaciones empíricas que permitan observar el impacto directo que tiene el contenido que promueven los medios de comunicación sobre el desarrollo de los niños y niñas, y su relación con la adopción de conductas hipersexualizadas.

## V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, L., Rodríguez, B., Fernández, R. y 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>
- Alzate Farfán, Y., Díaz Díaz, Y., Gil Gil, P. y Torres Soche, D. (2022). La hipersexualización infantil en los contextos familiar y escolar y su incidencia en el desarrollo emocional y la autonomía. (Trabajo de grado). Universidad El Bosque, Facultad de Educación. <https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstreams/7e69ce13-1162-4b87-bf03-d59c9569bd3a/download>
- Apugllón Jácome, M. V., (2024). Hábitos de consumo de medios de comunicación públicos en la ciudad de Riobamba durante la pandemia por Covid 19, año 2020. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas. [\\*Apugllón Jácome, M. \(2024\) Hábitos de consumo de los medios de comunicación públicos en la ciudad de riobamba.año 2020..pdf \(unach.edu.ec\)](#)
- Bermejo Siller, C. (2023). La utilización del cuerpo femenino como herramienta publicitaria para generar impacto. *Revista de Marketing y Publicidad. CEF*, 8 (1), 41-68. <https://doi.org/10.51302/marketing.2023.19323>
- Bolognesi, M. L., (2023). Post pandemia y nuevos hábitos de consumo de productos audiovisuales: streaming, narrativas transmedia y experiencias personalizadas. *Millcayac- Revista digital de ciencias sociales*, 10(18). <https://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/millca-digital/article/view/5498>
- Borthiry, D. y Ramos, L. (2020). Periodo de latencia: sobreexcitación pulsional, erotización ambiental...niños hipersexualizados. *Anuario de*

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=369166429062>

- Canaza-Choque, F (2018). La sociedad 2.0 y el espejismo de las redes sociales en la modernidad líquida. *In Crescendo* 9 (2), 221 – 247  
<https://n2t.net/ark:/13683/pxef/knb>
- Cáceres Zapatero, M., Brandle Señan, G., y Ruiz San Román, J. (2017). Sociabilidad virtual: la interacción social en el ecosistema digital. *Historia y Comunicación Social*, 22 (1), 233 – 247.  
<http://dx.doi.org/10.5209/HICS.55910>
- Cerutti, A (2015). Prácticas de crianza, desarrollo infantil e infancia temprana en los albores del siglo XXI. En Cerutti, A. y cols (2015). *Infancia temprana, crianza y desarrollo en la sociedad actual* (pp. 5 - 49), [Documento de trabajo], Centro Interdisciplinario de infancia y pobreza UDELAR.  
[CIIP-4-11nov-27-corregidorevisado-1.pdf \(afepsicomotricidad.com.ar\)](http://www.afepsicomotricidad.com.ar/CIIP-4-11nov-27-corregidorevisado-1.pdf)
- Chacón, P. y Morales, X. (2014). Infancia y medios de comunicación: El uso del método semiótico cultural como acercamiento a la cultura visual infantil. *Ensayos - Revista de la Facultad de Educación de Albacete*, 29(2), 1-17.  
Recuperado de:  
<https://revista.uclm.es/index.php/ensayos/article/view/332/544>
- Cordero Vargas, M. (2023). Las consecuencias de la autosexualización en las jóvenes de la ESEN: Una propuesta de investigación. En Tenorio, M. (Ed.). *Compendio de investigaciones. Problemas sociales desde una mirada femenina*. (pp. 35- 43). ESEN. Recuperado de:  
<http://redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/4597/1/Or%C3%ADgenes%203.pdf#page=35>
- Cruz Díaz, R., y Guerrero Moreno, M. (2018). El género musical reggaetón: aproximación al discurso sexual y a la cosificación de las jóvenes. En López Meneses, E., et al (Ed.) *Experiencias pedagógicas e innovación educativa. Aportaciones desde la praxis docente e investigadora* (pp 3683 - 3695). Octaedro.  
[https://www.researchgate.net/publication/333117957\\_EL\\_GENERO\\_MUSICAL\\_REGGAETON\\_APROXIMACION\\_AL\\_DISCURSO\\_SEXUAL\\_Y\\_A\\_LA\\_COSIFICACION\\_DE\\_LAS\\_JOVENES](https://www.researchgate.net/publication/333117957_EL_GENERO_MUSICAL_REGGAETON_APROXIMACION_AL_DISCURSO_SEXUAL_Y_A_LA_COSIFICACION_DE_LAS_JOVENES)

- Daza Samaniego, P., Garzón Romero, G., y Rodríguez Ortiz, L. (2024). ¿Hipersexualización infantil influenciada por redes sociales? GALAPA, otras posibilidades de interpretación desde la mirada de niñas de 8 a 12 años que participan en el programa “Las Manzanas del Cuidado” en la IED Gerardo Paredes - Bogotá. *Universidad El Bosque, Facultad de Educación*. Recuperado de: <https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstreams/a11a701d-900a-456d-88d4-d8a588dc6fcb/download>
- Díaz Altozano, P., Padilla Castillo, G. y Requeijo Rey, P. (2020). Sexualización de niñas en redes sociales: la necesidad de inteligencia semántica en Instagram. *Revista de Investigaciones Feministas* 12(1), 31-45. <https://doi.org/10.5209/infe.69559>
- Díaz Bustamante Ventisca, M. y Llovet Rodríguez, C. (2017). ¿Empoderamiento o empobrecimiento de la infancia desde las redes sociales? Percepciones de la imagen de niñas sexualizadas en Instagram. *El profesional de la información*, 27(1), 77-87. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/54700>
- Díaz Bustamante Ventisca, M., Llovet Rodríguez, C. y Narros González, M. (2020). Sexualización percibida en los estilismos de moda de niñas: Un análisis transcultural en España - China. *Revista científica de Educomunicación* 28(65), 78 - 87. <https://doi.org/10.3916/C65-2020-07>
- Espinoza Lastra, O., Suárez Espinosa, E., y Alarcón López, F. (2024). Análisis de la hipersexualización de menores derivada del tipo de contenidos presentes en los medios de comunicación a gran escala. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores* 2(30). <https://doi.org/10.46377/dilemas.v11i2.4037>
- Fabbro, G. y Sánchez Labella Martín, I. (2016). Infancia, dibujos animados y televisión pública. La difusión de valores y contravalores en la producción española y argentina. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 7(1), 11-29. DOI: 10.14198/MEDCOM2016.7.1.1
- Fernández de Arroyabe Olaortua, A., Lazkano Arrillaga, I. y Eguskiza Sesumaga, L. (2018). Nativos digitales: Consumo, creación y difusión de contenidos

audiovisuales online. *Comunicar*, 26(57),61-69.

<https://doi.org/10.3916/C57-2018-06>

Fernandez, M. (2023). Hipersexualización infantil. *Awen Centro de psicología y Salud Emocional*. Recuperado de:

<https://awenpsicologia.com/hipersexualizacion-infantil/>

Flamit Úbeda, A. (2021). Sexualización de menores en TikTok: ¿qué papel tienen las familias? (Tesis de grado), Universidad Autónoma de Barcelona, Facultad de Ciencias de la Comunicación.

<https://ddd.uab.cat/record/249215>

Fuentes Moreno, L. y Rodríguez Barbán, 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/view/714>

Fuentes Moreno, L. (2022). Infancia amenazada: el peligro de la erotización infantil. En Calderón Garzón, L (Ed.). *Sexualidad y tabú. Mujer: salud sexual, maternidad y vejez* (pp. 157 - 184). Congresos PI.

[https://files.cdn-files-a.com/uploads/3743669/normal\\_62d596f02ff82.pdf#page=157](https://files.cdn-files-a.com/uploads/3743669/normal_62d596f02ff82.pdf#page=157)

Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. (2024). *El uso de dispositivos electrónicos en niños, niñas y jóvenes: evidencia internacional y percepciones de familias y docentes*. Dirección General de Publicaciones.

<https://buenosaires.gob.ar/sites/default/files/2024-08/EI%20uso%20de%20dispositivos%20electr%C3%B3nicos%20en%20ni%C3%B1os%20y%20j%C3%B3venes%20-%20biblioteca.pdf>

Golovina, N. (2014). La comunicación masiva y el comportamiento del consumidor. *ORBIS, Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*, 10(28), 190-198. <https://www.redalyc.org/pdf/709/70930408011.pdf>

Gómez Mendoza, M. A. y Alzate Piedrahíta, M. V. (2014). La infancia contemporánea. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 12(1), 77-89. <https://www.redalyc.org/pdf/773/77330034004.pdf>

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. <http://doi.org/>

- Grande-López, V. (2019). La hipersexualización femenina en los medios de comunicación como escapate de belleza y éxito. *Communication Papers - Media Literacy & Gender Studies*, 8(16), 21-32. <http://hdl.handle.net/10498/21599>
- Guzmán Huayamave, K., Arriaga Hachi, P. y Cobos Díaz, A. (2020). Las TIC y su influencia en el desarrollo psicosocial. Apuntes Universitarios. *Revista de Investigación*, 10(2),17-29. <https://www.redalyc.org/journal/4676/467662252003/>
- Hernández Suárez, M., Martínez Bernal, A., y Mendez Vargas, L. (2022). Pequeños no adultos. Multimedia que aporta a preservar los derechos de los niños visibilizando las consecuencias de normalizar su hipersexualización en las redes sociales. *Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Facultad de Ingeniería y Arquitectura..* Recuperado de: <https://repositorio.unicolmayor.edu.co/handle/unicolmayor/6606>
- Herrera Flores, A., Campi Maldonado, A., y Torres Vargas, R. (2021). Códigos de modernidad: Industria cultural digital y la economía global de desarrollo. Tik Tok. *Journal of science and research*, 6(3), 257 – 274. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5659826>
- Illán Gómez, M. (2017). La latencia hoy. *Pensamiento Psicoanalítico*. ISSN - e 2530 - 4445, 1(1), 45 – 49. [La latencia hoy - Dialnet \(unirioja.es\)](https://dialnet.unirioja.es)
- Lima Vélez, C., Puello Martínez, D., Mendoza Curvelo, M., y Acevedo Merlano, A. (2023). Hipersexualización del personaje femenino en el anime: una mirada desde Latinoamérica. El caso de Genish Impact. *Comunicación y género*. 6 (1). 1 - 14. <https://dx.doi.org/10.5209/cgen.84885>
- Llovet Rodríguez, C., Narros González, M., Díaz Bustamante Ventisca, M. y Ruiz San Román, J. (2022). Sobreexposición e hipersexualización para vender más: percepciones y actitudes sociales sobre los preadolescentes en comunicaciones comerciales. *Revista Latina de Comunicación Social* 80, 287-312. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1546>
- Llovet Rodríguez, C., Díaz Bustamante Ventisca, M., y Méndiz Noguero, A. (2019). Estado de la cuestión sobre la sexualización infantil en el entorno digital y propuestas de alfabetización mediática. *Doxa Comunicación: Revista Interdisciplinaria de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 28. 223-240. <https://dx.doi.org/10.31921/doxacom.n28a12>

- Lang, D. (2023). Hitos del desarrollo, infancia media y tardía. En AK Elder (Ed.). Problemas de crianza y diversidad familiar. (149-158). Iowa State University. <https://doi.org/10.31274/isudp.8>
- Maioli, E. (2017). Moda, cuerpo e infancia. Una indagación exploratoria sobre la erotización del cuerpo femenino a partir de las modalidades de la moda infantil. *MaguaRED, cultura y primera infancia en la web*. <https://maguared.gov.co/wp-content/uploads/2017/10/Moda-cuerpo-femenino-e-infancia.pdf>
- Marín Marín, A.E. (2023). La comunicación en la modernidad líquida. *Ansema. Comunicación, tecnología y sociedad*. Doi: 10.13140/RG.2.2.31923.44325
- Menéndez Menéndez, M. (2021). Culo prieto, cabeza ausente: una reflexión feminista sobre la pornografización cultural en las industrias culturales. *Atlánticas: revista internacional de estudios feministas*. 6 (1). 106 - 135. <https://doi.org/10.17979/arief.2021.6.1.7078>
- Morales Cardoso, J., Badenes Plá, V., y Legerén Lago, B., (2022). La hipersexualización de la mujer en los videojuegos de lucha: el caso de Chun Li en Street Fighter. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación* (28). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8746970>
- Moreno Barreneche, S. (2021), Autosexualización de niñas y adolescentes en redes sociales digitales: una aproximación teórico-conceptual desde la semiótica social, en CIC. *Cuadernos de Información y Comunicación* 26, 89-105. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/profile/Sebastian-Moreno-20/publication/354580175\\_Autosexualizacion\\_de\\_ninas\\_y\\_adolescentes\\_en\\_redes\\_sociales\\_digitales/links/62727c653a23744a7263032c/Autosexualizacion-de-ninas-y-adolescentes-en-redes-sociales-digitales.pdf?origin=journalDetail&\\_tp=eyJWdIIjoiam91cm5hbERldGFpbCJ9](https://www.researchgate.net/profile/Sebastian-Moreno-20/publication/354580175_Autosexualizacion_de_ninas_y_adolescentes_en_redes_sociales_digitales/links/62727c653a23744a7263032c/Autosexualizacion-de-ninas-y-adolescentes-en-redes-sociales-digitales.pdf?origin=journalDetail&_tp=eyJWdIIjoiam91cm5hbERldGFpbCJ9)
- Narros González, M., Díaz - Bustamante Ventisca, M., y Llovet Rodríguez, C. (2018). Posturas, escotes, tacón y maquillaje. Percepciones de universitarios sobre las niñas sexualizadas en revistas de moda. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación* (18), 12 - 29. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6785188>

- Narros González, M., Lovet Rodríguez, C., y Díaz Bustamante Ventisca, M. (2019). Jóvenes comunicadores y sexualización infantil. Diferencias de género ante la sexualización de las niñas en las revistas de moda. *Revista Española de Sociología*, 29(3), 137-154. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2020.61>
- Ortiz, M. A., Ruiz, J. A., y Díaz, E. (2016). ¿Están las cadenas de televisión interesadas en una mejor TV para los menores? Las televisiones y la investigación en infancia y televisión. *Comunicar; Revista científica de Educomunicación*, 10(40), 137-144. DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-03-04>
- Papalia, D. y Martorell, G. (2017). Acerca del desarrollo humano, teoría e investigación. En Rocha, M. (Ed.) *Desarrollo humano*, decimotercera edición (20 - 41, 294 - 321). México, McGraw Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V. ISBN 978-007-7861-841. [\(PDF\) Desarrollo Humano \(Papalia, 2017\) | Andrea Diana Martinez Ramos - Academia.edu](#)
- Purvis, G. (2016). ¿Dónde está la infancia? Para una literatura que hable a los niños y niñas. *En Jornadas del Plan Provincial de Lectura, Centro de Documentación e Información Educativa (CENDIE), Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FAHCE), Universidad Nacional de La Plata (UNLP), 13 y 14 de mayo de 2016*. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/57737>. ISSN 2346 – 8807.
- Romero López, G., Guaña Moya, J., Pinos Romero, K., Fernández Sánchez, E., y Artega Alcívar, Y., (2022). Nativos digitales y modelos de aprendizaje. *Polo de conocimiento*. 7(3), 653 – 668. DOI: 10.23857/pc.v7i3.3754
- Rovira Salvador, I. (2018). La sexualización de la infancia: por qué es dañina y cómo prevenirla. *Portal Psicología y Mente*. Recuperado de: <https://psicologiymente.com/desarrollo/sexualizacion-de-infancia>
- Sacoto Álvarez, R., Cárdenas Cordero, N. y Castro Salazae, A. (2018). Influencia de la tecnología en el desarrollo integral de los niños en la primera infancia. *Memorias del cuarto Congreso internacional de Ciencias Pedagógicas de Ecuador: La formación y superación del docente: “desafíos para el cambio en la educación en el siglo XXI”*. Recuperado de: [Influencia de la tecnología en el desarrollo integral de los niños en la primera infancia - Dialnet \(unirioja.es\)](#). ISBN 978-9942-17-033-0. (127-136).

- Sidani, K. (2023). The Hypersexualization of Young Girls and the Infantilization of Adult Women. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*. 7 (1) 193 - 197. Recuperado de: <https://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/2023/01/X22701193197.pdf>
- Tejada Garitano, E., Arce Alonso, A., Bilbao Quintana, N. y López de la Serna, A. (2023). Internet, smartphone y redes sociales: entre el uso y abuso, previo a la adicción. *Alteridad. Revista de Educación*, 18(1), 14-22. <https://doi.org/10.17163/alt.v18n1.2023.01>
- Zemaitis, S. (2021). Entre el aula segregada, las muñecas glotonas y los rostros maquillados. Un ensayo acerca de las representaciones generalizadas de “la niña”. *Revista del Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Educación*. (49). 107 - 122. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9111338>

## VI. APÉNDICE

*Descripción de los documentos utilizados.*

<b>Año</b>	<b>Estudio</b>	<b>Tipo de estudio</b>	<b>Contexto/ Muestra</b>	<b>Método recolección de datos/ Instrumentos</b>	<b>Variables estudiadas</b>	<b>Objetivos</b>
2014	Golovina, N.	Artículo teórico - revisión documenta l			Comunicación masiva  Comportamiento del consumidor	Analizar la comunicación masiva como herramienta de poder de las empresas sobre los consumidores, y como el medio de ejercicio de poder de los consumidores sobre las empresas
2014	Gómez Mendoza, M., y Alzate Piedrhaíta, M	Artículo teórico - revisión conceptual			Estado actual de la infancia	Exponer los resultados de la investigación social sobre el estado actual de los estudios sobre la infancia
2014	Chacón, P y Morales, X	Artículo teórico - revisión			Método semiótico cultural.	Describir el uso del método semiótico cultural como herramienta para la interpretación de contenido visual infantil, y como medio de

		bibliográfica			Cultura y contenido audiovisual infantil	comprensión de lo que se asimila en la infancia al ser receptor de este contenido
2015	Cerutti, A	Artículo teórico . revisión bibliográfica			Prácticas de crianza.  Infancia temprana.  Desarrollo en la sociedad actual	Describir cómo son las prácticas de crianza en la sociedad actual del siglo XXI
2016	Fabbro, G., y Sánchez Labella Martín, I	Artículo de investigación empírica cualitativa		Análisis de contenido	Dibujos animados.  Difusión de valores y contravalores para el público infantil	Comparar el compromiso de la televisión pública en España y Argentina por producir contenidos adecuados para los niños y niñas
2016	Ortiz, M A, et al.	Artículo de investigación teórico y empírico	Responsables de contenidos infantiles de las principales cadenas televisivas españolas	Estudio llevado a cabo desde el Observatorio Comunicación y Sociedad.  Consulta de bibliografía.  Encuesta	Televisión e infancia	Describir los principales aportes de las televisiones españolas al estudio y reformulación de la relación entre televisión e infancia.

2016	Purvis, G	Artículo teórico - revisión bibliográfica	Infancia actual. Literatura destinada a la niñez	Describir cómo es la infancia en la actualidad, y proponer una mirada de las infancias privilegiando la diversidad, y la actualización de la literatura.
2017	Cáceres Zapatero, M., et al	Artículo teórico - revisión bibliográfica	Sociabilidad virtual TIC Hiperconexión	Introducir el concepto de sociabilidad virtual como marco para repensar las formas de la sociabilidad desde el entorno digital.
2017	Papaplia, D. y Martorell, G.	Revisión técnica	Desarrollo humano	General: Ayudar a los estudiantes a aprender mejor y experimentar el lado humano del desarrollo a través de la exposición a la cultura y diversidad, y la aplicación práctica.  Específico: resumir las principales teorías del desarrollo humano, describir los métodos científicos del desarrollo utilizados para recolectar datos, y explicar las pautas que siguen los investigadores.

2017	Illán Gómez, M	Artículo teórico - revisión bibliográfica			Latencia	Profundiza el concepto de latencia y examina las posibles influencias de las particularidades de esta época de su establecimiento.
2017	Díaz Bustamante Ventisca, M y Llovet, R	Artículo de investigación empírica cuantitativa	Trescientas cincuenta y tres personas residentes de España en 2016	Encuesta estructurada a través de internet	Imágenes de niñas sexualizadas en redes sociales. Percepción del adulto	Analizar cómo son percibidas las fotografías de niñas sexualizadas difundidas en redes sociales por parte del público adulto.
2017	Maioli, E	Proyecto de investigación empírico cualitativo	Quince niñas residentes en Capital Federal y Gran Buenos Aires, en un margen de edad de seis a diez años y provenientes	Entrevista semiestructurada	Moda. Cuerpo. Sexualidad infantil	Conocer los modos que asume la erotización anticipada del cuerpo infantil a partir de la forma de vestir de las niñas en período de latencia, y las transformaciones que esta erotización anticipada introduce en su desarrollo y en la construcción del imaginario de las niñas.

---

es de  
familias de  
nivel  
socioeconó  
mico  
medio.

---

2018	Canaza - Choque, F	Artículo teórico - revisión bibliográfi ca			Sociedad 2.0  Internet  Redes sociales - Facebook	Analizar los efectos que internet ha provocado en los habitantes del globo, y las anomalías que emergen detrás de la red social Facebook
------	-----------------------	--	--	--	--	--

---

2018	Cruz Díaz, R., y Guerrero Moreno, M	Capítulo de libro en una compilació n académica - investigaci ón empírica	Siete jóvenes de entre dieciocho y veinticuatr o años residentes en Cádiz	Análisis de contenido de 21 canciones y 5 videoclips - observación participante en discotecas y pubs en Cádiz - Entrevista a jóvenes	Género musical reggaetón  Jóvenes  Cosificación de la mujer	Analizar las características del discurso de reggaetón - evaluar la perspectiva crítica de 5 jóvenes frente a la violencia de las letras de reggaetón - identificar epxresiones violentas y sexistas en canciones y videoclips de reggaetón - relacionar el discurso del reggaetón con la discriminación hacia la mujer - observar si los jovenes adoptan o rechazan los patrones de conducta presentes en este discurso.
------	--	--	--	---	---	---

---

2018	Narros González, M., et al	Investigación empírica cualitativa	Cuatrocientos cuarenta y nueve jóvenes españoles de dieciocho a veinticinco años de edad, vinculados académica o profesionalmente con los medios de ocupación	Encuesta online. Cuestionario de escala Likert	Sexualización. Revistas de moda. Percepción de las niñas sexualizadas	Explorar cómo perciben los jóvenes españoles universitarios a las niñas que se muestran en las revistas de moda
2018	Fernández de Arriba Olaortua, A., et al	Artículo de investigación empírica	Dos mil cuatrocientos veintiséis adolescentes de doce a dieciséis años, estudiantes	Cuestionario autorrellenable de cien preguntas de respuesta múltiple, divididas en seis bloques	Adolescencia. Patrones de consumo Creación y difusión de contenido audiovisual en ámbitos de ocio y escolar	Definir los patrones de consumo, creación y difusión de contenidos audiovisuales de Internet en los ámbitos del ocio y escolar de los jóvenes guipuzcoanos de entre doce y dieciséis años, poniendo el foco en las diferencias de género, curso y tipo de centro.

---

de los  
cuatro  
cursos de  
ESO: se  
seleccionar  
on de  
forma  
aleatoria de  
sesenta  
centros de  
Guipúzcoa,  
un total de  
ciento  
veinte  
grupos,  
treinta por  
cada curso.

---

2018

Rovira  
Salvador, I

Artículo  
de  
divulgación  
psicológica

Sexualización infantil  
Riesgos y prevención

Explorar en qué consiste la sexualización de la  
infancia, qué peligros conlleva, y cómo evitarlos

---

2019	Sacoto Álvarez, R., et al	Artículo teórico - revisión bibliográfica			Tecnología.  Desarrollo integral en la niñez	Determinar cómo influye la tecnología en el desarrollo integral de los niños
2019	Llovet Rodríguez, C., et al	Artículo teórico - revisión bibliográfica			Sexualidad infantil  Entorno digital  Alfabetización mediática	Realizar una revisión bibliográfica sobre la sexualización de las niñas en el entorno digital y enumerar algunas propuestas de alfabetización mediática.
2019	Narros González, M., et al	Artículo de investigación empírica descriptiva	Cuatrocientos cuarenta y nueve individuos de entre dieciocho y veinticinco años, vinculados académica y profesional mente con	Cuestionario “ad hoc” online durante el mes de noviembre de 2017, aplicando un cuestionario estructurado.	Sexualización infantil  Diferencias de género  Medios de comunicación	Analizar la percepción del constructo sexualización infantil tendiendo al género en el colectivo de jóvenes españoles, futuros profesionales de la comunicación.

			los medios de comunicación.			
2019	Grande - López, V.	Artículo teórico - revisión bibliográfica			Hipersexualización femenina. Medios de comunicación	Evaluar cómo los medios influyen en las actitudes, percepciones y comportamientos del público femenino joven, a través de un canon de belleza concreto.
2019	González, P.	Artículo teórico - revisión bibliográfica			Erotización infantil Grooming	Abordar las diversas significaciones de la sexualidad infantil en los discursos de prevención del acoso sexual de niños, niñas y adolescentes a través de internet en Argentina
2020	Díaz Altozano, P., et al	Artículo de investigación empírica descriptiva	Trescientas piezas audiovisuales producidas por jóvenes en redes sociales, cincuenta entrevistas	Exploración cuantitativa y cualitativa	Sexualización Redes sociales Inteligencia semántica	Estudio de los hashtags que emplean una nueva forma de pornografía no censurable por los algoritmos, y las percepciones subjetivas y objetivas de las fotografías.

---

en  
profundida  
d, y  
cuarenta  
grupos de  
discusión

---

2020	Guzmán Huayamave, K., et al	Artículo de investigaci ón empírica - enfoque mixto de alcance descriptivo y exploratori o	Ocho docentes y setenta niños de dos a cinco años pertenecient es a la Unidad Educativa “Camino al Espacio” de la ciudad de Guayaquil.	Registro de observación durante cuatro semanas de forma consecutiva; encuestas y entrevistas.	TIC  Desarrollo psicosocial	Describir el valor de las TIC como recurso didáctico para el desarrollo del conocimiento
------	-----------------------------------	---	--	--	-----------------------------------	---

---

2020	Borthiry, D. y Ramos, L.	Artículo teórico - revisión bibliográfi ca			Período de latencia  Hipersexualización infantil	Analizar el papel de la cultura y la sociedad en el desarrollo sexual del período de latencia
------	-----------------------------	--	--	--	---	--

---

2020	Díaz Bustamante Ventisca, et al	Artículo de investigación empírica descriptiva	Setecientos cincuenta estudiantes universitarios de Comunicación y Publicidad en España y en China	Cuestionario estructurado "ad hoc"	Sexualización en la infancia Estilismos de moda	Analizar la percepción de sexualización de las niñas en los estilismos de moda difundidos desde los medios
2021	Fuentes Moreno, L., y RODríguez Barbán, R	Artículo teórico - revisión bibliográfica			Erotización temprana. Guerra cultural y simbólica Infancia	Identificar las consecuencias a largo y mediano plazo de la erotización temprana
2021	Herrera Flores, A., et al	Artículo de investigación empírica cualitativo		Selección y observación de videos cortos de Tik Tok desarrollados en Ecuador y compartidos por usuarios con alto tráfico de seguidores,	Red social Tik Tok Industria digital	Analizar la industria digital y la economía global para reconocer la incidencia de la red en el caso de Ecuador.

---

influencer, y marcas en tendencia en el período de análisis correspondiente al primer trimestre de 2021.

---

2021

Flamit  
Úbeda, A

Artículo de investigación empírica cuantitativa o y cualitativo

Ciento noventa familias. Once familias, nueve madres y dos padres, cuyos hijos e hijas de entre ocho y diecisiete años de edad utilizan TikTok.

Encuesta como técnica cualitativa y entrevista en profundidad como herramienta cualitativa

Sexualización  
Tik Tok  
Rol de las familias

Analizar el fenómeno de la sexualización en la infancia en la plataforma TikTok y elaborar propuestas de alfabetización mediática dirigida a las familias.

---

2021	Menéndez Menéndez, M.	Artículo teórico - revisión bibliográfica			Porpograficación cultural  Industrias culturales	Realizar una reflexión teórica feminista acerca de la porograficación que se ha consolidado en la cultura popular.
2021	Moreno Barreneche, S	Artículo teórico - revisión bibliográfica			Autosexualización  Redes sociales digitales	Delinear un marco teórico que permita abordar desde una perspectiva sociosemiótica el fenómeno de estilización que ocurre en redes sociales digitales: los procesos de autosexualización llevados a cabo por niñas y adolescentes.
2021	Zemaitis, S.	Artículo teórico - revisión bibliográfica			Representación de la infancia  Normas de género	Enfatizar la dimensión genérica - sexuada que tiene la infancia
2022	Alzate Farfán, Y., et al	Artículo de investigación empírica cualitativa	Cinco padres de familia, seis estudiantes de primera infancia, y siete docentes	Entrevista con preguntas abiertas	Hipersexualización infantil  Contexto familiar y escolar  Desarrollo emocional y autonomía	Analizar las formas en qué los primeros agentes socializadores de los niños promueven o no la hipersexualización en la infancia y su incidencia en el desarrollo emocional y la autonomía.

---

licenciados  
en  
Educación  
Infantil en  
Cuba

---

2022	Fuentes Moreno, L	Investigación empírica cualitativa	Estudiantes de primer ciclo de la Escuela Primaria Latinoamé- rica Libre, en el Municipio La Lisa, Provincia La Habana, CUBA.	Observación de la muestra, encuestas y entrevistas cualitativas a docentes y padres, consultas a especialistas para validar la alternativa pedagógica.	Erotización infantil  Guerra cultura  Educación Integral de la Sexualidad (ESI)	Proponer una alternativa pedagógica, desde lo extracurricular, que contribuya a la educación integral de la sexualidad en el primer ciclo de la enseñanza primaria ante la erotización infantil.
2022	Llovet Rodríguez, C., et al	Artículo de investigación empírica descriptiva	Trescientos cuarenta y seis hogares en toda España con representan- tes entre	Encuesta telefónica asistida por ordenador (CATI), cuestionario estructurado	Preadolescentes  Hipersexualización  Comunicaciones comerciales	Analizar las percepciones de la sociedad española sobre las preadolescentes y sus actitudes con respecto a su representación en la publicidad y comunicaciones comerciales para verificar si perjudica y las hace más vulnerables en la sociedad.

---

---

dieciocho y  
sesenta y  
cinco años.

---

2022	Morales Cardoso, J., et al	Artículo teórico - revisión cuantitativa y descriptiva			Hipersexualización en videojuegos  Evaluación gráfica de Chun Li  Representación de género en videojuegos	Analizar la evolución visual de Chun Li desde su primera aparición en 1991 hasta su última representación en 2021, evaluando si el diseño refleja cambios en la percepción de la hipersexualización femenina
------	----------------------------------	--	--	--	--	--

---

2022	Romero López, G., et al	Artículo de investigación empírica descriptiva	Veintiocho docentes de EGB de la Unidad Educativa Juan Bautista Vásquez	Encuesta y observación participante	Nativos digitales  Modelos de aprendizaje	Determinar la importancia del modelo de aprendizaje en los nativos digitales
------	-------------------------------	--	--	---	---	---

---

2022	Alonso, L., et al	Artículo de investigación cualitativa y	Veintinueve niñas de segundo grado del	Método analítico – sintético, inductivo – deductivo, análisis de	Hipersexualización infantil  Prevención sociocultural	Proponer acciones que contribuyan a la prevención sociocultural de la hipersexualización en las niñas de una Escuela Primaria de la ciudad de Santa Clara
------	----------------------	---	---	---	---	---

---

		cuantitativo, empírico y teórico	centro escolar	documentos, entrevistas semiestructuradas a informantes claves y a especialistas en educación de la sexualidad, y observación participante de los participantes en el recreo.		
2022	Hernández Suárez, M., et al	Proyecto de grado	Padres de familia y niños de entre nueve y once años del colegio IED Inem Santiago Pérez en Bogotá, Colombia.	Mapa de stakeholders, mapas de empatía, encuestas, observación, prototipos.	Hipersexualización infantil  Consecuencias  Redes sociales	Visibilizar a través de un producto multimedia dirigido a los padres e hijos, los riesgos a los que se exponen los infantes en Colombia con la normalización de su hipersexualización en las redes sociales; con el fin de aportar a la prevención de la vulneración de los derechos de los menores.

2023	Bermejo Siller, C.	Artículo de investigación empírica	304 personas	Cuestionario a partir de spots publicitarios, para conocer la opinión del telespectador	Cuerpo femenino Publicidad Hipersexualización	Investigar los conceptos asociados a la hipersexualización del cuerpo femenino en la publicidad - Analizar los cambios provocados por las mass media en los consumidores actuales
2023	Bolognesi, M, L	Artículo teórico - revisión bibliográfica			Hábitos de consumo audiovisual Streaming Narrativas transmedia	Determinar los nuevos hábitos de consumo audiovisual post pandemia
2023	Cordero Vargas, M	Investigación empírica cualitativa y de revisión bibliográfica	Veinte jóvenes universitarias entre dieciocho y veintidós años pertenecientes a la Escuela Superior de Economía	Entrevistas	Autosexualización en mujeres jóvenes Consecuencias de la autosexualización	Conocer a fondo las vivencias de las jóvenes para determinar los efectos que conlleva la autosexualización y cómo estos han afectado sus vidas.

---

y  
Negocios.

---

2023	Fernandez, M.	Artículo científico			Hipersexualización infantil Causas y consecuencias Pautas de prevención Crianza saludable	Informar sobre la hipersexualización infantil, analizar sus posibles causas y consecuencias, ofrecer pautas y consejos para la prevención del fenómeno y promoción de una crianza saludable.
2023	Lang, D	Artículo teórico - revisión bibliográfica			Crecimiento y desarrollo humano	Proporcionar perspectivas históricas, teóricas y prácticas en diversos entornos y dominios del desarrollo, para comprender cómo y qué factores pueden influir en el desarrollo de los niños.
2023	Lima Vélez, C., et al	Artículo de investigación empírica	30 personas, además de jugadores observados en chats de plataformas	Observación participante del entorno digital con registro en diario de campo, análisis de contenido de comentarios en plataformas sociales, y	Hipersexualización femenina Representación femenina en videojuegos Industria del anime	Explorar la representación de la mujer en el videojuego Genish Impact y su relación con la hipersexualización de los personajes femeninos, y cómo esto influye en los comportamientos e interacciones de los jugadores.

---

			multijugador.	encuestas y entrevistas a jugadores del videojuego.		
2023	Marín Marín, A. E	Artículo teórico - revisión teórica de concepto			Modernidad líquida Comunicación	Explorar la relación entre la comunicación y la modernidad líquida, desde las actuales dinámicas comunicativas influenciadas por la fluidez e incertidumbre de la sociedad contemporánea.
2023	Sidani, K	Artículo teórico de revisión bibliográfica			Hipersexualización infantil Infantilización de la mujer adulta	Explorar acerca de la hipersexualización de las niñas y la infantilización de las mujeres adultas, y los impactos negativos que tienen.
2023	Tejeda Garitano, E., et al	Artículo de investigación empírica	Ciento noventa y siete estudiantes entre once y doce años, de sexto de Educación Primaria.	Cuestionario validado por el Ministerio de Interior (2014) que analiza los hábitos de uso tecnológico de los jóvenes.	Uso y abuso de la tecnología infantil Infancia y adolescencia	Conocer el uso que los alumnos de once y doce años hacen del smartphone, internet y redes sociales, y valorar en qué medida están abusando de los mismos.

2024	Daza Samaniego, P., et al	Investigación empírica cuantitativa y cualitativa	Once niñas pertenecientes al programa “Las Manzanas el cuidado” en la IED Gerardo Paredes.	Diarios de campo, entrevistas, trabajo de grupo focal.	Hipersexualización infantil Redes sociales	Conocer las diferentes interpretaciones que niñas de once años tenían frente al uso y manejo de redes sociales, y cómo estas influyen en sus comportamientos, estereotipos, formas de vestir, etc.
2024	Espinoza Lastra, O., et al	Artículo de investigación empírica - descriptiva cualitativa	Niños y niñas de siete a doce años y sus padres que viven en la ciudad de Puyo, Ecuador.  Doscientos sesenta y cinco padres de familia	Encuestas y entrevistas en profundidad	Hipersexualización Medios digitales	Valorar la influencia de los contenidos de los mass media en la hipersexualización

2024	Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires	Informe técnico de organización nacional	Familiares y docentes de estudiantes de nivel primario y secundario de la Ciudad de Buenos Aires.	Encuestas diseñadas por la UEICEE	Uso de dispositivos electrónicos en niños, niñas y jóvenes Sistema educativo Apuestas en línea	Presentar evidencia en torno al uso de dispositivos electrónicos y exposición a pantallas en niños, niñas y jóvenes, con especial atención en la problemática que emerge a partir de su uso en el sistema educativo y su vinculación con las apuestas en línea
2024	Apagullón Jácome, M V.	Artículo de investigación empírico - cuantitativo o y cualitativo	Trescientos noventa y siete personas. Un experto en comunicación. Ex Jefe de Noticias de Ecuador TV.	Encuestas de tipo cuestionario Dos entrevistas semiestructuradas	Hábitos de consumo Medios públicos Pandemia por COVID - 19	Conocer los hábitos de consumo de los medios públicos en la ciudad de Riobamba, en el marco de la pandemia por Covid 19 en el año 2020.